

De schoonheid voorbij:
**5 customer
experience trends
om je onderneming
te laten groeien**

Leesduur 10 minuten

2019

let's make
payment
happen





De eerste stap om de verwachtingen van je klanten te overtreffen is weten wat die verwachtingen zijn.

Roy H. Williams, bestsellerauteur en marketingconsultant

Customer Experience (CX)

Klantenervaring draait om het begrijpen van de behoeften en wensen van je klanten zodat je hen op sleutelmomenten in hun traject kan benaderen met je onvergetelijke diensten en producten.



Inhoudsopgave

03 Inhoudsopgave

04 Introductie

05 Trend 1 : Digitale virtuositeit

08 Trend 2 : Het zit 'm in de details

11 Trend 3 : Geschenken

14 Trend 4 : Voeding voor je huid (en ziel)

17 Trend 5 : Belichaam het merk

20 Groeicalculator





De trends die de schoonheidssector vormgeven

Schoonheidstrends evolueren in de wenk van een perfect opgemaakt oog. Geactiveerde houtskool, opvallende lippen, dippoedernagels, bakuchiol, lila haar ... voor je het weet, is er weer iets nieuws. Hoe klein je onderneming ook is, in de ervaringseconomie is een geweldige klantenervaring het geheime recept om klanten te winnen en te behouden.

Lees verder en ontdek de 5 belangrijkste trends op gebied van klantenervaring waarmee je klanten aan je bindt en die je schoonheidszaak helpen groeien.



trend 1



Digitale virtuositeit

Digitaal is de trend bij uitstek. Waarom? Omdat je klanten daar te vinden zijn – millennials zijn bijna 6 uur per dag online, en tieners wel 8,5 uur. Of het nu jouw reclame op Instagram Stories of je website is: mensen leren je merk online kennen voor ze je zaak bezoeken. Zo goed als niemand stapt nog een schoonheidssalon binnen zonder op voorhand minstens even het aanbod te checken op de website for reviews te googelen.



Het is geen geheim dat het in deze sector draait om looks. Leg daarom de focus op kwalitatieve foto's en een website die geoptimaliseerd is voor smartphones. [Ontwerp een online aanwezigheid die belichaamt hoe jij wil dat je klanten je zien.](#) Enkele tips over hoe je dit kan aanpakken:

- » Houd online contact via e-mails met aanbiedingen, nieuwe behandelingen en schoonheidsadvies.
- » Reageer altijd snel op berichten van klanten en blijft actief op je platforms. Klanten verwachten tegenwoordig onmiddellijk een antwoord. Stel dus push-berichten in voor het geval je in het midden van de nacht een vraag krijgt over gellak!

» Gebruik intuïtieve betalingen, papierloze transacties en een geautomatiseerde follow-up voor een moderne aanpak die klant en aanzet om terug te komen.

» Bied upgrade-opties aan bij het online boeken zodat de klant aangespoord wordt om extra behandelingen te bestellen.

Bied op sociale media meer aan dan enkel de diensten en producten van je schoonheidssalon. Publiceer als schoonheids expert [interessante content](#) om je klanten te entertainen. Vertel hen bijvoorbeeld over een nieuwe slaapmassage of een gezichtsbehandeling met soja's.

De interesse van je klanten wordt gewekt en jij kan voorstellen om het nieuwe product bij jou uit te proberen.



Bied op sociale media meer aan
dan enkel de diensten van je
schoonheidssalon.
Publiceer als schoonheidsexpert
interessante content om je
klanten te entertainen.



trend 2



Het zit 'm in de details

Bij deze trend gaat het erom dat je je klanten toont dat je om hen geeft. Koffie bijvoorbeeld krijgen ze overall, maar wat als je hen eens een glas bubbels aanbiedt, of kombucha met aardbei en basilicum?



Denk ook even na welke zintuigen je aanspreekt als een klant binnenkomt? Verspreidt de verstuiver een ontspannende lavendelgeur? Zorgt de playlist met zachte folkmuziek ervoor dat ze hun stresserende dag even vergeten? Het zijn die kleine dingen die voor een onvergetelijke klantenervaring zorgen en waardoor mensen over je merk praten, zowel online als offline. Laat luxe schoonsalons en kapperszaken over heel de wereld je inspireren. Zoek online op welke ervaringen zij aanbieden en welke reacties hun klanten posten. Maak een prikbord en betrek je personeel bij het zoeken naar ideeën. Exclusiviteit doet mensen verlangen naar meer. Je scoort extra punten door onbekendere 'cultmerken' in je

aanbod op te nemen. Als je hét kapsalon voor krullend haar wordt, met al de juiste diensten en producten, zal je sneller ontdekt worden. Er is niets mis met een schoonheidssalon dat gezichtsbehandelingen, manicures en zonnebankbehandelingen aanbiedt. [Maar waar is het extraatje voor de klant?](#) Organiseer eens een cocktailavond waar klanten op de ontspannende noten van een live celloconcert van je diensten kunnen genieten. Zo toon je dat je bereid bent om net dat tikkeltje meer te doen om je klanten in de watten te leggen. Bedenk een dienst die niemand anders aanbiedt. Zo onderscheid je je van je concurrenten en zullen je klanten niet aarzelen om een nieuwe behandeling te boeken.



Het zijn die kleine
details samen die
zorgen voor een
onvergetelijke
klantenervaring





Geschenken

Of het nu een beloning is voor het afronden van een gigantisch project op het werk of een manier om een trouwe vriend te tonen dat hij geapprecieerd wordt: geschenken zijn van enorm belang – niet alleen voor de ontvanger, maar ook voor de transformatie van jouw schoonheidszaak.



Thanks!

Niet alle salons en wellnesscentra slagen er echter in om mee te surfen op [deze trend](#). Dat komt omdat ze hun zaak zien als een lijst van aangeboden diensten. Veel salons bieden cadeaubonnen aan, maar de vraag is wat dat cadeau precies is. Krijgt de ontvanger de 'dienst' (een massage van 1 uur) of de ervaring (de relaxerende rozenzoutbelevenis)?

Neem je 'diensten'-lijst eens onder de loep en bedenk hoe je je aanbod kan verpakken als een reeks aantrekkelijke geschenken. Combineer diensten of geef producten mee naar huis als deel van jouw exclusieve aanbod. Voeg er ook champagne en hapjes aan toe voor het perfecte pakket. Organiseer bijvoorbeeld een verwengeschenkweek aan het begin van de maand, zodat mensen de nieuwe maand vol goeie moed, met een pak energie en mooi opgemaakt kunnen starten. 'Subscription boxes' – zie het als de Hello Fresh-oplossing van de

cosmetica – hebben de schoonheidswereld veroverd. Grote online schoonheidsmerken zoals Birchbox sturen elke maand duizenden boxen naar abonnees uit. Jouw zaak heeft echter iets dat zij niet hebben: een echt persoonlijke aanpak. Jij kent de voorkeuren van je klanten en je weet hoeveel tijd ze 's ochtends hebben voor ze naar het werk vertrekken. Als kapper ken je het haar van je klanten veel beter dan zo'n groot merk dat ooit kan weten door middel van een vragenlijst, dus waarom zouden je klanten zich niet inschrijven voor een door jou samengesteld verrassingspakket?

Denk ook aan de trend van de groepsbelevenis: moeder-dochter-verwendagen, wellnesspakketten voor koppels, groepsmanicures voor vriendinnen ... Stel gezellige pakketten samen voor vrolijke vrienden of voor een romantisch rendez-vous zodat je klanten samen kunnen genieten van de sfeer van jouw salon!



Veel salons bieden
cadeaubonnen aan,
maar de vraag is
wat dat cadeau precies is.
Krijgt de ontvanger de ‘dienst’
(een massage van 1 uur),
of de ervaring?

Voeding voor je huid (en ziel)

Millennials willen 'beauty en wellness'-trend meer dan oppervlakkige schoonheid, waardoor de 'beauty & wellness'-trend maar blijft groeien. Schoonheid en wellness vloeien samen nu consumenten een prioriteit maken van een gezonde levensstijl en ook bereid zijn daar geld aan te besteden.



Je klanten zijn niet gewoon op zoek naar een product dat hun huid een matte finish geeft. Ze willen weten dat jouw producten natuurlijk zijn, dat de ingrediënten duurzaam verkregen zijn en niet getest werden op dieren. Die uitdaging zet aan tot innovatie en biedt een enorm potentieel voor de schoonheidszaken die erin slagen aan al die vereisten te voldoen. Klanten zullen zich voluit achter die merken scharen.

Dus hoe zorg je ervoor dat **jouw zaak deze trend belichaamt?** Probeer op te vallen door samen te werken met plaatselijke wellnessexperts zoals voedingsdeskundigen of influencers. Organiseer een exclusief wellness-evenement en nodig je klanten uit. Demonstreer wellnessrituelen en toon je klanten hoe ze via kleine toevoegingen aan hun verzorgingsroutine bijvoorbeeld ook hun humeur een boost kunnen geven.

Zoek lokale artisanale producten of zet een samenwerking op om je eigen schoonheidsassortiment te ontwikkelen. Organiseer een privéavond waarop je klanten en ambachtelijke producenten uitnodigt. Betrek andere plaatselijke zaken bij het evenement: winkels, bloemisten, juweliers, fitnesszaken, luxe-restaurants.

Dat soort samenwerkingen kan je vervolgens laten renderen, bijvoorbeeld in de vorm van geweldige pakketten voor je klanten.

Voor millennials zijn hapjes en drankjes dé manier om een wellness-ervaring naar een hoger niveau te tillen. Serveer dus kruideninfusies, matcha lattes, vruchtenwater en veganistische snacks. Bied een kom ongewoon, Instagramwaardig en misschien voor je klanten wel onbekend fruit aan.

Ga mee met de zero waste trend: papieren bekertjes en wegwerp zijn echt wel passé. Keer terug naar ouderwetse producten zoals toverhazelaar of bied helingservaringen aan, zoals slaapverbeteringsprogramma's.



Je klanten willen weten dat jouw producten natuurlijk zijn, de ingrediënten duurzaam verkregen zijn en niet getest op dieren.





5 trends

Belichaam het merk

De vijfde trend is niet moeilijk te vinden, dat ben jij!



Zet je persoonlijkheid in de spotlight en word zelf je beste [merkambassadeur](#) – denk bijvoorbeeld aan [voor-en-na-foto's en -filmpjes](#) via Instagram-carousels. Bedenk manieren waarop je klanten je schoonheidszaak kunnen helpen promoten. Deel bijvoorbeeld hun volgende Instagrampost over jouw zaak en volg hen dan ook.

Meet je succes door het aantal nieuwe online boekingen, websitebezoeken via sociale media en in de winkel gebruikte kortingscodes bij te houden naargelang je je aanwezigheid op sociale media opbouwt.

Instagram is je nieuwe etalage. Het is meer dan een marketingkanaal. Het is ook een verkoopkanaal. Schoonheidszaken met een sterke aanwezigheid op Instagram voeden hun community met mooie content waarvan hun volgers de meerwaarde inzien. Zorg voor onweerstaanbare momenten in je salon die je

klanten gewoon op beeld moeten vastleggen en delen.

Voorzie accessoires voor prachtige productfoto's en post Instagram stories met beelden van achter de schermen (gebruik de hashtag #BTS). Gebruik ook consistent je alias en hashtag en ga eens spieken bij verpakkingspro's zoals Glossier en Ouai Haircare voor inspiratie (zoals zakjes van roze noppenfolie).

Weet dat klanten de advertenties en merkberichten op hun feeds beu zijn. Nano-influencers hebben een kleinere, maar vaak heel trouwe groep volgers, dus werk met hen samen om je klantenbasis uit te breiden.

Kies altijd voor influencers die echt passen bij de boodschap die jouw salon uitdraagt en die ook echt relevante expertise hebben. Laat hen je feed overnemen voor Q&A en livestreams tijdens behandelingen. Organiseer evenementen waarop

gloednieuwe behandelingen worden gedemonstreerd en geef je klanten de kans om hun favoriete lokale influencer te ontmoeten.



Schoonheidszaken
met een sterke
aanwezigheid op
Instagram voeden hun
community met
mooie content
waarvan hun volgers
de meerwaarde inzien.





Groeicalculator

We verzorgen betalingen voor onafhankelijke ondernemers en grotere ondernemingen in heel Europa en beschikken over een uitgebreide ervaring in de schoonheids- en wellnesssector. Wil je graag enkele belangrijke tips die je kunnen helpen om je schoonheidszaak te laten groeien? Onze gratis online groeicalculator vertelt je op welke manier jij het best je groei kan stimuleren.

DOE DE TEST!

Probeer onze gratis online calculator en ontdek de meest rendabele groeimogelijkheden voor jouw zaak of webshop.

Wil je meer informatie over elektronische betalingen of een e-commerce oplossing? Bel ons op het gratis nummer 0800 22 789 of stuur ons een e-mail met jouw vraag naar sales@be.ccv.eu

