

RELACIONES CON LOS CLIENTES:

5 PUNTOS CLAVE

1. ATRAER NUEVOS
CLIENTES

2. MANTENER A LOS
CLIENTES

3. HACER CRECER LA
BASE DE CLIENTES

4. OFRECER SERVICIOS
COMPLEMENTARIOS

5. INCENTIVAR
RECOMENDACIONES
Y RESEÑAS

1. Atraer nuevos clientes Campañas de marketing digital: Usar las redes sociales para destacar los servicios, las tendencias de moda y testimonios de clientes. Además, implementar promociones específicas para captar la atención de posibles nuevos clientes en la zona. Colaboraciones estratégicas: Formar alianzas con negocios locales afines, como gimnasios, tiendas de ropa o cafeterías, para realizar promociones conjuntas. Eventos promocionales: Organizar actividades atractivas, como inauguraciones temáticas o días de cortes a precios especiales, para dar a conocer la barbería.

2. Mantener a los clientes Asistencia personalizada: Brindar un trato cercano, recordando las preferencias de cada cliente y sugiriendo servicios que se adapten a sus necesidades. Membresías y programas de fidelidad: Implementar sistemas que premien a los clientes frecuentes con descuentos, servicios gratuitos o acceso prioritario. Servicio postventa: Mantener la comunicación con los clientes para asegurarse de que estén satisfechos y enviar recordatorios sobre futuros servicios.

3. Hacer crecer la base de clientes Servicios automatizados: Crear una plataforma en línea o una app que permita a los clientes reservar citas fácilmente, seleccionar servicios y pagar en línea. Comunidades y participación activa: Fomentar un sentido de comunidad a través de las redes sociales y eventos en la barbería, que conecten a los clientes entre sí y con el equipo. Co-creación de experiencias: Involucrar a los clientes en decisiones sobre nuevos servicios o promociones, prestando atención a sus necesidades y gustos.

4. Ofrecer servicios complementarios Experiencias integrales: Añadir servicios adicionales como masajes capilares, tratamientos faciales o sesiones de cuidado masculino, creando una experiencia premium que motive al cliente a quedarse más tiempo. Venta de productos exclusivos: Ofrecer líneas de productos premium y personalizados que se alineen con el estilo del cliente, generando un valor añadido y diferenciación.