

连云港美业精准引流拉新团队，地推拓客外包团队，颠覆传统拓客方法

| | |
|------|---------------------------------|
| 产品名称 | 连云港美业精准引流拉新团队，地推拓客外包团队，颠覆传统拓客方法 |
| 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

源源不断的新顾客是美容院发展的命脉，不要把拓客当成一种形式，缺客了才来做，而是常态化去做才能确保美容院的良性稳定发展。

拓客，顾名思义，就是拓展客源，增加客户的数目。随着市场信息化越来越透明，以及竞争日益激烈，传统的经营模式已经十分滞后，在服务业尤为凸显，比如美容院、餐饮行业都是职业拓客者们服务的主要行业。那么美容院该如何开展拓客，拓客又有哪些方法呢？下面给大家分享美业拓客十八招，希望对大家有益。

第一招：专为顾客设计的工作日

每年在社区内的某一地点开展1-2次特别活动，邀请顾客参加，活动内容为解说彩妆的流行趋势、皮肤护理等等。这一活动可以联合数家美容院一起举办，虽然活动的经费不大，但顾客会对此很关心，借此活动创造出不断扩大形象是很可观的。

第二招：给顾客提供优惠计划

每月列出一份美业门店落的服务项目表，列明能提供多少优惠给那些想成为会员的顾客。如此将可以得到一份固定的收入及一群固定的客户。

第三招：忠诚认同卡

可以与同业及其它地区的商家合作，制定一份内份外联合优惠促销合同，共同给予顾客相同的价格折扣

，进而可以互相吸引顾客。这一活动可以针对那些对美容院忠诚度较高的客户，而客人则可以凭此忠诚认同卡到指定的特约商家(专柜、精品店、鞋店等)消费，得到优惠折扣。

第四招：会员折扣卡

送给顾客折扣卡，折扣比率为其消费额的10%，这些金额可以用来购买本美容院的产品。

第五招：奖品集点证

先做出一张分成两个部分的漂亮卡片，第一部分的目的在于传送美容院的推销讯息，而第二部分则绘出特定的格式。当客人消费到某一程度的金额时，就送她加点数，当顾客集满一定的点数时，就奖励她一下!

第六招：累计有价凭证

当客人到美业门店消费付款时，送给她一张等于他所消费的金额的10%价值的凭证。持有价凭证者可在下次或某次消费时抵扣费用，也可累积起来换奖品。这一活动可以培养顾客对美容院的忠诚度，而且所需费用很低。

第七招：学生卡

针对大学生发“学生卡”，邀请她们到美业门店来消费，将可以获得特别的服务及优惠价格。

第八招：免费项目品质第一

无论是**送还是邀请一些商家共同参与免费，商品的品质必须有**保障。同时，还要制作和派送一批宣传材料(单张、海报、小册子等)，在广告词内标示扩展槽重点销售的报务项目，如有可能，还可给顾客发送点儿纪念品。这样一来，美业门店就会“家喻户晓”了。

第九招：免费的彩妆课程

估一下顾客是否愿意在彩妆课程中投入资金。当顾客到美业门店消费时，可以视其消费金额的多寡送顾客一张有价凭证，等积累到一定数额之后可用来换取彩妆课程。当愿意上彩妆课的人有一定数量时，就可以择日开课，并可借这个机会推销产品了。

第十招：免费服务

记载顾客到美业门店消费的次数及金额，当金额达到一定数额之时，可以通知顾客，她的下一次消费将由美业门店支付。这样，顾客一定会很高兴。记住，做此项活动时，请事先订出适度的金额标准。

第十一招：祝贺

先列出一批顾客的基本资料，如生日家庭情况等，在顾客生日之前将贺卡寄出。卡片除了标示贺词外，

也标示要给客人的优惠或额外的服务。

第十二招：惊喜礼物

这一活动类似摸彩。为了使这项活动更有效果，礼物的中奖主要高些，礼物大小也要有所区分。

第十三招：提供长期服务

一家美业门店的运作，有时候会出资金匮乏或碰到淡季，此时的推销工作必需为吸收资金而设计，例如：3个月或者6个月的美容服务卡，或者吸引人的礼物如戒指。

第十四招：邀请顾客的朋友

给顾客的朋友提供一次服务，这么一干，顾客会感到非常高兴，而且也会吸引顾客的朋友来访，说不定到美业门店来消费会变成她们的一种习惯呢！

第十五招：注意小细节

细节会使美容服务变得更受欢迎，例如：维持毛巾温度，当客人在做面膜时，可以帮客人做手部按摩等等。

第十六招：安全而又方便的停车场

客人会时常惦记着她的车子，无论是单车、摩托车或是汽车。如果可能的话，可以事先与附近的停车场联系好，使顾客有地方停车，而且心安理得。当然，**是送她免费停车1小时。

第十七招：卖礼品，勿卖商品

在特殊节日中，如圣诞节、母亲节、情人节等等，可以准备一个漂亮的篮子，里面放一些奖品。奖品内容可以针对小孩子、青少年、成年人及老年人等不同对象，利用情感促销。

第十八招：卖渴、不卖水

高明的推销行为是要本不牵涉到美容院的产品及服务，要卖给顾客一种渴望和体验，需求的结果。优美动听的辞令将是顾客下一次光顾的因素之一。要好好地研究顾客的行为习惯、消费心理，并为推销做准备。

在这个互联网+时代，互联网营销是任何一家企业都非常关心的问题，美容院也应重视起来，利用互联网建立起自己的微信、网站或任何一种社交平台，人们通过搜索便可发现你的美容院所在。

随着互联网迅猛发展，人们的生活早已离不开网络，一些行业不如顺应互联网的发展趋势，借此一举突破瓶颈，达到更进一步的发展。对于传统的美容行业来说，美容院*需要的就是技术和服务，但是在配上

互联网的宣传，成功便是必然之事。

建立了这个拓客营销系统后，就会变成：新客不断、老客不失、大客常来的良性循环。美容院的拓客形成良性循环，而且美容师的职能素养提高了，才会懂得珍惜顾客，才会从心里真正关心顾客，这样顾客才会留在店里成为店里的忠实会员。

【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。