GÜZELLİK · ücretsiz kontrol listesi

Reklamından sonuç alamayan güzellik salonları için 3 adım.

Fiyat soran mesajı satışa çeviremiyorsan sorun çoğu zaman reklamda değil. Önce 5 şeyi kontrol et, sonra fark yaratan 3 adımlı sistemi kur. İçinde: kontrol tablosu, 20 saniye kuralı, içerik türleri ve baskı kurmayan takip mesajı örnekleri.

“Fiyat soranlara sadece fiyat söylüyorsan çok kaybediyorsun.”

“Hâlâ teklifini indirim ya da paket olarak yapıyorsan…”

5 SAYFA · YAZDIR, İŞARETLE, UYGULA

01

Önce kontrol et

Müşteri sana yazmadan önce bunlara bakıyor

Fiyat soran kişi aynı soruyu 10 salona daha soruyor. Seni seçmesi için bu beş yerin dolu olması gerekiyor. Her satırı işaretle: var, yarım, yok.

#	KONTROL	NEYE BAKIYORSUN	VAR	YARIM	YOK
1	**İçerik**	Son 30 günde hesabında düzenli içerik var mı? Uygulama anı, ekip, salonun kendisi görünüyor mu?			
2	**Google**	Salonunun adıyla ve “şehir + hizmet” aramasıyla Google'da çıkıyor musun? Haritada fotoğraf ve çalışma saatleri güncel mi?			
3	**Yorumlar**	Google ve Instagram'da yorumların var mı, kötü yoruma cevap veriyor musun?			
4	**Önceki sonuçlar**	Daha önce yaptığın işlerin güzel sonuçları paylaşılmış mı? (Danışanın yazılı onayıyla.)			
5	**Satış stratejisi**	Fiyat sorana ne yazdığın belli mi? Bir sonraki adım (randevu, görüşme) her mesajda var mı?			

Fark: Dışarıda aynı hizmeti yapan çok salon var. Hepsi aynı fiyatı ve aynı paketi söylüyorsa müşteri en ucuza gider. Senin farklılaştığın tek bir nokta olmalı ve bu nokta her yerde aynı cümleyle görünmeli.

02

Fark yaratan sistem

3 adım, bu sırayla

1 Hızlı yanıt veren otomasyon

NE — Reklamdan gelen mesaja ilk yanıtı otomatik ver: selam, kısa bilgi, bir sonraki adım (uygun gün ve saat sorusu).

NEDEN — Mesajı 20 saniye içinde yanıtlayamıyorsan o müşteri başka salona yazıyor.

2 Baskı kurmayan takip mesajı

NE — Fiyat sorup cevap vermeyen kişiye bir gün sonra kısa bir takip mesajı gönder.

NASIL — “Karar verdiniz mi?” yerine soruyla devam et (örnekler 4. sayfada).

3 Güven veren içerikler

NE — Takip mesajından da cevap gelmiyorsa hesabındaki içerikler ikna eder. Aynı içerikler reklam kreatiflerini de çoğaltır.

NASIL — Mizahi görsel değil: uygulama anı, danışan sosyal kanıtı, korkuyu gideren bilgi.

20 SANİYE KURALI

Reklamdan gelen mesaj ne kadar beklerse o kadar soğur. Mesaja ilk yanıt 20 saniyenin altında olsun; gerekirse otomasyonla.

TEKLİF

İndirim ve paket her salonda var. Teklifinde neyi farklı yaptığını söyle; fiyatı sonra konuş.

03 Uygula

İçerik ve takip mesajı

İçerikte ne çekmeli?

Uygulama anı

İşlemin yapıldığı an: cihaz, el, salon. Yüz göstermek zorunda değilsin.

Sosyal kanıt

Danışanların yorumları ve sonuçları (yazılı onayla).

Korkuyu gideren bilgi

İnsanlar işlemden çekinebiliyor: acıtır mı, kaç seans, sonrası nasıl?

Takip mesajı: baskı kurmadan

	BASKI KURAN		BASKI KURMAYAN
✕	Karar verdiniz mi?	✓	Bu işlemi daha önce yaptırmış mıydınız?
✕	Hemen randevunuzu oluşturalım mı?	✓	İşlemle ilgili aklınıza takılan başka bir detay var mı?
✕	Kampanya bugün bitiyor!	✓	Size en uygun gün hangisi olur, ona göre bakalım.

Unutma: Takip mesajı satış baskısı değil, konuşmayı sürdürme yolu. Soru sor, cevabı dinle, sonra teklif et.

Son söz

Sistemi birlikte kuralım.

Otomatik yanıt, takip mesajları, içerik ve reklam; salonun için hepsini birlikte kurabiliriz. 30 dakikalık ücretsiz bir görüşmeyle başlayalım.

Ücretsiz görüşme ↗ calendly.com/saturdayonlinesolutions/30min

saturdayonline.co · @saturday.online

Liste genel bilgilendirme amaçlıdır. Danışan görüntüsü ve sonuç paylaşımı için yazılı onay al; reklamlarda Meta kurallarına ve tanıtım mevzuatına uy. Kasım 2026.