

经典拓客模式简介

鹰的眼睛，狼的速度！没有客源，你还在守株待兔吗？

效果：通过多姿多彩的活动、与附近商圈的联谊，美容师转介绍、客户转介绍等，一改美容院“酒香不怕巷子深”的保守态度，以“侵略”的方式拓展客源！

服务内容：

- 1、活动整体策划；
- 2、销售卡项的设计；
- 3、美容师的动员与培训；
- 4、活动的导演与执行；
- 5、各种宣传品的设计

拓客总体思路：一个美容院有100个老顾客，一个带一个就是100个新顾客，从目前情况来看美容院集中做老顾客带新顾客是一种最有效的手段之一。

常规美容院的老顾客转介绍工作往往有几处弊端：

一、没有把它当个事情来做，没有形成制度，偶尔要求美容师做此项目工作，美容师也偶尔要求老顾客做转介绍，达成如何就不得而之。

二、没有充分调动美容师的积极性，全力以赴做好老顾客转介绍的工作。

三、没有充分考虑到老顾客的感受，没有把利益与情感很好地结合起来。

如何让老顾客愿意带新顾客来？

达成思路一：美容师的细节服务感动顾客，加上美容师各种营销手段的运用，让老顾客愿意；

达成思路二：结合以类似公益或宣传推广的名义，让高端顾客或新顾客愿意接受；

达成思路三：通过会议展示美容院文化，服务，增加老顾客的自豪感，增加新顾客的好感；

达成思路四：通过一部分利益的巧妙赠送，让老顾客愿意帮忙；

达成思路五：通过让老顾客感受到实实在在的优惠，而让老顾客愿意带朋友或转介绍。

针对于此：

一、以卓越优秀美容师评比，让老顾客带人过来。

二、以美容院美容师技能大赛，让老顾客带人过来。

三、以美容师成长经验分享，让老顾客带人过来。

主要销售流程：

一、会前销售感恩卡，美容师技能大赛亲友团卡来完成会前销售；（三天压迫式售卡）

文章摘要：服务整改期：约一到二周，将美容院服务整改事宜全部通过宣传造势，让全体顾客知情，同时每个美容师做自己客户的客情，务必每个主要希望转介绍的顾客都要做一到二件感动顾客的事情。

二、技能会中进行高档顾客的评审团的销售，与没有成交的新顾客环境促成销售（周末）；

三、会后会，即魅力女人或美丽大讲堂以联欢或教育形式，让新顾客变成老顾客，并伺机再做转介绍活动。

方法立意：可大做，也可以小做。

大立意者：

找一些发起单位，最好是政府职能部门，著名杂志传媒，或者相关服务评比机构，如：

发起单位：某市市总工会，省美协，《某某报纸》等等，当然要视操作者的社会关系而言。

参选单位：某某美容院等

评选主题：（以下类似若干）1、卓越服务星级美容师评定会 2、美丽天使星级评定终极PK赛 3、“我最喜爱的美容师”星级评定

小立意者：

自己美容院来操作，以对美容院全体美容师技能考核，顾客满意度等内容做为诉求点来进行操作，如：

- 1、 某某美容院美容师服务技能比武大赛
- 2、 某某美容院金牌美容师全能争霸赛
- 3、 超级美容师五星服务投票赛

操作流程：

一、服务整改期：约一到二周，将美容院服务整改事宜全部通过宣传造势，让全体顾客知情，同时每个美容师做自己客户的客情，务必每个主要希望转介绍的顾客都要做一到二件感动顾客的事情，如给顾客写感谢信，给顾客发彩信，讲自己感人的故事给顾客预热，接待时增加一个针对性个性化的服务，商学院的学生还可以

按王老师此次课程的《美容院五星服务完美细节》的内容进行改良。

二、美容院整理全体老顾客的名单，按质量与配合度来分配给美容师。顾客一般有三种情况：一是高档顾客，此次通知与会即可，不要做销售工作，被聘为会议评审团成员；二是重感情强过重利益的顾客，同时对美容院与美容师很认同的有缘顾客，三是普通顾客，应该按照先易后难的方法进行操作，打不开局面时，老板可利用自己的资源，做几个样板来鼓动员工士气。

三、“超级美丽”感恩卡复式卡卡项的设计一般正反面，正面是活动主题，活动参加门票，美容师情况介绍，评分标准与顾客打分栏。背面是优惠政策，优惠政策加一条老顾客见证。（即原价多少，现确实优惠多少？），同时，此优惠政策最好是美容院的敲门砖的项目，如有美容院设计为：100元，享受1380元的2次健胸，2次电波拉皮护理，另外会议现场参加抽奖，还有睡眠面膜一张；还有88元的卡，领取价值380元拓客礼品套一套，面部水份检测一次，另外会议现场参加抽奖。再如0+388元卡，健胸5次，如果顾客感觉效果不直观，三次之后无效退款等。

四、关于老顾客利益：不要谈利益，只谈美容师如果通过此次评定或获奖后，可帮相关老顾客申请产品或优惠项目。（强调有些产品项目是奖励给美容师本人或其家属朋友的）。二是对于那些活动中很卖力，帮转介绍很多的顾客，有很多相关奖项，如伯乐奖，慧眼奖，知音奖等，一律以实物形式发放，如旅游，餐券，手机等，如果此奖品顾客不拿，在美容院可充抵现金，并以2倍系数做价。

五、美容师计划在一周时间内，让美容师全体通过短信，电话，登门拜访的形式，让老顾客帮助美容师自己卖卡，工作安排如下：将美容师按二人一组来操作，一人电话时，一人可以直接联系到相关顾客进行销售。为了不影响美容院日常工作，时间一般从早上下：30-下午18：30左右。

六、在周末时，将全体顾客，包括新老顾客邀请到会场进行相关美容师技能大赛的会议。

七、会议内容：以美容师技能大比赛，服务宣言，感人经验分享，老顾客推崇会等内容来完成。

八、会后一个月时间，举办名媛盛典，魅力女人，女人美丽经，美丽与美容邂逅等。同时增加专家坐诊的环节。

考虑要素：

1、如何调动美容师积极性，全力以赴去做老顾客的转介绍工作，如遇到拒绝，挫折时，如何处理，如打不开局面又如何突破。

解决方法：将绩效考核的三原则充分运用好：激励，压力，鼓励，会前总动员很重要，除了老板感动员工外，让每个员工分享家庭，父母，期望等，让员工感动员工。如果可能安排美容师上街做销售，突破心理障碍，全力以赴。开个玩笑，厂家开会怎么向美容老板逼单，就让美容师向老顾客逼单。现场竞争榜，指标图，美容师立军立状，授旗活动，奖品：红花，金牌巧克力，激昂音乐，最重要的是每天晚上评定时现场发放奖金。成功案例分享，及时手机短信造势，没有达标的小组，可考虑让其自己提出不吃晚饭等精神惩罚。有个别美容院美容师为了完成销售，给顾客夜晚十二点还在发短信，诉压力求帮助，此块一定要表明一个观点：美容院只是通过活动提升服务，而美容师自己想通过增加人气，亲友团的人数而自己给自己压力等相关观点。

2、老顾客为什么愿意帮助转介绍，除了感情，利益还应该有什么？

除上述内容，老顾客有二种情况，一是被感动，确实觉得应该帮美容师一下，二是被磨得有点无奈，半勉强半接受。这个度要掌握得好，一般不会出现什么负面情况。最理想的结果就是美容师针对有把握的顾客，事先细节，感动顾客，成交若干，以点带面的突破，从而引起转介绍工作的良性能循环。新顾客通过二个环节完成，一是会前售卡，二是会中售卡。

3、卡项如何设计，让新顾客愿意接受，并前来与会？

每个美容院要结合自己的情况来设计卡项，最好是利用老师提出的拓客项目或品牌，即敲门砖，此项目有几个要素：效果直观，价格优惠，简单易操作，能强调频次，每个美容师都会服务等。

4、会议如何做出文化，做出品味，做出档次，更重要的是做出顾客的好感？

现场不做强销售，突破三大版块：美容院定位与差异化（最好是服务的差异化），美容院文化与美容师精神面貌，还有就是老顾客的推崇，卡项的特色与效果承诺。

5、新顾客成交低卡后，如何转卡转项目？

成交此卡不是目的，此活动千万不能搞成看热闹贪便宜的多，优质顾客，转化顾客少，解决之道就是课程中的项目组与调理，调整，调理，调养的三步曲中的连锁式销售，做好顾客短期，中期销售计划与售前观念导入工作，当然最重要还是此卡四次产品一定要见效或者四次服务与众不同。

6、一个月后，为什么一定要开会，进行新顾客巩固，而会议除了热闹的盛会外，如何进行教育，因为教育才是拓客的根本？

当新顾客进来完成此卡服务后，授课或联谊是情感转化与升华的另一个重要环

节，教育才是拓客的根本，个人认为现场示范，体验营销，个性服务，专案专家指导还是销售的重点。

7、美容师如何奖励，如何提成？老顾客如何给到利益？

美容师分组后，奖励冠亚军，一般情况下；如100元卡，可考虑员工开张卡提15元钱，总冠军还可得总销售业绩的15%，亚军可得总业绩的5%，总额扣除20%，顾客真正到店后再行发放，10万元卡给到3-4万元的奖励才有积极性。

8、新顾客经过一个月培育与巩固之后，是否能让新顾客带更新的顾客？

如果此方法可行，可以考虑二三个月后再类此举办一次顾客转介绍活动，让新顾客带新顾客，另外，如果第一次不理想，二个月后到了感恩节时，同样还可以感恩形式，带顾客一起去相关寺庙祈福许愿的形式来搞，年底时，以财神派利士封（红包），新春美丽杰出女性评比活动来搞，去相关福利院希望小学送温暖来搞。其实在之前拓客中，情感营销也好，明星模仿秀也罢，都有老顾客带新顾客的工作，只不过把注意力放到机关单位拓客方面，而没有强化老顾客转介绍，没有集中做老顾客转介绍，并没有做压迫式老顾客转介绍而已。

工作安排：

在活动开展前十五天发手机短信给全体老顾客，要求老顾客转发新顾客；

活动对员工全体培训：

培训内容：全员激励：如何激励员工，让员工声嘶力竭，街头销售产品，

宣布奖惩：见上相关，美容院视自己情况设定，

销售话术：活动的目的与意义，自己的荣誉感与难处，其它美容师老顾客转介绍情况，其它老顾客的介绍情况。打电话的技巧与方法：见新顾客的拜访方法

要求：老顾客有一百个理由拒绝你，你就有一千个方法来说服她，她有一千个理由拒绝你，你就有一万个理由来恳求她。

老顾客可转介绍对象：姐妹，朋友，亲戚，同事，同学，街坊，邻居，每个人应该周围都有最少七个合适美容的对象。

老顾客拒绝点：从卡的优惠，感情，帮助，竞争，同情，给顾客利益（好处）等来解决。

基本技巧与销售话术：

如何说优惠，讲帮助：您是老顾客也知道这多优惠，这是真正在帮朋友，好东西跟好朋友分享！您和朋友一起来做，可以说说话，有个伴！什么东西都不如送健康送美丽，这个东西礼轻情义重；过生日，同事送东西还不如送我们卡，一来便宜

但有价值，有意义，二来现场能给我助威；

赠人玫瑰，手有余香！如果您朋友过来，这个项目多好啊！姐，这个东西送单位领导很不错，某某就是这样和领导重要朋友搞关系的。

如何说竞争，博同情：我压力大，竞争太厉害；帮我这一次，感谢您一辈子；我们这个年龄做事真不容易；人生的路上都要贵人，你就是我的贵人！就算不为美容院，我也要为自己长脸；我这一辈子还没输过；我一定要比谁谁强；只有顾客多，才能真正说明我服务得好；患难的朋友才是真正的朋友，您就是我真的朋友；这次评比我父母都可能过来或者都可能知道，我丢不起这个脸。我私人请吃饭；我真羡慕某某，某某给她带了两个亲友团的朋友。我知道这样打扰您不好，可是真的太为难了，不然我不会开这个口，最后一次。

我都想不起来？您帮我查一下您的手机号码本或者通讯录，总能找到些朋友，再说您帮我，也帮她，也是帮自己，一举三得。姐，我拿个笔记录一下，好吗？

我的朋友她们都有了？哪个女人没有几张卡，她们可能用完了，也可能还想尝个新鲜，去个新美容院或者做个新项目呢？姐，试试看，帮我一下，真的感谢您这样有爱心的人！您带我去介绍一下，认识一下就行了，成不成交没关系，但我的任务总得见到几个亲友团朋友。

高档顾客，不理怎么办？我们主要是想通过像您这样有身份有地位的尊贵老顾客过来捧个场，带几个人过来，到时省美协的某某也过来，大家在一起也不至于冷场，让客人说我们这个地方人不热情，不配合。不是让您卖卡，像您这种身份怎么做这种事情，后面那个优惠是给顾客选择的，感恩答谢一下也是应该的，做不做没关系，但最少要表现我们的诚意嘛！

以上话术还有很多，大家在操作时，要考虑仔细，美容师打电话时，旁边要放个话术笔记本，出去时，应该彩排和演练。

相关美容技能大赛内容：

- 1、星光大道，美容师礼服迎宾，宣布评委
- 2、美容院文化与感恩：将此次活动出力转介绍顾客照片也放于其中，并就坐主席台
- 3、美容院文化，理论，服务宣誓，美容师自我激励语及风采展示
- 4、美姿美仪与接待流程，一般情况为：普通美容师的确良表现，优秀美容师的表现
- 5、操作手法讲解：手法操舞蹈与手法示范，带顾客一起做。

6、每个美容师专业知识抽题：专业才是硬道理，现场扮顾客与美容师示范，特别是卡上边的项目，并给模拟的顾客效果或服务承诺。

7、员工才艺展示：并可视情况进行情景喜剧。

8、演讲大赛：美容师成长心路历程，最好能感动得顾客哭，并上台安慰美容师并为说好话

9、顾客推崇，打分，类似于超女模式，亲友团

感恩是哪个美容师的新顾客给加分，是否会出现后来选择美容师情况，或者每个人都参加抽奖的形式

10、女人美丽经专题讲座

美丽与美容邂逅，此块是美容院教育讲座，不带产品，不带销售，只有顾客相信与认同即可。

11、物料：美容师个人宣传 X 展架，感恩卡500-1000张横幅：美丽天使评选，绶带，专业会场，音响，红包，相机，玫瑰，庆功宴，冠军亚军奖杯，证书，金币类巧克力，1人/天/块

12、奖项：伯乐奖，慧眼奖，评审团奖，最佳组织奖，金梧桐奖（大活动，发给美容院）；五星，四星，三星美容师或者最佳微笑奖，最佳服务奖，最佳礼仪奖，最佳才艺奖，最有人缘奖等。