

OD TRETMANA DO TERMINA

mini vodič kroz promociju

Zašto ti treba marketing?

Kao vlasnica kozmetičkog salona, znaš koliko si truda uložila u edukaciju, uređenje prostora, nabavu kvalitetnih proizvoda. No ako klijentice ne znaju za tebe – sve to ostaje nevidljivo. Marketing nije manipulacija, već alat da istakneš vrijednost svog rada. On ti omogućuje da dopreš do pravih osoba, onih koje traže upravo ono što ti nudiš.

Marketing ti ne treba oduzimati sate – uz dobru organizaciju, možeš ga voditi jednostavno, autentično i s mjerljivim rezultatima. Uspješna promocija ne znači biti „glasna“ – znači biti prisutna na mjestima gdje tvoji potencijalni klijenti traže informacije, inspiraciju i rješenja. Primjerice, žene koje pretražuju Instagram za savjetima o njezi kože mogu naići na tvoju objavu i tako otkriti tvoj salon.

Marketing gradi povjerenje prije nego klijentica uopće stupi u tvoj prostor. On stvara sliku o tebi, tvom pristupu i atmosferi koju nudiš. Kada to znaš, marketing ne doživljavaš kao napor, već kao produžetak svoje usluge. Zamisli marketing kao pozivnicu – pozivaš ljude u prostor koji si stvorila. Ako ne znaš kako da ih pozoveš, oni možda nikad ne saznaju da postojiš. Zato je važno postaviti temelje: tko si, što nudiš, kome se obraćaš i zašto bi netko došao baš tebi.

U ovom priručniku pokazat ćemo ti kako da odgovoriš na ta pitanja i preneseš odgovore u svoje svakodnevne marketinške aktivnosti. Cilj je da klijentice steknu dojam kao da su već bile kod tebe – čak i prije prvog termina.

Zato krenimo – korak po korak.



Tko su tvoji klijenti?

Tvoje idealne klijentice nisu „sve žene“, već određeni tip osoba koje će najviše cijeliti tvoju uslugu. Što ih točno zanima? Kako provode dan? Koje vrijednosti cijene?

Primjer: Ivana ima 42 godine, zaposlena je u administraciji, ima dvoje djece, i redovito odgađa brigu o sebi. Želi izgledati njegovano, ali ne želi gubiti vrijeme na komplicirane tretmane. Cijeni brzinu, ugodu i povjerenje. Ako znaš da je to tvoj profil klijentice, onda tvoje poruke mogu zvučati ovako: „Brzi tretmani za zaposlene žene koje žele njegovan izgled bez stresa.“

Zamisli dvije-tri idealne klijentice i razradi:

- Kako doznaju za salone? (preporuke, Instagram, lokalne FB grupe...)
- Što ih sprječava da dođu? (strah od nepoznatog, sram, financije, nedostatak vremena)
- Koje ključne riječi koriste kad traže tretman? (npr. "anti-age tretman", "brzo uklanjanje mitesera", "opuštajuća masaža lica")

Vježba: Uzmi bilježnicu i odgovori na ova pitanja za svoju idealnu klijenticu. Kad imaš jasnu sliku, sve tvoje objave i poruke mogu biti puno preciznije i djelotvornije.

Zamisli da tvoj sadržaj govori: "Znam kako se osjećaš. Znam što ti treba. Dođi – brinem o tebi." To je moć poznavanja svog idealnog klijenta.



Osnovni alati za promociju

Ne moraš koristiti sve alate koji postoje, ali one koje koristiš trebaš redovito održavati. Tvoj online identitet često je prvi kontakt koji klijentica ima s tobom, zato je važno da sve što je dostupno o tebi izgleda profesionalno i ažurirano.

Najvažniji alati su:

- Instagram profil: Jasan bio s lokacijom i kontaktom, istaknute priče po kategorijama (usluge, recenzije, radno vrijeme, novosti). Objave neka imaju dosljedan stil i ton.
- Facebook stranica: Veći dio publike i dalje koristi Facebook. Koristi je za objave, ali i za odgovaranje na poruke i komentare. Uključi i Facebook shop ako prodaješ proizvode.
- Google My Business: Ažuriraj adresu, radno vrijeme, broj telefona i fotografije salona. Redovito potiče klijentice da ostave recenzije – to jača tvoju vidljivost.
- Web stranica ili landing stranica: Ne mora biti komplicirana. Idealno je da sadrži: kratak opis salona, cjenik, kontakt obrazac i galeriju fotografija.
- Offline alati: Vizitke, letci, kartice lojalnosti i suradnički promotivni materijali s lokalnim partnerima.

Pravilo: bolje imati 2-3 kanala koje vodiš kvalitetno i s veseljem, nego 5 zapuštenih. Izaberi one koji najviše odgovaraju tvojoj osobnosti i publici.



Kako izgledaju tvoje objave?

Svaka objava je prilika da pokažeš svoj rad, znanje i osobnost. Ključne komponente dobre objave su:

1. Fotografija ili video – Jasna, čista i estetski ugodna slika. Koristi prirodno svjetlo, neutralnu pozadinu, istu vrstu filtera (ili nijedan). Prikaži svoj rad, salon, atmosferu ili detalje (npr. proizvode koje koristiš).
2. Opis – Tekst koji prati fotografiju treba odgovarati tonu tvog brenda: stručan, topao i jednostavan. Umjesto da samo napišeš "Njega lica – slobodan termin sutra", napiši: "Ovaj tretman vraća sjaj umornoj koži. Idealno ako ti treba oporavak između dva radna tjedna. Slobodan termin sutra u 17 h – piši mi."
3. Poziv na akciju (CTA) – Svaka objava treba završiti jasnim pozivom: "Pošalji poruku", "Pogledaj video rezultat", "Rezerviraj svoj termin još danas".

Vrste objava koje možeš kombinirati:

- Prije/poslije (transformacije)
- Edukativne (savjeti za njegu, česta pitanja)
- Osobne (zašto voliš ovaj posao, priča o klijentici)
- Informativne (novi tretmani, slobodni termini, promjene radnog vremena)

Savjet: napravi mapu sadržaja – teme i ideje koje možeš unaprijed planirati (npr. njega kože po sezonama, novosti u ponudi itd.)



Raspored objava – ritam koji možeš održati

Dosljednost je važnija od savršenstva. Ne moraš objavljivati svaki dan, ali je važno da tvoj profil ne izgleda napušteno.

Prijedlog rasporeda:

- Ponedjeljak: edukativna objava (savjet, informacija)
- Srijeda: osobna objava ili prikaz iz salona (behind the scenes)
- Petak: slobodni termini i poziv na rezervaciju

Alati koji ti mogu pomoći:

- Meta Business Suite – besplatan i jednostavan alat za zakazivanje objava na Instagramu i Facebooku
- Canva – za vizualno uređivanje objava i storyja
- Trello/Notion – za planiranje sadržaja po tjednima ili mjesecima

Napomena: Ako u jednom danu fotografiraš više tretmana, možeš stvoriti sadržaj za cijeli tjedan unaprijed. Uz malo discipline i planiranja, objavljivanje sadržaja može ti uzeti 2-3 sata tjedno.



Kako privući nove klijente?

Privlačenje novih klijentica ne mora značiti veliko ulaganje u reklame. Ključ je u pametnim i jednostavnim strategijama koje iskorištavaju ono što već imaš – postojeće klijentice, lokalnu zajednicu i tvoju stručnost. Isprobaj sljedeće:

Ponuda dobrodošlice: Popust od 10–20% za prvu uslugu, besplatan mini tretman (npr. masaža lica uz njegu), poklončić nakon tretmana (uzorak kreme, maska...). Važno je naglasiti da je ponuda isključivo za nove klijentice i da vrijedi do određenog datuma.

Povedi prijateljicu: Klijentica koja dovede novu osobu dobiva popust ili poklon. Novu klijenticu također nagradi. Tako tvoja zadovoljna klijentica postaje tvoj ambasador.

Recenzije i preporuke: Zamoli klijentice da ostave recenziju na Googleu ili te označe na Instagramu nakon tretmana. Možeš napraviti malu nagradnu igru: "Ostavi recenziju i ulaziš u izvlačenje za besplatan tretman svakog mjeseca."

Lokalne suradnje: Dogovori razmjenu letaka i preporuka s frizerskim salonima, fitness centrima, joga studijima, trgovinama s prirodnom kozmetikom. Svaka suradnja proširuje tvoj doseg.

Lokalne Facebook grupe: Predstavi svoj salon u grupama za mame, žene, lokalnu zajednicu. Nemoj prodavati, već podijeli koristan savjet ili iskustvo, pa tek onda spomeni salon.

Mini edukacije: Jednom mjesečno održi live ili objavi post u kojem odgovaraš na česta pitanja. Ljudi vole stručnost – kada pokažeš znanje, veća je vjerojatnost da će ti se javiti.



Analiza i prilagodba – što funkcionira?

Marketing nije samo kreiranje sadržaja – podjednako je važno analizirati rezultate. Jedino tako znaš što djeluje, a što troši tvoje vrijeme bez rezultata.

Praćenje uspjeha – što gledati?

Reakcije na objave – Koje vrste objava imaju najviše lajkova, komentara i spremanja? Edukativne? Prije/poslije? Storyji s pitanjima? Koristi to kao smjernicu.

Broj upita ili rezervacija – Nakon koje objave ti se ljudi najčešće javljaju? Koji pozivi na akciju daju rezultate?

Google analitika i Instagram Insights – Prati doseg, broj posjeta profilu, klikove na linkove. Na Facebooku i Instagramu to možeš pratiti unutar aplikacije.

Tvoje vrijeme i energija – Koji tip sadržaja ti je najlakše stvarati? Što ti ide prirodno? Tamo gdje si ti najviše "ti" – tu će doći najbolji rezultati.

Savjet: jednom mjesečno odvoji 30 minuta za pregled rezultata.

Postavi si 3 pitanja:

- Što je funkcioniralo?
- Što više ne želim raditi?
- Što želim isprobati sljedeći mjesec?

Marketing nije statičan – razvija se zajedno s tobom i tvojim klijenticama.



Započni s ovim koracima:

1. Odaberi 2-3 kanala koje ćeš aktivno voditi.
2. Napravi tablicu ili planer s temama objava za sljedeći mjesec.
3. Fotografiraj 10 slika iz salona koje ćeš koristiti kao sadržaj.
4. Postavi si cilj: "Do kraja mjeseca želim 3 nove klijentice koje su me otkrile preko Instagrama."
5. Počni s 1 navikom koju ćeš redovito provoditi – npr. 1 objava tjedno + 1 Story dnevno.

Dnevna/ tjedna rutina marketinga može izgledati ovako:

- Ponedjeljak: Objavi edukativni post
- Utorak: Objavi Story iz salona
- Srijeda: Piši kratki savjet u storyju ili kao objavu
- Četvrtak: Pauza ili Reels
- Petak: Najava slobodnih termina

Ovaj vodič možeš iznova otvarati i dopunjavati prema svojoj fazi poslovanja. Marketing nije pritisak – on je alat kojim gradiš povjerenje, stvaraš odnose i dijeliš vrijednost svog rada.

I zapamti: tvoj salon je tvoj svijet. Pokaži ga – jer svijet čeka da ga otkrije.



Metode, alati i smjernice za uspješan digitalni početak

U ovom dodatku priručnika dobit ćeš konkretne metode i alate koji ti mogu pomoći u svakodnevnom marketingu, kao i 20 smjernica za izgradnju društvenih mreža od nule.

Digitalni alati koje preporučujemo:

- Canva – za jednostavnu izradu vizuala, objava, priča i cjenika (besplatna verzija je dovoljna)
- Meta Business Suite – planiranje i zakazivanje objava na Instagramu i Facebooku
- Linktree ili bio.fm – stvori link s više opcija (rezervacija, ponuda, kontakt)
- Notion ili Trello – za planiranje sadržaja i vođenje bilješki
- Google Calendar – za raspored objava, promocija i kampanja
- Google Forms – za prikupljanje prijava, anketa ili povratnih informacija
- Later / Buffer / Planoly – dodatni alati za zakazivanje ako želiš više opcija ili analitike



20 smjernica za izgradnju prisutnosti na društvenim mrežama

1. Postavi profesionalnu profilnu fotografiju – može biti logo ili tvoje lice.
2. Uredi biografiju: jasno napiši tko si, što radiš i gdje se nalaziš. Dodaj kontakt link.
3. Objavi prvu objavu s predstavljanjem: "Dobrodošli u moj salon – evo što radimo."
4. Objavi video prostora (walkthrough) ili sliku interijera.
5. Predstavi najtraženiju uslugu – s opisom i benefitima.
6. Dodaj Story highlightse (npr. Cjenik, Recenzije, Usluge, Salon, O meni).
7. Objavi edukativni post: npr. "5 mitova o njezi kože."
8. Snimi prvi Reels – npr. "Prije/poslije tretmana."
9. Objavi poziv za recenzije: "Ako ste bile kod mene – pišite iskustvo."
10. Pokaži lice – objavi sliku i napiši osobnu poruku.
11. Uključi se u Story svaki dan barem jednom (priprema salona, novi proizvodi...)
12. Uključi ankete ili kviz u Storyjima (npr. "Koji tretman biste odabrali?")
13. Podijeli testimonijal zadovoljnih klijentica.
14. Objavi behind the scenes: npr. "Kako izgleda moj dan u salonu."
15. Uključi lokalne hashtagove i označi lokaciju na svakoj objavi.
16. Organiziraj mini darivanje – uvjet može biti komentiranje ili dijeljenje.
17. Snimi edukativni video s kratkim savjetom (Reels do 30 sekundi).
18. Promoviraj slobodne termine (najavi ih barem 2-3 dana unaprijed).
19. Napravi ponudu za nove klijentice i pin-aj objavu na vrh profila.
20. Redovito odgovaraj na poruke i komentare – brzina odgovora gradi povjerenje.

Savjet: Kad ne znaš što objaviti – vrati se na osnovne teme: predstavljanje, atmosfera salona, edukacija, rezultati i tvoj pristup. Kroz to gradiš odnos, a odnos dovodi rezervacije.

S ovim alatima i smjernicama tvoj profil neće biti samo galerija, **već živ, jasan i zanimljiv kanal** kroz koji klijentica stječe povjerenje – i poželi doći upravo k tebi.



*Hvala što gradite povjerenje
kroz znanje i iskustvo!*

Za dodatna pitanja, uvijek smo vam na raspolaganju.

✉ Kontakt: info@alerion.hr

🌐 Više informacija: [POSJETITE NAŠU WEB STRANICU](#)

*Priručnik izrađen u suradnji s VA Progressus,
vaprogressus@gmail.com





ALERION

DT GRUPA

Beauty & Wellness Solutions