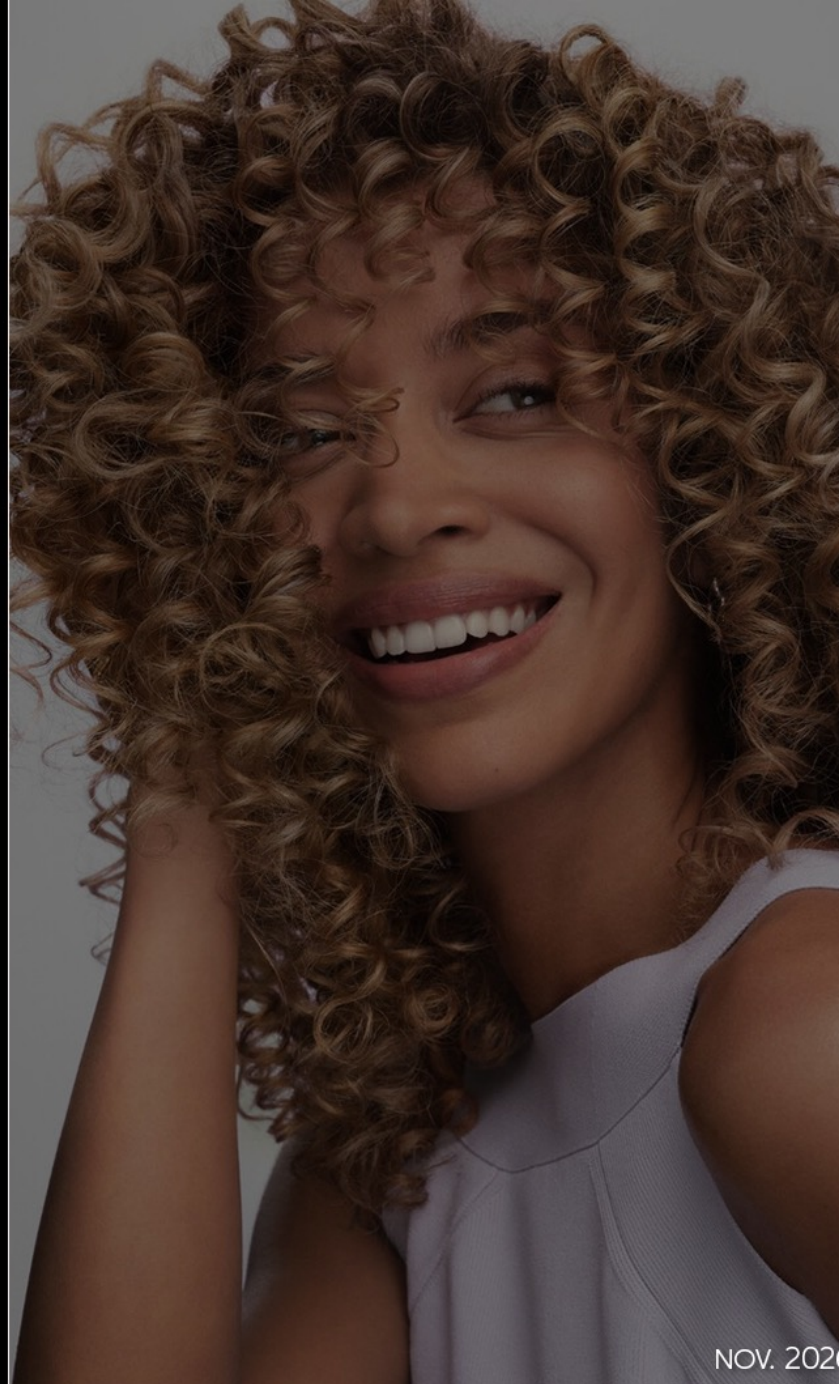
# BLACK FRIDAY

En praktisk guide til at hjælpe din salon med at **øge produktsalg, behandlinger og kundeloyalitet.**



NOV. 202






# HVORFOR BLACK FRIDAY?

## EN ANLEDNING TIL AT SKABE VÆKST I DIN FORRETNING.

Black Friday giver din salon en anledning til at skabe kontakt til kunderne, øge salget og sikre fremtidige bookinger. Brug anledningen til at:

**ØGE produktsalgeet**

Hjælpe kunderne med at opdage professionelle produkter og opbygge deres hjemmerutine.

**BOOSTE BOOKINGER**

Give en god grund til at booke en behandling eller salon-service.

**OPBYGGE LOYALITET**

Gøre et engangstilbud til en mulighed for det næste besøg.

**Målet?** Få Black Friday til at fungere for din salon – før, under og efter kampagnen.

# 3 TRIN TIL AT FÅ BLACK FRIDAY TIL AT FUNGERE FOR DIN SALON



## 01. SKAB DIT TILBUD

Giv kunderne en klar grund til at handle, booke eller prøve noget nyt. Et stærkt tilbud er:

| | |
|---|---|
| **ENKELT** | Giver dem en grund til at handle nu. |
| **TIDS BEGRÆNSET** | Nemt at forstå. |
| **RELEVANT** | Bygget op omkring dine kunders behov. |

**Tænk ud over rabatter:** Produktpakker, gaver ved køb, gratis behandlinger eller fordele ved fremtidige bookinger kan alle tilføre værdi.

## 02. VÆLG DIT TIDSPUNKT

**Black Friday behøver ikke kun at være én enkelt dag.**
Vælg en kampagneperiode, der passer til din salon – fra en fokuseret Black Friday-uge til en længerevarende aktivering.

Overvej:

- **HVORNÅR ER DER MINDRE TRAVLT I DIN SALON?**
- **HVAD HAR DINE KUNDER BRUG FOR?**
- **HVAD KAN DIT TEAM REALISTISK SET LEVERE?**

**Hold det fokuseret. Hold det nemt at håndtere.**






## 03. SPRED BUDSKABET

**Det bedste tilbud nytter ikke noget, hvis ingen kender til det.**

Begynd at kommunikere, før kampagnen starter, og hold budskabet synligt på tværs af dine vigtigste kontaktpunkter.

Overvej:

- SOCIALE MEDIER
- CRM
- I SALONEN
- TEAM
- HJEMMESIDE

**Gylden regel**: Lad ikke dine kunder opdage tilbuddet ved et tilfælde.

# SKAB DIT TILBUD

## HVORDAN KAN DIT BLACK FRIDAY-TILBUD SE UD?

Giv dine kunder noget, der føles værdifuldt, relevant og nemt at vælge.



## 01 - SALGSPRODUKTER

**GØR PROFESSIONEL PLEJE TIL ET NEMT VALG.**

Sammensæt produkter til en rutine, eller lav pakker af matchende produkter, så kunderne kan tage salonresultatet med hjem. Prøv:

- Udvalgte produktpakker
- Gave ved køb
- Eksklusive Black Friday-favoritter
- Komplette rutinetilbud



## 02 - BEHANDLING

**GIV KUNDERNE EN GRUND TIL AT BOOKE.**

Skab et behandlingsfokuseret tilbud med udgangspunkt i et klart kundebehov. Prøv:

- Behandling inkluderet i en service-aftale
- Behandling + hjemmerutine
- Tidsbegrænset behandlingspakke
- Ekstra behandlingsfordel



## 03 - NÆSTE BESØG

**FÅ BLACK FRIDAY TIL AT VARE LÆNGERE.**

Udnyt anledningen til at få booket næste tid, og hold gang i salonens kalender. Prøv:

- Book næste tid + få en ekstra fordel
- Fordel ved fremtidig behandling
- Bookingtilbud til januar





# KOMMUNIKÉR TILBUDDET

## SØRG FOR, AT DIT TILBUD BLIVER SET.

Brug ikke kun på én kanal. Brug alle relevante kontaktpunkter til at skabe synlighed og gøre det nemt at handle.

| | |
|---|---|
| **SOCIALE MEDIER** | **SKAB FORVENTNING.**<br>Teas for tilbuddet. Løft sløret for indholdet. Fremhæv produkter og behandlinger. Lav nedtællinger og påmindelser. |
| **E-MAIL, SMS ELLER WHATSAPP** | **GØR DET PERSONLIGT.**<br>Offentliggør tilbuddet, fremhæv relevante produkter eller behandlinger, og påmind kunderne, inden det slutter. |
| **I SALONEN** | **FÅ SAMTALEN TIL AT TÆLLE.**<br>Tal om tilbuddet under konsultationer, produktvejledning, betaling og tidsbestilling. |
| **HJEMMESIDE & BOOKING** | **GØR DET NEMT AT HANDLE.**<br>Placér tilbuddet, hvor kunderne straks ser det - og gør næste skridt klart. |
| **TEAMET** | **SØRG FOR, AT ALLE KENDER PLANEN.**<br>Dit team skal vide, hvad tilbuddet går ud på, hvem det er til, og hvordan det forklares. Et velinformeret team = en klar kundeoplevelse. |

# PLANLÆG OPBYGNINGEN

## EN STÆRK BLACK FRIDAY-KAMPAGNE STARTER IKKE PÅ BLACK FRIDAY.

### 4 UGER FØR

**SKAB FORVENTNING**

- SOCIALE MEDIER -
Sæt kryds i kalenderen
Teas for det, der kommer

- TEAMET -
Fastlæg tilbuddet
Brief teamet

### 3 UGER FØR

**AFSLØR MULIGHEDEN**

- SOCIALE MEDIER -
Introducér Black Friday
Begynd at fremhæve tilbuddet

- I SALONEN -
Begynd at tale med kunderne
Tilføj budskaber på vigtige kontaktpunkter

### 2 UGER FØR

**SKAB OVERVEJELSE**

- SOCIALE MEDIER -
Vis tilbuddet
Fremhæv nøgleprodukter & behandlinger

- CRM SMS, WHATSAPP -
Send din første besked
Segmentér, hvor det er relevant

### 1 UGE FØR

**SKAB TRAFIKKEN**

- SOCIAL & SMS / CRM -
Nedtællinger & Påmindelser

- TEAM -
Sørg for, at alle er klar til at svare på spørgsmål

### BLACK FRIDAY-UGEN

**GØR DET NEMT AT HANDLE**

**KLART TILBUD · KLAR DEADLINE**
**KLAR CTA**

· Påmindelser på sociale medier
· CRM-, WhatsApp- eller SMS-kommunikation
· Samtaler i salonen

### EFTER BLACK FRIDAY

**BEVAR MOMENTUM**

· Følg op
· Opfordre til næste aftale
· Anbefal den rette rutine
· Hold relationen ved lige

# KOMMUNIKER TILBUDDET

## SØRG FOR, AT DIT TILBUD BLIVER SET.

Brug ikke kun én kanal. Brug alle relevante kontaktpunkter til at skabe opmærksomhed og gøre det nemt at handle.

**LYT**

START MED KUNDENS BEHOV.
**Hvad ønsker de at forbedre?**

**ANBEFAL**

FORBIND DERES BEHOV MED DEN RETTE PROFESSIONELLE LØSNING.
**Gør din anbefaling personlig.**

**VIS**

GØR FORSLAGET HÅNDGRIBELIGT.
**Vis produktet.**
**Forklar rutinen.**
**Vis, hvordan det passer til deres hår.**

**GØR DET NEMT**

AFSLUT MED ET TYDELIGT NÆSTE SKRIDT.
**Én rutine.**
**Én grund.**
**Ét næste skridt.**



# TJEKLISTE:

- ❑ Mit tilbud er enkelt
- ❑ Mit team forstår det
- ❑ Mine kampagnedatoer er bekræftet
- ❑ Min kommunikationsplan er klar
- ❑ Min salon er klar til at tale om det
- ❑ Mine digitale kanaler er opdateret
- ❑ Jeg har planlagt, hvad der sker efter Black Friday

OG GLEM IKKE:
**BLACK FRIDAY ER ET ØJEBLIK - IKKE SLUTMÅLET.**