

E - B O O K

10 sposobów na więcej klientek

Sprawdzone metody dla salonów beauty — od social mediów po lokalne
SEO

Praktyczny przewodnik dla właścicielek i właścicieli salonów beauty

Spis treści

— Wprowadzenie	3
1. Profesjonalny profil na Instagramie	4
2. TikTok — krótkie filmy, wielkie efekty	5
3. Google Business Profile — fundament lokalnego SEO	6
4. Pozycjonowanie lokalne (Local SEO)	7
5. Facebook Ads — precyzyjne docieranie	8
6. Program poleceń — siostrzany marketing	9
7. Współpraca z influencerkami	10
8. Content marketing — blog i YouTube	11
9. Fotografia i estetyka wizualna	12
10. Wyjątkowe doświadczenie klientki (UX)	13
— Podsumowanie i plan 90 dni	14
★ Bonus: Checklista zadań	15

Ten e-book zawiera konkretny, sprawdzony plan działania. Nie znajdziesz tu ogólników — tylko metody, które realnie przynoszą klientki.

Dlaczego jedne salony rosną, a inne stoją w miejscu?

Otworzyłaś salon. Masz umiejętności, pasję i wizję. Ale klientki nie przychodzą tak szybko, jak byś chciała. Brzmi znajomo?

Branża beauty to jeden z najbardziej konkurencyjnych rynków w Polsce. W samej Warszawie działają setki salonów fryzjerskich, kosmetycznych i beauty. Każdy z nich walczy o uwagę tej samej klientki. Ta, która ma do wyboru pięć salonów w promieniu kilometra, wybierze ten, który **pojawił się w jej polu widzenia najczęściej i w najbardziej profesjonalny sposób**.

Mit „dobrego miejsca wystarczy”

Wiele właściolek salonów wierzy, że jeśli wynajmą lokal w dobrej lokalizacji, klientki same przyjdą. To prawda — ale tylko częściowo. Dobre miejsce daje ruch przechodni, ale w 2026 roku **87% osób szuka usług najpierw w Google**. Jeśli Twoja wizytówka nie wyświetla się w pierwszej trójce wyników na „salon beauty [Twoja dzielnica]”, tracisz klientki zanim w ogóle dowiedzą się, że istniejesz.

Mit „Instagrama mam, więc jest OK”

Posiadanie konta na Instagramie to nie strategia. To narzędzie. Różnica jest ogromna. Profil z 300 followerami, na którym publikujesz raz w tygodniu zdjęcie w złym świetle, nie przyniesie Ci nowych klientek. Profil prowadzony strategicznie — ze spójną estetyką, regularnymi relacjami i wyraźnym wezwaniem do akcji — może być Twoim najlepszym handlowcem.

Co znajdziesz w tym e-booku

Zebraliśmy 10 konkretnych, sprawdzonych metod pozyskiwania klientek dla salonów beauty. Każda opisana krok po kroku, z przykładami i wskazówkami do wdrożenia od zaraz. Nie musisz realizować wszystkich dziesięciu jednocześnie — zacznij od dwóch lub trzech, które najbardziej pasują do Twojej sytuacji.

KLUCZOWA MYŚL

Pozyskiwanie klientek to nie jednorazowa kampania. To system. Im więcej kanałów zadziała jednocześnie, tym silniejszy efekt.

Profesjonalny profil na Instagramie

Instagram to Twoja wirtualna witryna. To tutaj klientka decyduje, czy chce do Ciebie przyjść, zanim jeszcze przekroczy próg salonu.

Instagram to nie opcja — to konieczność w branży beauty. Ale sam profil to dopiero początek. Liczy się to, **jak** go prowadzisz. Oto elementy, które odróżniają profesjonalne konta od amatorskich:

1. Bio, które sprzedaje

Twoje bio ma 150 znaków na powiedzenie klientce: kim jesteś, co oferujesz i dlaczego ma wybrać właśnie Ciebie.

- **Źle:** 🧴 Salon beauty 💕 Zapraszamy! 📍 Warszawa
- **Dobrze:** 🧴 Manicure hybrydowy · Paznokcie żelowe · Stylizacja · Warszawa Praga | 📅 Rezerwacja online ↓

2. Spójna estetyka feedu

Klientka ocenia Twój profil w 3 sekundy. Jeśli zdjęcia są ciemne, rozmyte, w różnych stylach — odchodzi. Wybierz paletę kolorów, filtr i styl fotografii, których będziesz się trzymać.

3. Stories codziennie

Stories budują relację. Pokazuj kulisy pracy, zadowolone klientki (za zgodą!), proces powstawania stylizacji. Im częściej się pojawiaasz, tym bardziej klientka czuje, że Cię zna — a ludziom ufamy bardziej, gdy ich znamy.

4. Highlights (wyróżnione relacje)

Zorganizuj Stories w kolekcje: „Przed/Po”, „Cennik”, „Opinie klientek”, „FAQ”, „Nowości”. To Twój mini-katalog, który nowa obserwatorka przegląda w pierwszej kolejności.

5. Reels — algorytm, który dociera do nowych osób

Reels to obecnie najskuteczniejszy format na docieranie do osób, które Cię nie obserwują. Krótkie, dynamiczne filmy z procesem pracy mogą zdobyć tysiące wyświetleń.

SZYBKI START

Nagraj dzisiaj jeden Reels: 15 sekund pokazujących metamorfozę paznokci — przed i po. Dodaj muzykę i opis: „Policz od 1 do 10, jeśli podoba Ci się ten zestaw!”.

TikTok — krótkie filmy, wielkie efekty

TikTok to już nie tylko taneczny retreat dla nastolatków. To potężne narzędzie biznesowe, które może zaludnić Twój salon klientkami z dnia na dzień.

TikTok ma jedną cechę, która odróżnia go od Instagrama i Facebooka: **algorytm „Dla Ciebie”**. Nie musisz mieć obserwujących, aby Twój film dotarł do tysięcy osób. Jeśli treść jest angażująca, TikTok sam ją dystrybuuje.

Jakie treści działają w branży beauty?

1. **Morfozy (przed/po):** Najbardziej viralowy format. Pokaż brudne paznokcie → cięcie → nakładanie → gotowy efekt. 15-30 sekund.
2. **ASMR:** Dźwięki pracy — klikanie buteleczek, szum frezarki, odgłosy nakładania lakieru. Dziwnie satysfakcjonujące i bardzo popularne.
3. **Edukacja:** „3 błędy, które niszczą Twoje paznokcie”, „Jak dbać o rzęsy po laminacji”. Klientki uwielbiają darmową wiedzę.
4. **Trendy dźwiękowe:** Używaj popularnych utworów i wejdź w trend. Najprostsza droga do zasięgów.
5. **Behind the scenes:** Pokaż, jak wygląda Twój dzień w salonie. Ludzie lubią zajrzeć za kulisami.

Ile filmów publikować?

Celuj w **3-5 filmów tygodniowo**. Jakość jest ważna, ale na TikToku liczy się także regularność. Algorytm premiuje konta, które publikują często. Nie musisz mieć profesjonalnego sprzętu — telefon i dobre światło wystarczą.

Lokalny zasięg — jak go budować?

Dodawaj lokalne hashtagi: **#salonwarszawa** **#paznokciekrakow** **#beautylodz** **#manicurewroclaw** W opisie dodawaj lokalizację. TikTok coraz lepiej radzi sobie z geolokalizacją treści.

SZYBKI START

Nagraj dzisiaj jeden film: 20-sekundowa metamorfoza manicure + popularna muzyka. Dodaj lokalny hashtag swojej miejscowości. Opublikuj wieczorem między 18:00 a 21:00.

Google Business Profile — fundament lokalnego SEO

Jeśli klientka wpisuje „manicure [Twoja dzielnica]” i Twoja wizytówka się nie wyświetla — nie istnieje.

Google Business Profile (dawniej Google My Business) to **najważniejsze darmowe narzędzie marketingowe dla lokalnego biznesu**. Bezpośrednio wpływające na liczbę klientek.

1. Zgłoś lub zweryfikuj swój profil

Wejdź na business.google.com i zgłoś swój salon. Google wyśle kartę pocztą z kodem weryfikacyjnym (lub zweryfikujesz przez wideo). Bez weryfikacji profil nie będzie publiczny.

2. Wypełnij 100% profilu

Google promuje profile, które są kompletne. Uzupełnij:

- **Nazwa salonu:** użyj słów kluczowych (np. „Bella Beauty — Salon kosmetyczny Warszawa Praga”)
- **Kategoria:** wybierz najbardziej specyficzną („Salon kosmetyczny”, nie tylko „Salon beauty”)
- **Godziny otwarcia:** aktualne i dokładne
- **Zdjęcia:** minimum 10 wysokiej jakości — wewnątrz, zewnątrz, realizacje, zespół
- **Usługi:** wypisz każdą z opisem i ceną
- **Link do rezerwacji:** przycisk „Umów się” kierujący do systemu online

3. Zbieraj opinie — systematycznie

Opinie to czynnik rankingowy nr 1 w lokalnym SEO. Salony z 50 opiniami i średnią 4.8 biją na głowę te z 5 opiniami i średnią 5.0.

- Proś każdą zadowoloną klientkę o opinię — osobiście lub SMS-em po wizycie
- Stwórz QR kod prowadzący prosto do formularza opinii — wyświetlaj w salonie
- Odpowiadaj na KAŻDĄ opinię — pozytywne podziękowaniem, negatywne profesjonalnie

4. Publikuj wpisy i aktualizacje

Funkcja „Wpisy” pozwala publikować mini-ogłoszenia: nowości, promocje, wydarzenia. Google lubi aktywne profile — regularne posty poprawiają pozycję w wynikach.

SZYBKI START

Nie masz profilu? Załóż dzisiaj. Masz profil? Dodaj 5 nowych zdjęć i poproś 3 ostatnie klientki o opinię. 30 minut pracy, efekt w 2 tygodnie.

Pozycjonowanie lokalne (Local SEO)

Google Business Profile to fundament, ale lokalne SEO to cała budowla. Strona www zoptymalizowana pod wyszukiwanie lokalne może generować klientki miesiąc po miesiącu — za darmo.

1. Strona www — podstawy

Jeśli nie masz strony internetowej, to jest Twój priorytet nr 1. Wystarczy prosta witryna, ale musi być:

- **Szybka** — ładuje się w mniej niż 3 sekundy
- **Mobilna** — ponad 70% wyszukiwań beauty pochodzi z telefonu
- **HTTPS** — certyfikat SSL to wymóg, nie opcja
- **Z cennikiem** — klientki chcą znać ceny przed wizytą
- **Z przyciskiem rezerwacji** — widocznym, nie ukrytym w stopce

2. Słowa kluczowe — mów językiem klientki

Klientka nie szuka „kompleksowych usług kosmetycznych”. Szuka:

- „manicure hybrydowy [miasto]”
- „rzęsy przedłużone cena”
- „mechaniczne czyszczenie twarzy [dzielnica]”
- „najlepszy salon beauty obok mnie”

Używaj tych fraz w tytułach stron, nagłówkach i treści. Ale naturalnie — Google karze za nasycenie słowami kluczowymi.

3. NAP — spójność danych wszędzie

NAP = Name, Address, Phone. Twoje dane muszą być **identyczne** w każdym miejscu: na stronie, w Google Business Profile, na Facebooku, Instagramie, w katalogach branżowych i na portalach rezerwacyjnych. Rozbieżności mylą Google i obniżają pozycję.

4. Linki lokalne

Zdobywaj linki do Twojej strony z lokalnych portali: gazety osiedlowe, blogi lifestylowe, katalogi firm. Każdy lokalny link to sygnał dla Google: „ten salon jest zaufany w tej okolicy”.

SZYBKI START

Sprawdź, czy Twoja strona zawiera nazwę dzielnicy/miasta w tytule (title tag). Jeśli nie — dodaj. Jedna zmiana, która może poprawić pozycję w Google w ciągu tygodni.

Facebook Ads — precyzyjne docieranie

Płacić za reklamy? Tak — ale tylko wtedy, gdy wiesz komu i z jakim celem. Facebook Ads to nie wydawanie pieniędzy, to inwestycja z mierzalnym zwrotem.

Dlaczego Facebook Ads?

Facebook (wraz z Instagramem) posiada najdokładniejsze dane demograficzne i behawioralne ze wszystkich platform. Możesz celować reklamy do kobiet 25-45 lat, mieszkających w promieniu 5 km od Twojego salonu, interesujących się beauty, kosmetyką i wellness.

Struktura kampanii krok po kroku

1. **Cel:** „Ruch” (linki do rezerwacji) lub „Formularze” (leady bezpośrednio na Facebooku).
2. **Grupa docelowa:** Kobiety, 22-50 lat, promień 5-10 km. Interesy: beauty, wellness, kosmetyki. Wyklucz obecne klientki.
3. **Budżet:** Zaczynij od 15-30 zł dziennie. Testuj 7 dni, potem zwiększ na najlepsze reklamy.
4. **Kreatywy:** Najlepiej działają zdjęcia przed/po oraz wideo z atmosferą salonu. Dodaj tekst: „Zapisz się dzisiaj — pierwsza wizyta -20%”.
5. **Tekst reklamy:** Krótki, konkretny, z wezwaniem do akcji: „Chcesz paznokcie na 3 tygodnie? Umów się online ↓”.

Remarketing — dogonienie wahających się

Większość osób nie rezerwuje za pierwszym razem. Skonfiguruj remarketing, który przypomina osobom, które odwiedziły Twoją stronę, ofertą specjalną.

Formularze leadowe — najszybsza droga

Facebook Lead Ads pozwalają zbierać numery telefonów bezpośrednio na platformie. Formularz wypełnia się automatycznie z danych Facebooka. Średni koszt leada w branży beauty: 5-15 zł.

SZYBKI START

Utwórz jedną kampanię: cel „Ruch”, kobiety 25-45 lat w promieniu 5 km, budżet 20 zł/dzień, zdjęcie przed/po + „Umów się na manicure hybrydowy — zapisy online!”. Uruchom na 7 dni.

Program poleceń — siostrzany marketing

Najlepsza reklama Twojego salonu nie jest reklamą. To zadowolona klientka, która mówi przyjaciółce: „Musisz tam pójść”.

Marketing szeptany (word-of-mouth) to najpotężniejsze narzędzie w branży beauty. Według badań **83% osób ufa rekomendacjom od znajomych** bardziej niż jakiegokolwiek reklamie. W branży beauty, gdzie zaufanie do osoby dotykającej Twojej twarzy czy paznokci jest kluczowe — rekomendacja jest warta złoto.

Model 1: Rabat obustronny

Klientka polecająca dostaje -20% na następną usługę. Nowa klientka z polecenia też dostaje -20%. Obie strony zadowolone, Ty zyskujesz nową klientkę za ułamek kosztów reklamy płatnej.

Przykład: „Poleć nas przyjaciółce — obie dostajecie 20% rabatu na kolejną wizytę!”

Model 2: Karta stałej klientki

System „kup 9, 10. wizyta gratis”. Prosty, skuteczny, motywujący do powrotów. Możesz dodać bonusy: „po 5 wizytach — darmowa maseczka do domu”.

Model 3: Eventy „Przyjdź z przyjaciółką”

Zorganizuj specjalny dzień: dwie klientki, dwa zabiegi, jeden pakiet cenowy. Kobiety uwielbiają spędzać czas razem, a Ty zyskujesz dwie klientki jednocześnie — z czego jedna może być nowa.

Kluczowa zasada: miażdż oczekiwania

Żaden program poleceń nie zadziała, jeśli obsługa nie jest wyjątkowa. Zanim zaczniesz prosić o polecenia, upewnij się że:

- Każda klientka wychodzi z uśmiechem
- Salon jest czysty i pachnący
- Czas obsługi jest przestrzegany
- Są drobne gesty: kawa, herbata, miękki fotel, dobra muzyka
- Po wizycie klientka dostaje SMS z podziękowaniem

SZYBKI START

Stwórz w Canvie darmowy kupon: „Poleć nas — Ty i Twoja przyjaciółka dostajecie 20% rabatu”. Wydrukuj 20 sztuk i rozdaj klientkom z uśmiechem.

Współpraca z influencerkami

Nie musisz płacić milionów za promocję u gwiazdy. Lokalne mikro-influencerki mają bardziej zaangażowaną społeczność i realnie napędzają ruch do salonu.

Czym jest mikro-influencerka?

To osoba z 2.000–15.000 obserwujących na Instagramie lub TikToku, tworząca treści lifestyle/beauty z **prawdziwym zaangażowaniem**. Jej społeczność jest mała, ale lojalna i ufająca. Dlatego współpraca z mikro-influencerką jest często skuteczniejsza niż z kontem na 100k+ followersów.

Jak znaleźć odpowiednie osoby?

1. Przeszukaj Instagram i TikTok po hashtagach okolicy: **#[miasto]blogger**, **#[miasto]lifestyle**
2. Sprawdź lokalne konta publikujące treści beauty i recenzujące nowe miejsca
3. Zwróć uwagę na zaangażowanie — 5.000 followersów i 300 komentarzy to złoto; 15.000 followersów i 5 komentarzy — omijaj

Jak zaproponować współpracę?

Bądź konkretna i profesjonalna. Przykładowa wiadomość:

SZABLON WIADOMOŚCI

„Cześć [imię]! Śledzę Twój profil — świetne treści! Prowadzę salon beauty w [dzielnica] i chciałabym zaprosić Cię na darmową stylizację w zamian za relację na Twoim profilu. Masz ochotę? 😊”

Co ustalić przed współpracą?

- Ile postów/relacji i na jakich platformach
- W jakim terminie
- Jakie usługi pokazujemy
- Czy oznacza profil @salon (tag)

Wiele mikro-influencerek zgodzi się na barter (darmowa usługa za treść). Przy większych kontach może być potrzebna opłata. Zawsze ustalaj warunki z góry.

SZYBKI START

Znajdź 3 mikro-influencerki ze swojego miasta na Instagramie. Wyślij propozycję współpracy barterowej. Nawet jedna odpowiedź to szansa na dotarcie do jej społeczności.

Content marketing — blog i YouTube

Co jeśli powiem Ci, że jeden artykuł na blogu może przynosić klientki miesiąc po miesiącu — przez lata — bez dodatkowych kosztów?

Content marketing to maraton, nie sprint. Ale długoterminowo to **najbardziej opłacalna forma marketingu**. Każdy artykuł, każdy film to cyfrowy aktyw, który pracuje dla Ciebie 24/7.

Blog — odpowiada na pytania klientek

Klientki szukają w Google odpowiedzi. Jeśli Twój blog odpowiada — lądują na Twojej stronie, budują zaufanie i rezerwują wizytę.

Tematy, które realnie generują ruch:

- „Jak dbać o paznokcie hybrydowe, żeby utrzymały się 3 tygodnie?”
- „Lifting rzęs vs przedłużanie — co wybrać?”
- „Mechaniczne czyszczenie twarzy — kiedy warto?”
- „5 błędów, które niszczą Twoje rzęsy”

Pisz prosto, konkretnie. 800-1500 słów na artykuł. Publikuj raz w tygodniu.

YouTube — wiecznie zielone zasięgi

Filmy na YouTube żyją latami. Wideo „Jak dbać o manicure hybrydowy w domu” może zdobywać wyświetlenia miesiącami, a w opisie link do Twojego salonu i systemu rezerwacji. Telefon, statyw za 30 zł, dobre światło i mikrofon krawatowy za 50 zł — wystarczą na początek.

Pinterest — ukryta platforma dla beauty

Pinterest to wizualna wyszukiwarka. Działa świetnie w branży beauty: ludzie szukają inspiracji — „paznokcie wiosna 2026”, „makijaż na wesele”. Piny żyją miesiącami i kierują ruch na Twoją stronę.

SZYBKI START

Napisz dzisiaj jeden artykuł (600 słów): „5 mitów o paznokciach hybrydowych”. Załóż darmowy blog na Blogger lub dodaj sekcję blog na stronie. Opublikuj i udostępnij na Instagramie.

Fotografia i estetyka wizualna

W branży beauty ludzie kupują oczami. Słabe zdjęcie kosztuje Cię klientki — dosłownie.

Dlaczego zdjęcia są kluczowe?

Zanim klientka przeczyta cennik, zobaczy zdjęcia. Jeśli są ciemne, rozmyte, z bałaganem w tle — odbiera to jako sygnał: „jeśli tak wygląda profil, to jak wygląda salon?”. Profesjonalna estetyka to nie próżność — to budowanie zaufania.

1. Światło to wszystko

Najlepsze światło jest naturalne, z okna. Fotografuj w dzień, bez błysku. Jeśli pracujesz wieczorem — lampa pierścieniowa (80-150 zł) robi kolosalną różnicę.

2. Czyste tło

Zanim zrobisz zdjęcie, usuń z tła butelki, chusteczki, kable. Czyste tło to połowa sukcesu. Mata fotograficzna w neutralnym kolorze (30-60 zł) wystarczy.

3. Pokaż dłonie klientki, nie tylko paznokcie

Zdjęcie samego bliskiego rzutu jest OK, ale dłonie w eleganckiej pozie (trzymająca kubek, kwiat) jest znacznie bardziej atrakcyjna i angażująca.

4. Zestawy przed/po — najmocniejszy format

Klientki kochają metamorfozy. Pokaż stan początkowy i efekt w jednym poście. To buduje wiarę w Twoje umiejętności i pokazuje realną wartość usługi.

5. Spójna obróbka

Używaj tego samego filtra na wszystkie zdjęcia. Spójny styl feedu = profesjonalny wizerunek. Lightroom Mobile czy VSCO wystarczą w zupełności.

SZYBKI START

Zrób dzisiaj serię 10 zdjęć w dobrym świetle, z czystym tłem. Wybierz najlepsze 5, zastosuj jeden filtr. Zaplanuj publikację na cały tydzień.

Wyjątkowe doświadczenie klientki (UX)

Marketing przyprowadza klientkę do drzwi. Doświadczenie, które ją tam spotyka, decyduje, czy wróci — i czy poleci Ci innym.

Możesz mieć najlepszy Instagram w mieście i najwyższą pozycję w Google. Ale jeśli klientka, która do Ciebie przyjdzie, poczuje się jak intruz — nigdy nie wróci. I powie dwóm znajomym, żeby one też nie przychodziły.

Doświadczenie zaczyna się przed wizytą

- **Rezerwacja online:** Kobiety 25-45 chcą rezerwować o 23:00, leżąc w łóżku. Daj im tę możliwość (Booksy, Magiczna, własny system).
- **Automatyczne potwierdzenie:** SMS/e-mail z potwierdzeniem, adresem i instrukcjami.
- **Przypomnienie:** SMS 24h przed wizytą. Zmniejsza nieobecności o 60%.

W salonie — detale tworzą magię

- **Powitanie:** Zawsze stój, uśmiechnij się: „Cześć, jestem Kasia, miło mi Cię widzieć!” — 5 sekund, które decydują o wszystkim.
- **Napój:** Kawa, herbata, woda z cytryną i miętą. Kosztuje grosze, robi wrażenie „premium”.
- **Czystość:** Stoły, podłogi, narzędzia — bezkompromisowo. Dezynfekcja na widoku.
- **Atmosfera:** Relaksacyjna muzyka, przyjemny zapach (dyfuzor), odpowiednia temperatura.
- **Konsultacja:** Przed zabiegiem zapytaj o preferencje. Pokaż, że jej opinia ma znaczenie.

Po wizycie — follow-up

- **SMS tego samego dnia:** „Cześć [imię]! Dziękuję za wizytę. Będę wdzięczna za opinię na Google: [link]. Do zobaczenia! 💖”
- **Program lojalnościowy:** Zaznacz wizytę. Po 10 — bonus.
- **Birthday club:** Zbieraj daty urodzin. Wyślij SMS z życzeniami i voucherem -15%.

SZYBKI START

Wdróż dzisiaj jeden element: SMS z podziękowaniem po wizycie. 30 sekund na klientkę, ogromna różnica w postrzeganiu salonu.

Plan działania na 90 dni

Nie musisz robić wszystkiego naraz. Oto realistyczny system wdrażania — miesiąc po miesiącu.

Dni 1–30: Fundamenty

W pierwszym miesiącu skup się na podstawach. Bez nich żadne zaawansowane metody nie zadziałają.

- Zgłoś i zweryfikuj Google Business Profile
- Uzupełnij profil w 100% (zdjęcia, usługi, godziny, cennik)
- Odśwież bio na Instagramie — słowa kluczowe i link do rezerwacji
- Zorganizuj Highlights na Instagramie
- Poproś 10 ostatnich klientek o opinię w Google
- Wdróż SMS z podziękowaniem po wizycie
- Załóż program poleceń (karta rabatowa)

Dni 31–60: Budowa zasięgów

Drugi miesiąc to zwiększenie widoczności i aktywne pozyskiwanie.

- Publikuj 3 Reels tygodniowo na Instagramie
- Załóż konto na TikToku — 3 filmy tygodniowo
- Uruchom pierwszą kampanię Facebook Ads (20 zł/dzień, 7 dni test)
- Znajdź i skontaktuj 3 mikro-influencerki
- Napisz 2 artykuły na blogu
- Poproś o opinie — systematycznie, każdą klientkę
- Popraw fotografię — lepsze światło, czyste tła

Dni 61–90: Skalowanie

Trzeci miesiąc to optymalizacja i skalowanie tego, co działa.

- Przeanalizuj wyniki — co przynosi najwięcej klientek?
- Zwiększ budżet na najlepsze kampanie
- Współpracuj z influencerką (barter lub płatnie)
- Optymalizuj stronę pod SEO lokalne
- Uruchom kampanię remarketingową na Facebooku
- Zorganizuj event „Przyjdź z przyjaciółką”
- Wdróż program lojalnościowy (karta stałej klientki)

KLUCZ DO SUKCESU

Systematyczność. Jeden post tygodniowo przez rok jest lepszy niż 30 postów w miesiącu i potem pół roku ciszy. Budowanie bazy klientek to maraton — nie sprint.

★ Bonus: Checklista zadań

Wydrukuj, powieś na widoku i odhaczaj na bieżąco. Każde ✓ to krok do większej liczby klientek.

Fundamenty (Miesiąc 1)

- ☐ Google Business Profile — zgłoszony i zweryfikowany
- ☐ Profil GBP uzupełniony w 100% (zdjęcia, usługi, cennik, godziny)
- ☐ Bio na Instagramie zoptymalizowane (słowa kluczowe, link do rezerwacji)
- ☐ Highlights na Instagramie utworzone (Przed/Po, Cennik, Opinie, FAQ)
- ☐ 10 opinii w Google zebranych od ostatnich klientek
- ☐ SMS z podziękowaniem po wizycie — wdrożony
- ☐ Program poleceń — karta rabatowa stworzona
- ☐ Spójny styl zdjęć — filtr i paleta kolorów wybrane

Budowa zasięgów (Miesiąc 2)

- ☐ 3 Reels tygodniowo publikowane na Instagramie
- ☐ Konto na TikToku założone — 3 filmy tygodniowo
- ☐ Pierwsza kampania Facebook Ads uruchomiona (test 7 dni)
- ☐ 3 mikro-influencerki skontaktowane
- ☐ 2 artykuły na blogu opublikowane
- ☐ Systematyczne zbieranie opinii Google — każda klientka
- ☐ Lampa pierścieniowa / dobre światło do zdjęć — zakupione

Skalowanie (Miesiąc 3)

- ☐ Analiza wyników (Instagram insights, GBP stats)
- ☐ Budżet reklamowy zwiększony na najlepsze kampanie
- ☐ Współpraca z influencerką zrealizowana
- ☐ Strona www zoptymalizowana pod SEO lokalne
- ☐ Kampania remarketingowa na Facebooku uruchomiona
- ☐ Event „Przyjdź z przyjaciółką” — zorganizowany
- ☐ Program lojalnościowy (karta stałej klientki) — wdrożony
- ☐ Birthday club — daty urodzin zbierane, vouchery gotowe

Działania ciągłe

- ☐ Codzienne Stories na Instagramie
- ☐ Odpowiadanie na każdą opinię w Google
- ☐ Odpowiadanie na wiadomości od klientek w ciągu 2 godzin
- ☐ Aktualizowanie cennika we wszystkich kanałach
- ☐ Monitorowanie konkurencji — co u nich działa?

Powodzenia!



Masz w rękach konkretne narzędzia. Teraz czas na działanie.

Pamiętaj: nie musisz zrobić wszystkiego dzisiaj. Wybierz 3 metody, które najbardziej do Ciebie przemawiają, i zacznij od nich. Resztę dołączaj stopniowo.