

Ebook

Guia para fazer o seu salão de beleza crescer na internet

Passo a passo para
digitalizar o seu negócio





1.0

Introdução



2.0

A importância de conhecer o público-alvo

2.1

Como saber quem é o seu público-alvo?



3.0

Desenvolver a presença digital do seu salão

3.1

Crie uma página web de Marcações Online

3.2

Faça das redes sociais a montra digital do seu salão de beleza



4.0

Saber o quê e como comunicar no digital

4.1

Exemplo: promova os serviços do seu salão



5.0

Como gerir clientes online

5.1

Chat Online

5.2

Liguem-me Grátis (Click2Call)

5.3

Gestão de Contactos



6.0

Conclusão

1.0

O seu salão tem presença online?

Quantas vezes já teve clientes a perguntar sobre a página do seu salão na internet ou o seu perfil nas redes sociais para marcar atendimento? Quantas vezes já recorreu à internet para procurar lojas, ideias ou localizações de fornecedores ou outros negócios?

Certamente já passou por ambas as situações e não é estranho que isso aconteça frequentemente. Atualmente é imprescindível ter uma presença digital, mesmo que o seu negócio não venda produtos ou serviços na internet. Seja para divulgar novidades ou para conquistar novos clientes, é importante estar onde o público está.

E a verdade é que não só é fundamental, como também é fácil ser digital. A transição digital é uma realidade inevitável e todos os negócios, mais cedo ou mais tarde, devem dar os primeiros passos no mundo online para prosperar.

O setor da beleza e estética é um dos que mais tem crescido a nível global, como se pode ver, por exemplo, pelo crescimento de influenciadores na área. Ora, o seu salão também pode, e deve, beneficiar desta expansão do setor. Mas certamente estará a pensar: não é assim tão fácil, há muitos obstáculos!

É verdade que pode parecer difícil posicionar-se no digital, mas existem plataformas que ajudam nesta transição e tornam o processo simples e descomplicado, sem grandes investimentos, como a Bytalk.

Estar onde os seus clientes estão é fundamental, mas é também pertinente ter uma estratégia pensada para alcançar os resultados esperados. E nós podemos ajudar nessa missão.

Quer transitar o seu salão para o digital e mostrar a todos o seu talento? Preparamos um guia passo a passo para guiar na definição da sua estratégia e impulsionar a presença online do seu espaço e dos seus serviços.

Descubra connosco como é fácil ser digital!



—
2.0



A importância
de **conhecer o**
público-alvo

2.0

Saberá melhor do que ninguém que o seu negócio é feito para pessoas.

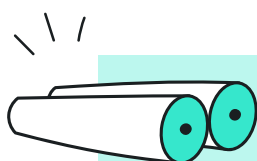


Portanto, não é novidade que conhecê-las é da maior importância para fazer o seu salão crescer na Internet.

Já conhece a sua audiência, mas estará a aproveitar todo o potencial desse conhecimento? Talvez ainda não esteja a chegar a todas as pessoas que podem vir a ser clientes apenas porque não está a comunicar da forma certa, ou no local certo.

A Internet tem possibilidades ilimitadas para ajudar o seu negócio a crescer, mas é importante saber como trabalhar neste universo digital. E o primeiro passo é sempre conhecer muito bem para quem comunicamos. Tal como é importante conhecer os clientes que já frequentam o seu salão para saber, por exemplo, que tipo de produtos deve disponibilizar, a mesma lógica aplica-se à presença do negócio no digital.

Fazer este exercício vai ajudar a perceber o que as pessoas procuram. Consequentemente, vai ajudar o seu salão a responder a estas necessidades.



2.1

Como saber quem é o seu público-alvo?



O público-alvo é, nada mais nada menos, do que a parte da população, com interesses e características comuns, consumidora dos seus serviços. A partir desta definição mais abrangente, devemos ir segmentando até perceber, concretamente, quem serão estas pessoas e como podemos comunicar diretamente com elas nos meios digitais.

Para fazer esta segmentação, pode recolher determinadas informações, tais como:

- ☒ Idade;
- ☒ Género;
- ☒ Onde vivem;
- ☒ Emprego;
- ☒ Hábitos comuns;
- ☒ Interesses e hobbies;
- ☒ Regularidade com que visitam o salão;
- ☒ Entre outros;

A partir destes dados conseguimos definir, de forma mais concreta, o público-alvo.

2.1

Vamos considerar dois salões, em diferentes locais do país, com propostas distintas:

Salão de beleza em Coimbra

Público-alvo: Mulheres de 25 a 50 anos

Residentes em Coimbra e arredores;
Valorizam a beleza e bem-estar;
Estilo de vida ativo;
Dispostas a pagar por serviços de alta qualidade em cuidados com o cabelo, maquilhagem e tratamentos de beleza especializados.

Salão de beleza em Faro

Público-alvo: Homens e mulheres (todas as idades)

Residentes em Faro e zonas turísticas próximas;
Procuram serviços de beleza a preços acessíveis;
Composto também por turistas que desejam cuidar da aparência durante as suas férias, assim como residentes que não dominam a língua portuguesa.

Tendo em conta estes exemplos, é fácil perceber que a **comunicação destes dois salões de beleza não será igual**, uma vez que pretendem comunicar serviços e benefícios distintos, a pessoas diferentes.

É precisamente por este motivo que é muito importante definir e conhecer o seu público-alvo. Desta forma, garante que a sua comunicação está no canal certo e vai **impactar positivamente as pessoas** que têm perfil para se tornarem clientes do seu salão.



3.0



Desenvolver a
presença digital
do seu salão

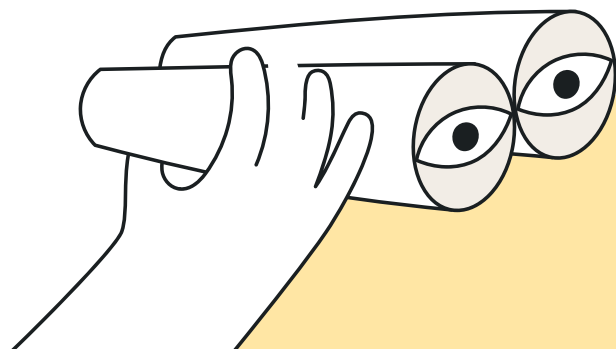
3.0

Já refletimos sobre a importância de estar presente no digital e o potencial de crescimento que este universo oferece, bem como de conhecer o público-alvo.

O passo seguinte é, portanto, perceber como consolidar esta presença online. A boa notícia é que é fácil! **A Bytalk está aqui para ajudar e para simplificar este processo.**

Apesar de o universo online ser infinito, não é complicado e torna-se ainda mais simples quando existem ferramentas digitais cujo principal objetivo é, justamente, facilitar este passo para os negócios.

Vamos, então, descobrir algumas ferramentas e canais digitais que vão fazer o seu salão de beleza crescer na Internet.



3.1

Crie uma página web de Marcações Online

Referimo-nos a uma solução mais simples do que um website, mas igualmente prática e útil para promover o seu salão online e agilizar a comunicação com os seus clientes. Com a expansão do digital, muitas foram as funcionalidades e ferramentas desenvolvidas para ajudar os negócios a acompanhar as necessidades dos consumidores.

A Bytalk é uma plataforma que foi pensada para tornar o digital simples, disponibilizando o acesso a ferramentas de fácil utilização, mesmo para quem não tem experiência digital. Entre as diversas soluções que a Bytalk oferece está a **página web de Marcações Online**.

Acreditamos que todos os negócios devem consolidar a sua presença digital, mas nem todos precisam de um website complexo. No caso do seu salão de beleza, uma página web como esta pode ser a solução mais prática e eficaz, tanto para si como para os seus clientes.

Uma página de Marcações Online permite que o seu negócio seja encontrado por quem pesquisa na Internet e facilita a marcação direta dos seus serviços disponibilizando a sua agenda sempre atualizada. Desta forma, oferece mais autonomia aos seus clientes. Além disso, está integrada com uma agenda digital que permite automatizar as suas marcações, potenciando o alcance de mais clientes.

3.1

O que uma página de Marcações Online faz pelo seu salão:

Disponibiliza uma agenda online para gerir marcações

- É personalizável ao seu negócio
- Apresenta apenas os horários vagos
- Atualiza as marcações em tempo real

Atribui um colaborador a cada marcação

- Permite ao cliente escolher por quem quer ser atendido
- Permite o acesso ao horário de todos os colaboradores

Oferece um serviço de lembretes automático

- Permite enviar lembretes automáticos da marcação por SMS e Email
- Evita esquecimentos e cancelamentos

3.1

As vantagens não se ficam por aqui. Esta funcionalidade está disponível para si em qualquer momento e em qualquer lugar através da app Bytalk. Desta forma pode aceder às suas marcações através do seu smartphone e ter visibilidade sobre a sua agenda, sempre atualizada, em tempo real.

Se, no entanto, já possui um website, esta solução permite adicionar-lhe um elemento que possibilita aos clientes realizarem as suas marcações diretamente.



Quer experimentar?
Faça um **teste grátis de 14 dias.**

Saiba mais

3.2

Faça das redes sociais a montra digital do seu salão de beleza

Certamente é utilizador de redes sociais. Não é estranho pensar que os seus clientes também são. Partindo deste princípio, e tendo em conta que **os negócios devem estar onde o seu público-alvo está**, o seu salão deve, portanto, ter um perfil nas redes sociais. As redes sociais são um ponto de encontro entre consumidores e negócios e permitem não apenas a partilha de informações sobre os serviços, mas também a interação entre clientes e negócios.

Quantas vezes já visitou um perfil de um estabelecimento e viu críticas e recomendações? Já escolheu um restaurante porque leu comentários positivos sobre ele nas redes sociais? É provável que já lhe tenha acontecido. Por isso colocamos-lhe a pergunta: porque é que o mesmo não pode acontecer com o seu negócio?

Um salão de beleza é um negócio que promove o autocuidado e o bem-estar. Além de ser algo com muita procura por si só, também usufrui de um alto potencial para recomendações. E lembre-se: a publicidade "boca-a-boca" de hoje é feita através do mundo online. E as redes sociais têm um papel crucial!

Uma vez que já tem conhecimento do seu público-alvo e já tem uma página web com a descrição dos seus serviços e a disponibilizar Marcações Online, que pode começar a promover, está na altura de criar, ou trabalhar melhor, o seu perfil nas redes sociais e começar a atrair mais clientes através das suas comunicações.

3.2

Como potenciar o seu salão através das redes sociais:

**Promova a sua página de Marcações Online**

Nas informações sobre o seu negócio coloque o link para sua página web e mostre aos seus seguidores que podem agendar as suas marcações, de forma autónoma e automática.

**Divulgue novidades e promoções**

Aproveite o palco das redes sociais para promover os seus serviços e campanhas especiais que organiza.

**Publique conteúdo relacionado com a sua área de especialização**

Ter um negócio não significa apenas vender serviços.

Se é especializado numa determinada área, mostre o seu conhecimento e ajude os seus seguidores.



3.2



SABIA QUE

Existem cerca de 8.05 milhões de utilizadores de redes sociais em Portugal?

Utilize o conhecimento que tem do seu público-alvo para escolher a rede social certa para o seu salão de beleza. Não precisa de estar em todas, basta estar na certa.

Conheça as **redes sociais da Bytalk** e descubra mais dicas para potenciar a presença digital do seu salão de beleza.

Instagram

Facebook

Linkedin

4.0



Saber o **quê**
e **como comunicar**
no digital

4.0

Se sabe perfeitamente quem é o seu público-alvo e já tem as principais ferramentas e canais digitais preparados, falta apenas começar a comunicar e ver o seu salão de beleza crescer na Internet.

A comunicação do seu salão não precisa de se cingir à promoção dos seus serviços. Pelo contrário, para se destacar no infinito universo digital deve, também, mostrar o seu conhecimento na sua área. E há inúmeras formas de o fazer.

Lembre-se do momento em que definiu o seu público-alvo e quais as suas principais necessidades e dificuldades. É a essas questões que a sua comunicação deve responder. Além disso, lembre-se das **potencialidades que o digital oferece e não tenha receio de se aventurar.**

Vamos, então, ver um exemplo concreto de como promover o seu salão de beleza online.



4.1

Exemplo: Promova os serviços do seu salão

Vamos considerar este cenário:

A Marta tem um salão de beleza em Viseu.

Apesar de disponibilizar serviços de cabeleireiro e maquilhagem, a Marta conta com colaboradoras especializadas em manicure, tratando da saúde da unha bem como da parte estética. O salão de beleza da Marta tem sempre os materiais mais sustentáveis e as colaboradoras fazem constantes formações para se manter a par das novas técnicas e tendências.

Quando decidiram montar uma **estratégia para o digital**, a Marta e as suas colaboradoras definiram o seguinte público-alvo principal:

- Pessoas entre os 18 e os 60 anos;
- Residentes na zona de Viseu;
- Interesse em moda e estética, nomeadamente mãos e unhas;
- Pessoas que precisam de manutenção no cuidado de mãos e unhas.

4.1

Tendo em conta estas linhas gerais, a Marta foi mais além.

Contemplou, como secundário, algumas **situações para as quais pode também acrescentar valor a possíveis clientes:**

- Pessoas que tenham algum evento especial;
- Empresas que queiram promover um dia especial ou oferecer um serviço aos colaboradores.

Tendo como ponto de partida este **conhecimento sobre o seu público**, a Marta montou e personalizou a sua página de Marcações Online na Bytalk e aderiu ao instagram e facebook, por serem as principais redes sociais utilizadas pela maior parte dos clientes que já frequentam o seu salão.



4.1

Chegou, portanto, a altura de pensar no que vai comunicar para **atrair mais e novos clientes e fazer o seu negócio crescer.**

Algumas ideias:

- ☐ Os serviços no salão
- ☐ Serviços especiais para empresas
- ☐ Promoções e campanhas especiais (dia Internacional da Mulher, por exemplo)
- ☐ A equipa especializada
- ☐ Dicas úteis para tratar da saúde das unhas
- ☐ Tendências de unhas e verniz gel
- ☐ Como escolher o melhor verniz ou a melhor cor para cada estação

4.1

Depois de identificados os temas, importa **definir como comunicar** utilizando as ferramentas e canais digitais que o seu salão já possui:

- ☐ **Página web:**
Onde pode disponibilizar os seus serviços, mostrar a sua agenda e as vagas que tem e a equipa disponível para atender os clientes;
- ☐ **SMS e Email Marketing:**
Para enviar campanhas especiais para o seu público-alvo a anunciar promoções, dias especiais ou novos tratamentos;
- ☐ **Lembretes automáticos, por Email ou SMS:**
Para relembrar os seus clientes das vagas e reduzir os cancelamentos
- ☐ **Redes sociais:**
Para comunicar tendências, dicas, mostrar a equipa, partilhar testemunhos de clientes satisfeitos, entre outras.

4.1

Resumindo:



O que vai comunicar	Como vai comunicar
Serviços: regulares e especiais	• Redes sociais • Campanha de SMS • Email Marketing
Vagas na agenda	• Redes sociais • Campanha de SMS
Dicas de como tratar mãos e unhas	• Redes sociais • Campanha de SMS • Email Marketing
As últimas tendências da área	• Redes sociais • Campanha de SMS • Email Marketing
Testemunhos de clientes fidelizados	• Redes sociais
A equipa especializada	• Redes sociais

4.1

O digital oferece muitas soluções

E o seu salão de beleza tem potencial para **crescer na Internet, sem exigir grandes esforços financeiros** e ainda conquistando mais tempo para se dedicar à sua área e ao que realmente gosta.



Descubra ao detalhe como funciona a funcionalidade **SMS e Email Marketing.**

Saiba mais

5.0



Oferecer **canais**
de apoio ao
cliente no digital

5.0

Vamos conhecer as diferentes opções.

O **contacto com o cliente** também pode ser potencializado no digital, facilitando responder às suas questões, pedidos ou dúvidas. Se disponibiliza canais digitais e incentiva à **interação**, deve igualmente desenvolver estratégias para estar próximo dos seus clientes, mantendo-os felizes e satisfeitos.

Existem funcionalidades disponíveis para ajudar e facilitar esta gestão que vão, igualmente, **tornar-se aliados ao poupar tempo e recursos**.



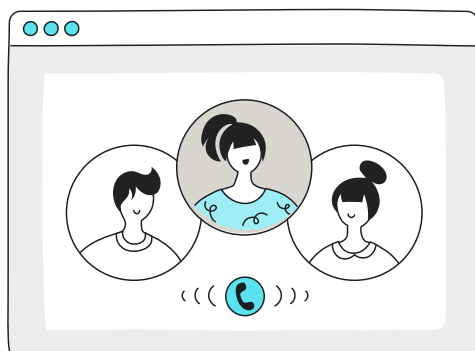
5.1

Chat Online

O **Chat Online Bytalk** é uma ferramenta que oferece aos clientes um canal de comunicação direto onde podem esclarecer dúvidas, fazer marcações, entre outras necessidades.

Adotar esta funcionalidade é inovar a forma como interage com os visitantes da sua página web, ao comunicar através de um canal mais rápido e cómodo. Simultaneamente, é uma ferramenta que **promove um melhor serviço de apoio ao cliente e de assistência à venda online**. E bem sabemos que mais vendas e clientes mais satisfeitos é sempre um mais um passo em direção ao sucesso.

Além disso, o **Chat Online** permite uma maior autonomia na gestão do serviço, possibilitando a definição de horários de atendimento, a organização de equipas e a automatização de processos.



5.1

O Chat Online Bytalk permite:

- Receber avisos sempre que há novos pedidos de conversa;
- Enviar automaticamente notificações para o utilizador quando tem novas respostas;
- Aceder ao histórico de mensagens;
- Responder diretamente no telemóvel com a aplicação Bytalk.



No fundo, o que está a oferecer é uma **opção de contacto mais fácil, flexível e direta aos seus clientes.**

Quer saber mais sobre esta funcionalidade?

Saiba mais

5.2

Liguem-me Grátis (Click2Call)

Um outro recurso interessante é o **serviço Liguem-me Grátis (Click2Call)**. Sabemos que há ainda quem prefira falar diretamente ao telefone. Por isso, na sua estratégia de gestão de clientes online é sempre favorável oferecer este canal de apoio. Este serviço permite que os visitantes da sua página web peçam para ser contactados por si, de forma totalmente grátis, via chamada telefónica.

À semelhança do Chat Online, **pode ativar** o serviço em momentos-chave, mantê-lo ativo durante campanhas especiais e personalizar à sua medida. Desta forma, vai conseguir definir horários de atendimento disponíveis, escolher em que momentos os visitantes podem pedir para serem contactados e, também, ativar o serviço de Click2Call de forma automática.

Não ofereça apenas mais um canal de apoio aos seus clientes, consiga também gerir melhor os seus horários e automatizar tarefas. A solução certa para acompanhar os seus clientes enquanto otimiza tempo.



Não perca mais tempo
e informe-se sobre este **serviço**.

Saiba mais

5.3

Gestão de Contactos

Uma parte fundamental de garantir um bom apoio ao cliente é ter a **informação organizada e disponível para facilitar a consulta e garantir o melhor atendimento possível**. Por isso, ter uma ferramenta que garanta a gestão de marcações de forma fácil, segura e automatizada vai, com certeza, contribuir para alcançar mais clientes e fazer o seu negócio crescer.

Mais ainda, esta ferramenta permite ter uma **visão única de todos os contactos do negócio**, com origem em diferentes canais, desde as Marcações Online a uma conversa de chat ou chamada telefónica.

Assim, optar por uma ferramenta destas vai permitir:

- **Usufruir de uma gestão completa e centralizada de contactos dos seus clientes;**
- **Trabalhar campanhas personalizadas e segmentadas;**
- **Oferecer um suporte online mais próximo;**

Além destas vantagens e recursos, com a Bytalk tem tudo isto integrado numa só plataforma e acessível em qualquer momento e em qualquer lugar, através da app.



Sabia que pode testar esta e outras ferramentas Bytalk de forma **totalmente grátis durante 14 dias?**

Teste já

6.0

Conclusão

Agora que já conhece, ao detalhe, o público-alvo do seu salão, já tem ao seu dispor **ferramentas e canais digitais para levar o seu negócio mais longe e uma estratégia de apoio ao cliente montada**, está na altura de ver o seu salão de beleza crescer na Internet.

Faça check nesta lista e usufrua das possibilidades do digital.

- ☐ Tenho o meu público-alvo bem definido
- ☐ Já tenho uma página de Marcações Online personalizada
- ☐ Envio lembretes automáticos por SMS e Email aos meus clientes
- ☐ Criei um perfil nas redes sociais para o meu salão
- ☐ Defini um plano de comunicação
- ☐ Envio campanhas especiais por SMS e Email Marketing
- ☐ Tenho todos os dados e histórico dos meus clientes organizado
- ☐ Ofereço diferentes canais digitais de apoio ao cliente

Fontes:

DataReportal

Digital 2023: Portugal

Bytalk

Como crescer no digital

Coordenação e edição editorial:

wace

digital inbound marketing agency

Coordenação e edição gráfica:

wace

digital inbound marketing agency

Bytalk

Rua do Visconde de Bóveda 70, 4000-108 | Porto

T: 225 103 881 | bytalk.com

