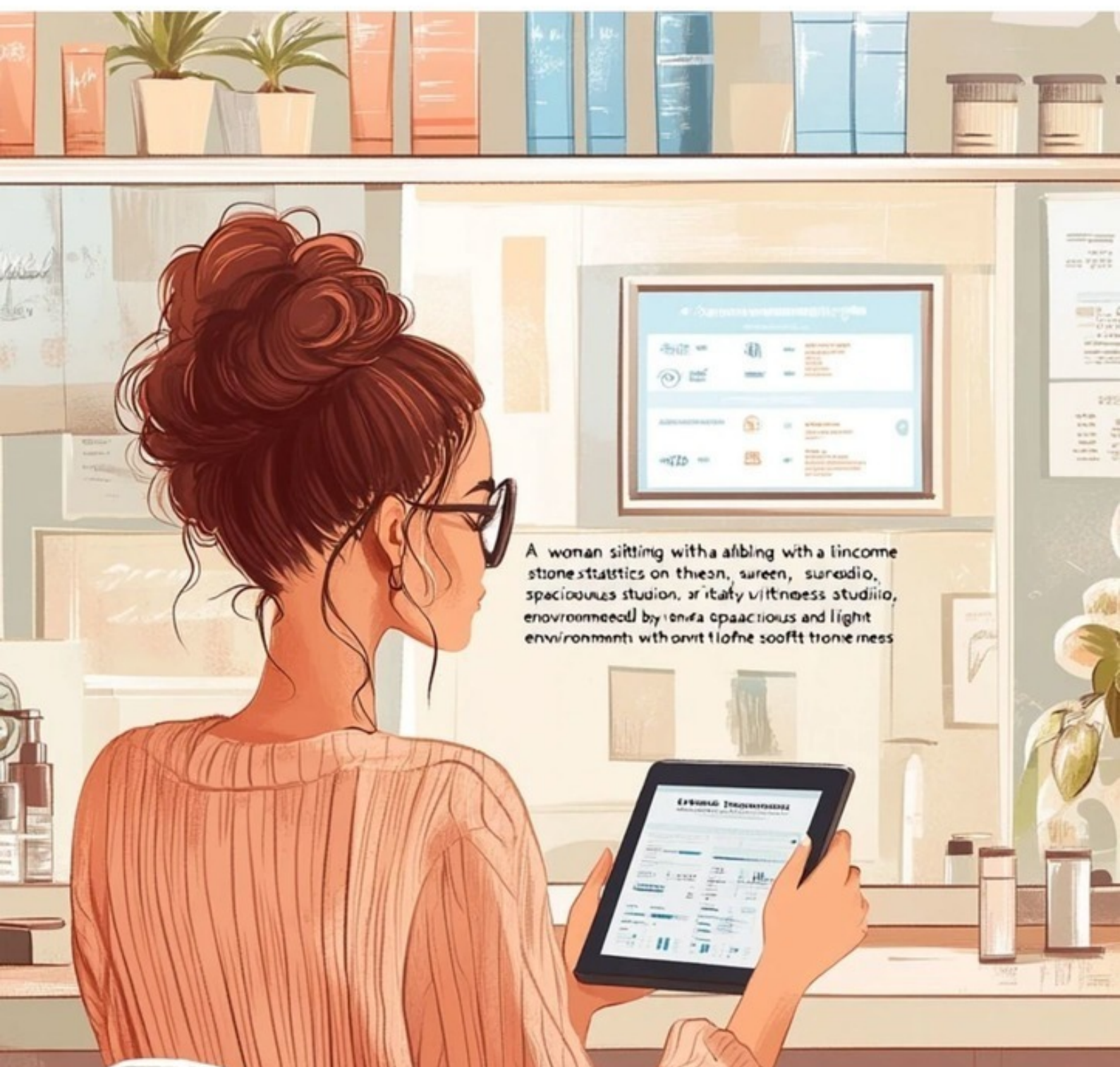


Ирина Владимировна Глазкова

Пошаговое руководство для увеличения дохода бьюти и ЗОЖ-экспертов



A woman sitting with a sibling with a income
stone statistics on the on, screen, surround,
spacious studio, artistry wellness studio,
environment by her spacious and light
environment with our home soft home mess

Ирина Глазкова

**Пошаговое руководство
для увеличения дохода
бьюти и ЗОЖ-экспертов**

«Издательские решения»

Глазкова И.

Пошаговое руководство для увеличения дохода быти и ЗОЖ-экспертов / И. Глазкова — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-670396-4

Эта книга — ваше руководство к успеху! Узнайте, как повысить продажи с помощью правильных дополнительных предложений, улучшить клиентский опыт и систематизировать процесс продаж. На страницах книги — практические шаги, реальные секреты и советы, которые помогут вам преодолеть сопротивление клиентов, увеличить лояльность и вывести ваш бизнес на новый уровень. Секреты, проверенные экспертами, ждут вас. Прочитав эту книгу, вы будете готовы к качественным изменениям и росту вашего дохода.

ISBN 978-5-00-670396-4

© Глазкова И.
© Издательские решения

Содержание

Глава 1: Секреты увеличения дохода	6
Конец ознакомительного фрагмента.	8

Пошаговое руководство для увеличения дохода быти и ЗОЖ-экспертов

Ирина Глазкова

© Ирина Глазкова, 2025

ISBN 978-5-0067-0396-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Как зарабатывать больше, если вы быти-эксперт или работаете в сфере ЗОЖ?

Эта книга научит вас увеличивать доход с помощью грамотных дополнительных продаж и применения самых эффективных методов. Разберемся, как строить воронку продаж, устранять возражения и работать с клиентской базой.

Пошаговые инструкции, проверенные стратегии и секреты профессионалов помогут вам зарабатывать больше, улучшая не только свой бизнес, но и клиентский опыт.

Узнаете, как увеличить средний чек и сделать вашу работу максимально прибыльной. Простой и эффективный подход для каждого, кто работает в быти и ЗОЖ индустрии.

Оглавление

– Введение

- — Зачем учиться увеличивать доход через допродажи?
- — Роль дополнительных предложений в быти и ЗОЖ-сфере.
- — Важность внедрения системных подходов для роста продаж.

– Секреты увеличения дохода

– — Секрет 1: Воронка продаж

- — Как создать воронку, которая будет работать на увеличение прибыли.
- — Шаги, которые приводят к результату: от привлечения клиента до заключения сделки.

– — Секрет 2: Эксперт в роли продавца

- — Как стать экспертом, который продает с легкостью и уверенностью.
- — Секреты подхода, который помогает клиентам доверять и покупать.

– — Секрет 3: Работа с возражениями

- — Как превращать «не хочу» в «хочу».
- — Практичные техники для уверенного преодоления сомнений клиентов.

– — Секрет 4: Сила работы с базой клиентов

- — Как эффективно использовать свою клиентскую базу для увеличения продаж.
- — Автоматизация процесса и персонализированные предложения для возврата клиентов.

– Секрет 5: Дополнительные продажи

– Доппродажи через поставщиков и амбассадорство

– — Доппродажи через поставщиков.

– — Амбассадорство

–

– Заключение

- — Итоги: как применить эти методы и добиться реальных результатов.
- — Как продолжать развиваться и применять полученные знания на практике.
- — Простой путь к постоянному росту и увеличению дохода.

Глава 1: Секреты увеличения дохода

Секрет 1: Воронка продаж

Воронка продаж – это не просто бизнес-термин, это ключ к увеличению прибыли. Чтобы ваш бизнес стал по-настоящему прибыльным, вам нужно выстроить грамотную систему, которая позволяет превращать случайных клиентов в постоянных. Но как создать такую воронку, которая не только увеличит ваш доход, но и сделает клиентов довольными?

Воронка продаж – это путь клиента от первого касания с вашим бизнесом до покупки и повторных визитов. Важно понимать, что не все клиенты сразу же готовы платить за услугу. Простой контакт может перерасти в длительные отношения, если вы грамотно управляете каждым этапом воронки.

В бьюти-сфере воронка может выглядеть так:

- **Привлечение клиента** – Клиент может узнать о вас через рекламу, сарафанное радио, рекомендации или участие в акциях. На этом этапе важно зацепить внимание и показать, что ваши услуги идеально подходят для его потребностей.

- **Запрос на услугу** – Когда клиент проявляет интерес, например, записывается на консультацию или уточняет цену, он превращается в лид – потенциального покупателя.

- **Перевод в сделку** – На этом этапе вы должны предложить клиенту услугу, которая решит его запрос. Важно не перегружать клиента информацией, а плавно подвести его к покупке.

- **Заключение сделки** – Если клиент пришел на консультацию и готов заплатить за услугу, сделка заключена. На этом этапе воронка не заканчивается – важно, чтобы клиент вернулся за дополнительными услугами.

Шаги, которые приводят к результату:

- **Привлеките внимание.** Размещайте привлекательные рекламные материалы и создавайте контент, который сразу захватывает внимание вашей целевой аудитории.

- **Приведите к действию.** Предложите клиенту записаться на бесплатную консультацию или диагностику. Главное – не начать сразу продавать услугу, а предоставить информацию о том, что он получит на визите.

- **Убедите и закройте сделку.** Когда клиент увидит, как ваши услуги могут решить его проблемы, предложите ему заключить сделку. Воронка продаж должна быть последовательной и логичной.

Секрет воронки продаж: Это не один большой шаг, а цепочка взаимосвязанных этапов. Каждый шаг важен, и правильно отработанные этапы обеспечат вам постоянный поток клиентов.

Секрет 2: Эксперт в роли продавца

Что отличает успешных продавцов от неуспешных? Это не просто способность говорить красивые фразы, а **экспертность**, которая вызывает у клиента доверие. Стать экспертом – это значит продавать с легкостью, уверенно понимая потребности клиента и предлагая именно то, что ему нужно.

Как стать экспертом, который продает с легкостью и уверенностью?

- **Глубоко разбираться в продукте.** В бьюти-сфере это значит знать всё о косметике, процедурах и их результатах. Чем больше вы знаете, тем легче объяснять клиенту, почему ваша услуга идеальна для него.

Пример: Оксана – косметолог. Она знает, что процедура мезотерапии может помочь в восстановлении кожи, но она также знает, что есть противопоказания для некоторых типов кожи. Оксана всегда проводит консультацию и выясняет тип кожи клиента, чтобы предложить

наиболее подходящую процедуру. Клиент доверяет её мнению, потому что она проявляет внимание и заботу.

– **Понимать потребности клиента.** Слушайте клиента, спрашивайте о его потребностях и подбирайте именно тот сервис, который решит его проблему.

Пример: Анастасия – стилист. Она понимает, что для одной клиентки важна простота и легкость укладки, а для другой – эффектный объем. Анастасия не просто делает стрижку, а учитывает, какой стиль жизни у клиента и какие дополнительные услуги ей могут понадобиться. Это создает у клиента ощущение, что её услуги персонализированы и учитывают все его нужды.

– **Проявлять уверенность.** Когда вы уверены в том, что предлагаете, это ощущается. Клиенты, которые видят вашу уверенность, легче принимают решение о покупке.

Пример: Марина – парикмахер, уверенно объясняет, почему она рекомендует клиенту ту или иную процедуру. Когда она предлагает новую технику окрашивания, её уверенность и знание технологий убеждают клиента, что это будет идеальный выбор.

Секреты подхода, который помогает клиентам доверять и покупать:

– **Будьте честными и открытыми.** Прозрачность в продажах создает доверие. Если клиент задает вопросы, отвечайте на них искренне, не скрывая ничего.

Пример: Светлана – визажист. Когда её клиентка спросила, можно ли заменить дорогое средство более доступным, она честно объяснила, какие различия существуют, и предложила варианты, которые подходят под её бюджет. Это укрепило доверие и привлекло клиентку обратно.

– **Создавайте положительные эмоции.** Люди возвращаются к тем, с кем им приятно работать. Создайте атмосферу доверия и уюта.

– **Поддерживайте клиентов после продажи.** Благодарственные сообщения и рекомендации усиливают доверие и возвращают клиентов.

Секрет 3: Работа с возражениями

Не каждый клиент будет сразу готов приобрести дополнительные услуги или товары. Возражения – это не отказ, это шанс показать клиенту, почему ваше предложение – именно то, что ему нужно.

Как превращать «не хочу» в «хочу»?

– **Слушайте возражения.** Не перебивайте клиента. Дайте ему высказать все сомнения, потому что это позволит вам лучше понять его нужды и настроить аргументацию.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.