

无锡美容美发店拓客团队，地推卖卡团队，地推拓客团队上门引流服务

产品名称	无锡美容美发店拓客团队，地推卖卡团队，地推拓客团队上门引流服务
公司名称	河南易地推市场营销策划有限公司
价格	100.00/件
规格参数	
公司地址	河南省郑州市金水区东明路187号C座6层608-B14号
联系电话	19937869661 19937869661

产品详情

你会慢慢发现，你那个城市很多曾盛极一时甚至当地*有名的美容院转让倒闭宣布退场，任何一家门店走向关门都不是一天两天，也都不是市场环境不好，我调查了一部分门店，总结出来，休想主要有以下几个方面的原因。

第一机会式成功

第一个原因很简单，就是曾经你创业的**是时代的产物，你在意气风发想要大干一场的时候抓住了一个机会，也就是你是机会式成功，机会式成功*大的问题就是曾经的成功经验难以复制。

当发现到一定阶段，时代进步，经营方式转变，市场瞬息万变，趋势稍纵即逝，特别是信息化和智能化的今天，一切的变化都是猝不及防的，但是你习惯了自己在当地当老大的感觉，你自诩为20.30年行业老兵，你自认为很懂行，有新产品新模式出来的时候，你认为自己的产品就是**的，你的业绩也不错，当有一天客户流失了，你才知道变化已经晚了。因为客户需要新的项目，更好地体验感，更尊贵的会员体系。因为你习惯了自己当了多年的第一，所以你总是与趋势脱轨，然后就成了捡别人卖剩下的产品、和过时的课程；还觉得比以前便宜很多！人永远赚不到认知以外的钱，所以提高你的认知很重要！

第二定位不准 盲目跟风

有些人一家店做的不错了，也积累了一定的财富，然后就想着跨越阶层了，要去找更好的圈子了，要开更高端的门店，服务更高净值的客户。

因为你的自我定位评估过高，盲目跟风走高端奢华路线，装修奢华，环境布置格调满满，产品都是世界*品牌，要知道如果你没有花几万块钱去打造团队整体素质，就去花几百万装修门店，你宁愿在前台花几万搞个水景台，也不愿意多花几百块钱让员工吃的好一点，住的舒心一些，你宁愿花几万去找模式公司给你设计让客户充值的“套路”，却给顾客用成本不到一块钱的水杯拖鞋，客户怀着期待而来，却发现服务和技术完全与门店品味不符合。

又加之你***天价令一大半客户望而却步，高档客户，团队服务不好，中低端客户不敢来消费。高昂的房租装修成本，员工成本和产品库存.....你压力山大，后果可想而知。

第三不进则退 优胜劣汰

传统的美业人普遍还是以一些学历不高和创业经历很少的女性为主，女性做事相对感性，没有数据化意识，没有系统化思维，更没有战略性思维，要么是姐妹两个一起创业，要么是美容师美导自己做技术开了一家店，不懂经营管理，只知道埋头苦干做服务，不会管理会员，不懂深挖客户价值，更没有招人和培养人意识，总有一天精力会跟不上，加上结婚生子，家人不支持等，而人又都有惰性，一人之力难敌残酷的竞争市场，客户流失、口碑受损，逐渐.....

你分钱不均股东之间原本是感情很深厚的兄弟，但是随着合作经营门店，开始接触利益的瓜葛。由于门店财务核算不明细，甚至有的股东利用权力之便中饱私囊，各个股东开始互相猜忌，觉得自己吃亏了。明争暗斗，人心涣散，*终崩盘！

第四望梅止渴 画大饼

有人说过，老板要会吹牛，没错，万事开头难，创业前期我们确实需要给员工一些精神的激励，造梦，画蓝图，用未来的承诺来鼓励团队加油打气；比如我保证你多久能做到顾问，多久到店长，保证给你分红，保证开分店这个店给你管理，梦很美，美容师宝贝们一开始听了很受鼓舞，然而一年又一年过去了，你发现当初的承诺根本无法兑现或有意抵赖，员工看清了你的为人，曾经卖命的团队伙伴逐渐离开。团队土崩瓦解之后，老板名气臭了以后，然后你就怪员工没有忠诚，培养了还要跑.....

第五不懂得产品组合和搭配

一些老板自认为对行业了解，各种贴牌的，代加工的，美博会的业务员，品牌那些走货的.....看起来你很精明，结果呢，你选了一堆什么样的产品，客户走进门店，看到你店里的产品包装土气，品质差，价格低廉，一看就是山寨，你还用品牌的那一套来宣传你低廉的山寨产品.....我们遇到很多老板娘说，我就想几千拿货，我拿货折扣都很低，我认识有熟人，通常这种的客户，你过了一年两年再问她，她还是抱怨生意不好做，然后你再问她，她就说你们下来给我做业绩，做了业绩我就上你家的产品.....你自己都没有品控意识，你自己都不知道盘点品相，你都不知道如何优化升级品相，都不知道如何武装你的产品库，可想而知，要么你的经营依然举步维艰，做低价市场，在客户的讨价还价里价格越压越低，要么你就game over 了、

第六舍不得分钱 用不好人才

起初你经营有方，生意很好，大家工作很卖力，你赚的腰包鼓鼓，买车买房，日子相当滋润，然而，渐渐的你发现追随你好几年的核心团队，依然在辛苦的靠手工赚钱养家，有些**的员工内心也无比渴望有更好的发展机会，可你可不会在意，你只管把钱往自己口袋装，股份不舍得分，开分店你又担心风险，你不给人才入股，一个有技能的年轻人岂能你给的这点收入满足，然后人去楼空，剩个光杆司令在支撑着。当你醒悟过来的时候，已经为时已晚，可是你没办法，员工都走了，你就要拼命做手工，做服务了。这还是员工没有带走你的客户在你门口开家店，这样的事情在我们这个行业屡见不鲜吧。

第七店大欺客

一些店在当地做的不错了，就开始给客户强制推销，这种我是真的见过，客户满口说着再也不来了，可是架不住你说某1.98万现在1980，一个爱贪便宜会，一个会编鬼故事，可能你还能赚到他一些钱，但是她出去再也不会说你一句好了……慢慢的你的口碑就差了，新的客户群体也会来你的店，就那些老顾客，羊毛总会薅没……

你要知道，服务行业，细节*重要，顾客也许永远都不知道果盘应该是有两颗草莓还是三颗，但她能觉出新鲜还是不新鲜、多了还是少了。

顾客才是市场的裁判员，顾客流到哪里，哪里的生意就好，想要留住顾客的心，其实真的很简单，也许就是她进门，你有没有给她热情打招呼，也许就是卫生间地上有没有碎发，如此简单。生意好时，容易坚持品质;生意下滑，易恶性循环。

生意是细节积累起来的。哪怕你多给顾客一声问候，主动多送一张停车券，小细节，成就不了一家旺店，但当所有细节积累起来，就是做旺的基础和根本。如果您的生意也出现了莫名其妙的下降，原因您找到了吗？

【合作模式】一般情况下会安排一组8人团队上门招生拓客，我们主要采用地推售卖体验课/拓客卡或者体验套餐的形式，锁定机构周围3公里范围内的学校、社区、商场、广场、公园等目标客群出没的地方，筛选过滤符合要求的意向客户了，通过一对一详细沟通，介绍机构、介绍活动，邀请参与，现场收取客户体验课/拓客卡费用或者套餐费用，后期邀约客户直接到店体验，直接转化。