

استفاده از رسانه های اجتماعی برای افزایش سلامت و زیبایی کسب و کار

بدون شک، چهره صنعت سلامت و زیبایی تغییر کرده است. روزهایی است که افراد به شمارنده های فروشگاه های گله می کنند تا بتوانند از رایحه های عجیب و غریب استفاده کنند و یا آخرین محصولات آرایشی را امتحان کنند.

مصرف کنندگان امروز برای همه چیز از نکات زیبایی و توصیه های محصول به آموزش های آرایش و خرید آنلاین کمک می کنند.

ما را باور نکن فقط آمار زیر را در نظر بگیرید

- 30% از زنان می گویند تصمیم های خرید خود را تحت تاثیر رسانه های اجتماعی قرار می دهند
- 79 درصد از مصرف کنندگان بین ۱۶ تا ۴۵ ساله به ویدیو آنلاین به یادگیری نحوه استفاده از یک محصول زیبایی تبدیل می شوند
- 81% از زنان می گویند که آنها اغلب مواردی را که در رسانه های اجتماعی دیده اند خریداری می کنند
- 86 درصد از زنان بالغ می گویند زمانی که آنها در مورد خرید یک خرید می کنند، محتوای رسانه های اجتماعی به عنوان منبع اصلی تحقیقات آنلاین تبدیل شده است
- 95 درصد از افرادی که به دنبال محتوای زیبایی هستند، ویدیوهای مربوط به آرایش را تماشا می کنند تا توصیه زیبایی دریافت کنند

پس چرا رسانه های اجتماعی چنین قدرتمند هستند؟

در حقیقت، در میان تمام شبکه های اجتماعی، یکی از هر سه نفر روی زمین از رسانه های اجتماعی در برخی از زمینه ها استفاده می کند. به این واقعیت افزوده می شود که فرد به طور متوسط حدود دو ساعت در روز درگیر در شبکه های اجتماعی می شود و این آسان است که بدانیم که چرا این جوامع آنلاین چنین تاثیری در تصمیمات روزانه ما دارند.

تغییر چهره فروش اجتماعی

راه دیگر این است که شبکه اجتماعی صنعت سلامت و زیبایی را عوض کرده است، به نحوی که رابطه بین مارک ها و مصرف کنندگان را تغییر داده است.

به عنوان مثال، ماهیت شبکه های اجتماعی، افزایش قابل توجهی در تعداد کارآفرینان آزاد و توزیع مستقیم فروش را پیدا کرده Instagram در یافتن سایت هایی مانند فیس بوک و است.

در حال حاضر، به لطف رسانه های اجتماعی، مردم می توانند از لوازم آرایشی و محصولات کاهش وزن به لباس های بوتیک و روغن های ضروری، همه از راحتی خانه های خود، بازار، فروش، خرید و توزیع همه را داشته باشند.

سلامت و زیبایی کسب و کار یکی از بخش های مهم و چالش
برانگیز ترین برای ما هستند، آنها شامل

بیمارستان ها، درمانگاه ها و مراکز مراقبت

درمان های زیبایی

سالن زیبایی

رژیم های غذایی و مکمل ها

ورزش و هنرهای رزمی

عطر و لوازم آرایشی

مشاوران امروز ، فروشندگان مستقیم، توزیع کنندگان و
صاحبان کسب و کار که رسانه های اجتماعی جایی برای رسیدن
به چشم اندازهای بیشتر، درگیر شدن با مشتریان موجود و
دستیابی به رشد و موفقیت آنها هستند.

بهترین روش برای فروش بهداشتی / زیبایی اجتماعی

البته، به سادگی با اشاره به این واقعیت که شبکه های
اجتماعی یک ابزار قدرتمند برای بازاریابی محصولات
بهداشتی و زیبایی است، به اندازه کافی برای دستیابی به
نتایج واقعی نیست.

هنوز میزان مشخصی از استراتژی وجود دارد که باید اعمال
شود، به خصوص با توجه به میزان رقابت در هر بخش. به
عنوان مثال، برای نشان دادن موفقیت آمیز ترین نماینده
ایون در منطقه شما، باید راهی پیدا کنید که از چندین
نفر دیگر نیز بهتر باشد، همچنین خطوط تولید خود را در
رسانه های اجتماعی بازاریابی کنید.

در اینجا چند اشاره گر متخصص برای استفاده از قدرت اجتماعی برای کسب اعتبار بیشتری در کسب و کار بهداشت و زیبایی شما وجود دارد.

پخش زنده

یکی از بزرگترین کلید های موفقیت در فروش اجتماعی این است که پیدا کردن راهی برای ایجاد ارتباط واقعی، معتبر و معنی دار با مخاطبان شما باشد. با توجه به عدم تعاملات چهره به چهره، این چالش برانگیز است.

جریان مستقیم می تواند به طور موثر آن موانع را از بین ببرد و راهی برای ارتباط و ارتباط با مشتریان خود را می کند و با سرعت بیش از ده Live فراهم کند. مثلا، فیس بوک برابر فیلم های غیر زنده پخش می کند.

یک مثال کاربردی از این مورد از دیدگاه سلامت و زیبایی مری کی است که به طور مرتب رویدادهای جریان دارد، جذب صدها هزار نفر از دیدگاه ها و تقویت ارتباط بین بینندگان و مردم پشت این شرکت می شود.

مهمان فیس بوک میزبان

با ۱,۲۳ میلیارد کاربر فعال روزانه و هر کدام از این کاربران در حدود ۳۳۸ دوست در حد متوسط، جای تعجب نیست که فیس بوک چنین قدرتمند برای فروش مستقیم شده است.

علاوه بر این، مطالعات نشان می دهد که شبکه های اجتماعی ۷۴ درصد از تصمیمات خرید مصرف کننده را تحت تاثیر قرار می دهد، به این معنی که میزبانی یک میزبان مجازی برای فروش محصولات بهداشتی و زیبایی شما می تواند

Page | 5 در تولید هر یک از مراجع دهان و همچنین فروش بیشتر موثر باشد.

انتشار آموزشها

همانطور که قبلا ذکر شد، ۷۹ درصد از مصرف کنندگان می گویند از ویدیو آنلاین برای یادگیری نحوه استفاده از یک محصول زیبایی استفاده می کنند. با استفاده از این آمار به نفع شما، شما را به طور موثر با بیشتر مخاطبان هدف خود ارتباط برقرار می کنید. و از آنجا که ویدیوی اجتماعی باعث ایجاد ۱۲۰۰٪ بیشتر از متون و تصاویر می شود، احتمال ابتلا به ویروس شما افزایش می یابد. برای استفاده از این، ویدیوهایی را منتشر کنید که نشان دهند چگونه از محصول مورد نظر شما برای فروش استفاده کنند.

محتوای استراتژیک را به اشتراک بگذارید

هدف بازاریابی محصولات بهداشتی و زیبایی شما در رسانه های اجتماعی باید بیشتر از فروش واقعی باشد. بهترین راه برای رسیدن به این هدف، ارائه محتوای متداول و با کیفیت است.

برای بهترین نتایج، قوانین ۲۰/۸۰ را دنبال کنید، که فقط ۲۰ درصد از پست های شما مربوط به فروش هستند و بقیه محتوای بسیار جذاب و ارزشمند مخاطبان شما را دارند.

همچنین، توجه داشته باشید که توییت با تصاویر ۱۵۰٪ بازدهی بیشتر از متن ساده دریافت می کند را دریافت X و پست های فیس بوک با محتوای بصری ۲،۳ می کند که میزان ارتباط آنها به عنوان کسانی است که بدون تصاویر هستند. پس مطمئن باشید که به عنوان بسیاری از به روز رسانی های اجتماعی خود را که ممکن است به تصاویر چشمگیر تبدیل کنید.

از ابزارهای موجود استفاده کنید
در نهایت، قدرت تکنولوژی را به نفع خود بگذارید