

# Promociones poderosas, emocionales y divertidas

POR OSCAR GUINEA

Apenas queda tiempo para Navidad. Los salones rebosan de trabajo, las emociones afloran, todo se decora. Parece que el Fin de Año, permite resetear todo lo vivido y planificar ilusionados nuevas metas y cambios para el Nuevo Año.

No importa que tu peluquería esté en un pueblo, en una ciudad o que ni siquiera tengas peluquería. Yo siempre animo a que realices tus propias colecciones, que puedas ir acumulando año a año pruebas fotográficas de tus trabajos y de tu evolución profesional y personal, que proyectes tus sueños para un reconocimiento nacional e internacional y además puedas hacer que tus colecciones te permitan crecer empresarialmente.

## Promoción

### *Nombre femenino*

**1.** Acción de promocionar a una persona, un producto, un servicio, etc.

**2.** Campaña publicitaria que se hace de un determinado producto o servicio durante un tiempo limitado mediante una oferta atractiva.

Queda claro en la definición que una promoción no está unida a un descuento. Cuando un cantante promociona su disco, no rebaja su precio un 50%. Si tus tarifas ya son reducidas, ¿vas a bajarlas aún más?

## Acciones con objetivos

Soy partidario de promociones puntuales dentro de un marco estratégico anual y con unos “para qué” claros y definidos. Estas son algunas de las preguntas:

**¿Para qué generar una acción promocional? ¿Cuánto va a durar? ¿Quiénes ganan? ¿Qué o quiénes pierden con ella? ¿Qué limitaciones tiene? ¿Cómo se va a comunicar?...**

Y podrían surgir algunas cuestiones más que darían forma y estructura a la campaña a realizar. Cuando trabajo en el impulso de salones y equipos, las diferentes promociones tienen distintos objetivos:

- Ganar clientes
- Aumentar ticket medio
- Dar a conocer un producto o un servicio
- Aumentar la notoriedad de la marca
- Presentar a un nuevo miembro del equipo
- Invitar a una actividad promocional

Y, definiendo este objetivo, diseñamos la acción

## POTENCIAR LA MARCA

Hoy, he elegido 3 acciones que se dirigen a aumentar el valor de tu negocio mediante la “glorificación” de la marca.

### 1ª “Este año, vienen los Reyes Magos”

Puedes cambiarla por Santa Claus o la tradición típica de tu ciudad o comunidad.

**Objetivo:** Aumento de visitas para enero.

**Definición:** Desde el 1 de diciembre

hasta el 7 de enero (periodo de la campaña navideña) haremos una tarjeta con un emotivo mensaje navideño. Anota el importe de cada compra realizada en ese periodo, calcula un 5% de cada una de ellas que se le entregará como “dinero de tu marca”. El cliente podrá disponer de ese “importe” en sus compras entre el 8 y el 31 de enero, periodo que suele ser muy tranquilo en los salones de peluquería. También puedes limitar el “canje” a tickets superiores a 50€, por ejemplo, lo cual estimulará a tus clientes a consumir más durante el mes de enero.

### 2º “Somos poderosos, adelantamos la Nochevieja”

**Objetivo:** Celebrar con clientes y amigos (Notoriedad de Marca) y mostrar tus servicios navideños (Venta de servicios para Navidad)

**Definición:** Elige un día, fácil para todos, un jueves por ejemplo a principios de diciembre. De 20.00h a 22.00h, consigue que un cliente con bodegas quiera apoyarte con un buen vino o cava a cambio de publicidad; envía una invitación a clientes, busca 3 modelos y que luzcan tu colección de Navidad. Por supuesto, todos los invitados deben rellenar una tarjeta con sus datos y sorteos a cambio de un regalo. Procura que reserven una cita para su look navideño. Dos días más tarde envías un mail de agradecimiento y recuerdas que cojan su cita navideña.

### 3º “Virializa la Navidad”

**Objetivo:** Hacerte viral, que tu vídeo llegue a todo el mundo y por lo tanto se conozca tu magia y la famosa magia de la Navidad.

**Definición:** Busca un cómplice, cliente, amigo, o hij@ de un cliente, semi-profesional en el mundo del vídeo y de la imagen. Explícale un guión, un cuento donde tu salón sea uno de los protagonistas. Organiza con él la grabación e involucra a todo tu equipo; elige una música emocional y un tema impulsor para tu negocio. Una sugerencia: piensa en una mujer triste que odia la Navidad: se mira a su espejo y no

se gusta. Se queda dormida, y en su sueño entra en tu salón, todas sois ayudantes de Santa Claus y tú, la dueña, la escuchas con una gran sonrisa, mientras tu equipo se ocupa de ella: manos, maquillaje, peinado, vestuario y sobre todo magia. Ella se despierta y piensa que es un sueño, y al mirarse al espejo: ¡Uala es realidad!. Elige una clienta que quiera protagonizarlo y compártelo con todas las redes, hazte famosa y populariza lo especial que es tu equipo.

### El cliente quiere experiencias

¿Qué opinas? Sí, es verdad, no me he equivocado, no hay descuentos, ni regalos, ni promociones de 2x1, lo que hay es emoción, conexión con los demás, marca y fuerza, celebración y agradecimiento, exclusividad y sobre todo humanidad.

Los consumidores buscan sentir, vivir experiencias y conectar. Somos educados para primero TENER y luego SER. Sin embargo, el cerebro primitivo de los humanos necesita para sentirse íntegro, fuerte y seguro, primero SER y luego TENER.

### Crear valor

Por eso, los descuentos, los precios bajos, las promociones que hacen pequeño tu valor, crean clientes, exigentes por cierto, que buscan lo más barato o lo más rápido, o solo el servicio o todo ello junto. Para que el otro nos valore, primero nosotros debemos valorarnos.

Y hablo en primera persona, yo también me equivoqué, haciendo descuentos, bajando precios, o no dándome valor en algunos momentos de mi carrera profesional. Por eso, si tú puedes evitar los errores que otros cometimos, ¡¡¡hazlo!!!

Ahora solo queda  
**¡¡PASAR A LA ACCIÓN!!**

**Por mi parte, os quiero desear lo mejor. Disfruta, desarrolla pensamientos de poder y busca tu FELICIDAD. ♦**

¡¡Feliz  
2017,  
FELIZ  
VIDA!!

Gracias amig@s, espero vuestro  
feedback en:  
oguineta@oscarg.com  
www.oscarg.com  
Instagram y Facebook: oscarguinea