

Пошаговый план

продвижения себя как Мастера

Brow Lab



Алина Бортникова
руководитель студии

Итак, перемены в твоей жизни уже вот вот случатся!
Начало развития в новой профессии – самый трепетный, увлекательный, интересный и особенный процесс :)

Ты мечтаешь, придумываешь, проявляешь всю себя в деталях – и это чудесно

6 лет назад я прошла этот путь сама с нуля и без чьей-либо помощи, набила много шишек, но получила бесценный опыт!

Тебе повезло – ты получаешь выжимку моего опыта - полезную и эффективную пошаговую инструкцию к применению безупречных базовых знаний бровиста (и любого другого beauty-мастера)

С наилучшими пожеланиями!

Содержание

Шаг 1
Выбери свою ЦА (целевую аудиторию)

Шаг 2
Выбери экономический сегмент

Шаг 3
Позаботься о рабочем месте

Шаг 4
Упаковка профиля в соцсетях

Шаг 5
Создавай качественные работы

Шаг 6
Планирование и создание контента

Шаг 7
Бесплатные способы продвижения

Шаг 8
Платные способы продвижения



■ Что это такое?

Это сегмент людей (несколько сегментов), для которых ты будешь создавать качественный результат Работать для всех женщин и девушек/мужчин города – стратегия изначально провальная. У каждого социального сегмента свои роли, свои цели, свои предпочтения

Выбери и подумай, с кем тебе интереснее и комфортнее будет работать: молодые девчонки-студентки, занятые бизнес-вумен, мамы в декрете, домохозяйки, возрастные женщины и т.д. Выдели их страхи, цели и желания. Это поможет в создании текстов, продающих твои услуги

■ Зачем?

К примеру, возьмем **бизнес-вумен и студенток**

Первым необходимо: получать услугу **быстро**, получать **результат здесь и сейчас**, гибкий график мастера, **статус мастера**, работа с использованием **профессиональных и премиум материалов/косметики**, не важна стоимость, непревзойденное качество услуги, парковка рядом, высокий класс сервиса. Чаще всего пользуются: маникюр и педикюр в 4 руки, наращивание ресниц, перманентный макияж бровей

Студентки: нужно **просто хорошо выглядеть**, ищут оптимальное **соотношение цена/качество**, не заморачиваются относительно инструментов и материалов, **могут записаться заранее и подождать визита**, не очень важен сервис и парковка. Чаще всего пользуются: наращивание или ламинирование ресниц, ламинирование бровей (долговременная укладка), архитектура бровей, маникюр и педикюр

Таким образом, получаем:

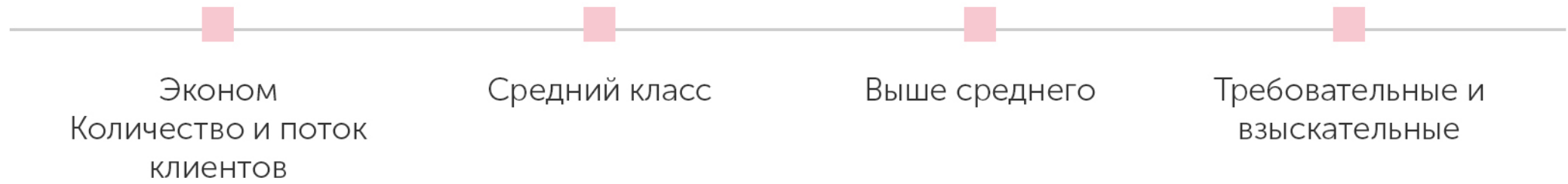
- различную ценовую политику
- различный спектр оказываемых услуг
- различное место приема мастера
- различный статус помещения/района
- различное визуальное оформление соцсетей
- различное текстовое и смысловое наполнение соцсетей

Вывод:

1. Определить с кем ты будешь работать
2. Подумать, о чем будет интересно читать выбранной ЦА
3. Подумать, на какие фото/видео будет интересно и приятно смотреть выбранной ЦА (косметика, атмосфера, работы, процесс услуги и т.д.)
4. Мысленно наметить наполнение и дизайн соцсетей



■ Определись, в каком экономическом сегменте ты будешь работать:



■ Зачем?

- необходимо понять стоимость услуг
- необходимо понять, где работать (снять место в студии, работать дома, снять отдельный кабинет, отдельное помещение)
- территориальное расположение места работы
- возможный спектр услуг
- рассчитай себестоимость услуги, воспользовавшись моей простой схемой расчета, которую я дам на базовом курсе



Не важно, где ты решишь принимать клиентов – дома или в отдельном помещении.

Главное – обеспечить комфортное и изолированное место для время пребывания клиента

Думай как клиент.

Что бы тебе было важно?

Прийти в чистоту и уют, где красиво оформлено рабочее место, нет посторонних, одноразовые материалы точно одноразовые, а стерилизация инструментов без сомнений происходит по санитарным нормам

Упаковка профиля в соцсетях

Шаг 4

- Сдбери подходящий аватар профиля и придумай запоминающееся несложное название

Важно: при выборе названия и логотипа позаботься о том, чтобы не нарушить ничьи авторские права. В противном случае, название, логотип и доменные адреса все равно придется поменять по требованию правообладателя

- Составь описание профиля таким образом, чтобы за несколько секунд твой потенциальный клиент понял чем ты занимаешься, какие услуги оказываешь, сколько это стоит, где ты находишься, как записаться. Кратко расскажи о себе, своих особенностях - привлекли внимание
- Позаботься о безопасности аккаунта – защити его от взлома. Придумай сложный пароль, включи в настройках двухфакторную аутентификацию (доступно для бизнес профиля)
- Переключи страницу Instagram в режим бизнес профиля. Сделать это несложно, гугл предлагает подробную инструкцию. Бизнес профиль Instagram дает возможность следить за статистикой аккаунта, понимать в какие часы твоя аудитория активна, какие тексты/фото/видео им нравятся больше и многое другое





- Обязательно используй все знания, которые я дам на базовом курсе!
- Подбирай вид профессионального красителя или хны ориентируясь на исходные данные клиента: тип и структура волоска, тип кожи, состояние кожи, цветотип кожи/волос/глаз, природный пигмент волоска
- Слушай и изучай клиента. Выяви пожелания по оттенку, плотности окрашивания, результату окрашивания на коже, форме и ширине бровей
- Исходя из опроса определись, что ты будешь использовать в работе: полуперманентные или перманентные красители, какой процент оксида, теплую или холодную подгруппу красителей? А может быть, стоит взять хну?
- Соблюдай время экспозиции хны/красителя. Помни, лучше недодержать и положить еще, чем передержать и думать, что теперь делать
- Не забывай про уход на финише процедуры
- Расскажи клиенту о домашнем уходе за бровями и дай рекомендации

- Напомни себе кто твоя ЦА, их страхи, цели и желания
- Придумай рубрики и темы постов, которые будут «решать проблемы» твоей аудитории и будут ей интересны
- Напиши 9-12 постов, не забывая чередовать тематику: вовлекающий, продающий, экспертный, информационный
- Собирай красивые фото работ. Выгодные ракурсы, вкусные кадры и секреты подачи, грамотная натуральная обработка фото бровей узнаешь на Базовом курсе Дизайн бровей в BrowLab
- Разнообразно скомбинируй посты, фото и видео на 2-3 недели вперед. Для удобства можно пользоваться google таблицей, excel или просто заметками в телефоне. Таким образом, контент выстроится гармонично и красиво, что очень важно для привлечения клиентов
- Для предварительного просмотра получающегося контента в ленте используй Unum, Planoly, Inpreview
- Для удобства можно подключить сервис автопостинга SMM Planer. В заданное тобой время пост опубликуется сам, без твоего участия
- Не забывай обрабатывать контент. Пользуйся программами, которые ты получишь на базовом курсе

- Создай подборку хэштегов. Используй различные тематические хэштеги, которые будут относиться к месту нахождения твоей ЦА. Например, #наращиваниересницмосква
- Создай подборку геометок. Используй места, где чаще всего бывает твоя аудитория (кино, торговые центры, бутики, рестораны, финтес, кофейни и тд)
- Используй комментинг у блогеров. Оставляй интересные комментарии в блогах, соответствующие тематике поста
- Ищи близкие по тематике и аудитории профили, с которым можно взаимно сотрудничать: сделать пост друг о друге, совместный прямой эфир или рассказать в сторис
- Размести активную ссылку в шапке профиля в Instagram и других соцсетях
- Используй конкурсы и розыгрыши для подписчиков. Призом может быть твоя услуга/ комплекс услуг. Помни, что условия для участия должны быть простыми и не затруднительными

1. Кнопка «Продвигать» под постом поможет увидеть его максимальному количеству пользователей, которым интересна твоя тематика

2. Реклама у блогеров

- создай макет для stories/ленты и интересный текст для поста
- выбирай блогера по принципу схожести интересов ЦА и ее возраста
- проверь блогера на накрученные комментарии, лайки и подписчиков, попроси статистику
- узнай условия сотрудничества. Возможно, получится сделать рекламу на бартерной основе
- заранее обсуди дату/время выхода рекламы и формат подачи

3. Реклама в Instagram

- выбери в настройках свою ЦА, их возможные интересы, возраст, территориальное нахождение
- запусти рекламу на stories или пост
- посмотри на результат, сделай выводы, запусти рекламу еще раз с учетом ошибок

Помни, создать в себе востребованного brow-стилиста и изменить жизнь не сложно. Тебе понадобится стремление, а также следовать этой инструкции!

До встречи на Базовом курсе

Дизайн бровей

Следи за тенденциями и развивайся с аккаунтом

Instagram @_browlab