



negocios | soluciones de mercado

## Manía de mercadeo directo

Postales, boletines informativos y herramientas de correo para mercadeo directo



**El** correo directo debería ser un elemento de importancia crítica en la estrategia de mercadeo de tu salón. Si no has comenzado aún a listar nombres, direcciones, números telefónicos y fechas de cumpleaños, no es tan tarde.

Los boletines de novedades y las herramientas de mercadeo directo deberían ser educativas, atractivas y consistentes con la imagen de tu salón. Tus clientes, vendedores y miembros del equipo estarán emocionados al oír de las novedades y promociones del salón. Esta inversión vale la pena para crear piezas de correo directo diseñadas especialmente para ti. Esto ayudará a que tu equipo venda a tus clientes nuevos servicios y productos a lo largo del año.

### Correo directo único

Puedes crear y distribuir independientemente tu propio correo con el programa de la estación. Las postales y las cartas personalizadas son la forma perfecta para promocionar nuevos empleados, colores de estación, manicurías y nuevos servicios en el salón. Puedes enviar una postal diciendo "Gracias por ser nuestro cliente". Úsalas también para darle la bienvenida a nuevos residentes de tu barrio uniéndolo a un agente de inmobiliaria.

Crea postales a todo color con una foto y tu logo al frente, y un mensaje personalizado en la parte posterior. Este correo te dará una imagen más prestigiosa. El costo de diseño, impresión y envío de correo será de cincuenta a setenta y cinco centavos por pieza. Las cartas deberán ser escritas profesionalmente sobre papel estético que incluya tu logo.

### Correo cooperativo y combinado

El correo combinado es tradicionalmente donde múltiples publicistas usan la misma alta calidad de impresión sobre papel brillante y a todo color, es decir, en la misma revista o folleto. El correo cooperativo usa el mismo sobre para enviar varias tarjetas o folletos de múltiples publicistas.

A pesar de que casi todos usarán ofertas especiales y descuentos, tu puedes enviar tu promoción sin ellos. Pero si decides enviar cupones de descuentos, usa ofertas fuertes con dólares o pesos de descuentos en vez de porcentajes. Puedes ofrecer también un regalo pequeño con cada compra. Usa siempre una fecha de expiración.

Las compañías nacionales harán casi todo por ti: consultar tus ofertas de mercadeo, diseño de arte, impresión de materiales y distribución a las casas del área elegida por dos a cuatro centavos por pieza. Cada compañía distribuye en áreas claves de 10,000 a 50,000 casas, cuatro a doce veces por año. Negocia un contrato anual

con descuento. Puedes encontrar estas compañías de publicidad en tus Páginas Amarillas locales.

### **Boletines de novedades**

Estos son la mejor forma para educar a los clientes sobre los servicios de tu salón y sobre las habilidades técnicas de los miembros de tu equipo. Esto ayudará a vender más productos, servicios y certificados de regalo a los clientes existentes y a los nuevos por llegar. Los boletines deben cubrir minimalistamente varios temas y servicios de tu salón. Destaca lo que hace a tu equipo diferente y único.

El diseño del boletín será elegante y atractivo en vez de letras monótonas sobre un papel blanco o de color neón. Representa con el boletín la imagen de alta calidad que tu negocio merece. Incluye tu logo y fotografía. Crea un nombre y una introducción especial para el inicio. Si es necesario, emplea a un diseñador gráfico y a un escritor para que te ayuden. El contenido debe ser informativo y emocionante.

Puedes enviar por correo el boletín o darlo a los clientes del salón. Contrata a una compañía de correo directo para enviar varios miles de boletines a las casas cercanas a tu negocio. Las mejores fechas son la cercana a la primavera y justo después del Día de gracia. Una o dos veces al año es más que suficiente para enviar boletines.

### **Folletos**

Seguro que los conoces por tu diario del domingo. Los puedes enviar a las casas de tu barrio mediante la agencia de noticias local. Es tan económico, o aún más, que la distribución de correo directo.

### **Internet y correo electrónico con novedades**

Internet es maravilloso. Te sugiero archivar las direcciones de *e-mail* y crear una carta bimensual donde compartirás ideas, promociones y novedades con tus clientes. Haz estos correos creativos y visualmente coloridos usando tus fotografías. Únete con tu servidor de Internet local para crear y distribuir este correo. ¡Ahorrarás mucho dinero en estampillas!

### **Consejos de distribución**

– Ofrece algunos boletines y piezas de correo directo en el escritorio de entrada de tu salón.

- Crea una lista computarizada con direcciones de correo y direcciones electrónicas.
- Pregunta por precios por grandes cantidades en la tienda de correo local.
- Trabaja con una compañía de distribución directa de correo para enviar por lo menos 10,000 a 25,000 copias a las casas que tengan el mismo código postal que tu salón.
- Pregúntale a los diarios locales cuanto te cobrarían por enviar tus folletos como una inserción.
- Envía material promocional a la Cámara de comercio y a las universidad local.
- Distribuye el correo a cada cadena televisiva, radio, diario, revista y editorial de tu ciudad.

### **Promociona la belleza en el diseño**

La consistencia en el correo de mercadeo es crítica para mantener la imagen de tu salón. Usa siempre un diseño hermoso con el mismo tipo de letra, gráficos, colores y arreglos. Al igual que tu menú de servicios, tus postales y boletines llevarán la misma imagen de tu tarjeta de negocios, papel membretado, materiales de compra y señal a la entrada de tu negocio.

Una imagen todavía vale más que mil palabras. Realiza una sesión de fotografía profesional, para que esas imágenes se muestren en todas tus publicidades. Estas fotos serán necesarias en la mayoría de tus folletos, especialmente en el que muestra los servicios del spa.

Tus clientes no pueden ver el tratamiento facial privado de una persona, el masaje, o el tratamiento corporal brindado cuando la puerta de la habitación está cerrada. Pero puedes compartir la experiencia mediante una fotografía. Generalmente éstas son más elegantes que el diseño de la computadora. Recuerda que es ilegal el copiar fotos de otras revistas para tus materiales de publicidad.

Tu programa de mercadeo debe ser especial y único. No uses materiales que podrían ser empleados por cualquier otro salón o spa de la ciudad. Imprime siempre tu logo en ellos y crea tu propio estilo. No es tan costoso en realidad. Cada folleto, postal, tarjeta, etc. debe diferenciarte de la competencia y mostrarte como uno de los salones más progresivos de la comunidad. ☺

**Acerca del autor:** Larry H. Oskin es el Presidente de Marketing Solutions, Inc., una agencia de relaciones públicas que incluye un completo servicio de mercadeo, publicidad y diseño gráfico especializados para el profesional de la industria de la belleza. Sus clientes incluyen salones, spas estéticos y médicos, distribuidores y fabricantes.



**Para recibir mayor información** llama al 1-703-359-6000 o visita [www.MktgSols.com](http://www.MktgSols.com).