

ПОДРОБНЫЙ ГАЙД ДЛЯ БЬЮТИ-МАСТЕРА

Как поднять цену
и не потерять клиентов.



Зачем этот гайд?

Ты давно работаешь, повышаешь квалификацию, покупаешь материалы, обрабатываешь заявки, выкладываешь контент — и всё это по цене, которую назначила два года назад?

Поднять цену — это не каприз и не наглость. Это логичный шаг в развитии. Но как сделать это без страха и без потерь?

В этом гайде — **6 шагов**, которые помогут повысить стоимость услуг и сохранить поток клиентов.

Шаг 1. Готовим клиента заранее

Задача: Дать время адаптироваться к новой цене и мотивировать записаться заранее.

✓ Что делать:

- Предупреди клиентов минимум за 7–14 дней
- Укажи точную дату изменения
- Сделай это в уважительном, спокойном тоне

Пример: «Дорогие клиенты, с 1 октября изменяется стоимость услуг. До этой даты можно записаться по текущей цене. Спасибо за понимание и за то, что вы со мной!»

? Где сообщить:

- сторис (несколько раз, в разные дни)
- Закреплённый пост в ленте
- Хайлайтс «Цены» или «Важно»
- Сообщение в чат-бот или рассылке

Шаг 2. Упаковка нового ценника через ценность

Задача: Показать, за счёт чего выросла цена и что получает клиент в итоге.



Что делать:

- Объясни, что входит в цену
- Покажи рост качества или сервиса
- Сделай акцент на заботе, а не на прибыли

Пример: «За последние 3 месяца я прошла 2 курса, обновила рабочее место и добавила новые материалы в уход. Хочу, чтобы каждая процедура была ещё комфортнее и результат — ещё лучше. Поэтому с октября цена немного меняется».



Как усилить:

- Сторис: «до/после», процесс, уход, материалы, рабочее место
- Пост «за кадром»: что стоит за каждой процедурой
- Отзывы клиентов, которые подтверждают качество

Шаг 3.

Сравнение «до/после» — но не внешности, а сервиса

Задача: Показать улучшения в работе, которых не видно в прайсе, но чувствует каждый клиент.



Что можно показать:

- Новый стерилизатор / освещение
- Рабочее место до/после
- Курсы, которые вы прошли (сертификаты)
- Чек-лист ухода, который теперь входит в услугу
- Время, которое вы оставляете «на воздух» между клиентами

Пример сторис:

Слайд 1: «Как выглядел мой рабочий стол 1 год назад»

Слайд 2: «А вот так сейчас»

Слайд 3: «Качество — это внимание к деталям. Поэтому я не боюсь повышать цену.»

Шаг 4.

Объяви повышение как событие, а не как «плохую новость»

Задача: Избежать оборонительной позиции и транслировать уверенность.

Что делать:

- Сделай повышение частью развития
- Подчеркни, что ты растешь как специалист
- Поблагодари клиентов за доверие

Пример: «Повышение цен — это знак того, что я расту как мастер. Спасибо, что вы идёте рядом. Мне важно, чтобы вы всегда получали максимум заботы и результата».

Шаг 5. Сделай «мостик» — мягкий бонус на переход

Задача: Сгладить переход и сохранить лояльность.

Что можно предложить:

- Подарок при записи по новой цене
- Бонус для постоянных клиентов (например, +5 минут массажа, уход, пробник)
- Марафон ранней записи по старой цене
- Закрытая бронь для «своих» по текущим условиям

Пример: «Первым 5 клиентам по новой цене — подарок. Потому что вы мои любимые»

Шаг 6. Готовься к реакциям — и отпуская без стресса

Важно:

Небольшой отток клиентов — это **нормально**. Важно не остаться в «ловушке страха».

Что делать:

- Не извиняться за рост
- Не оправдываться перед каждым
- Отслеживать качество клиентов, а не количество

Помни:

- Кто выбирает «подешевле», уйдёт в любом случае
- Кто ценит качество — останется
- Повышение цены = фильтрация случайных клиентов

ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ

1. А если вообще никто не запишется?

Значит, надо проанализировать: не только цену, но и упаковку, позиционирование, визуал, поток заявок. Цена — не единственный критерий.

2. А как часто можно повышать цену?

1–2 раза в год — абсолютно нормально. Особенно если при этом растёт ваш профессионализм.

3. Что сказать, если клиент спросит: «А почему дороже?»

Спокойно объясните: обучение, материалы, качество, развитие. Без оправданий — с достоинством.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цена — это про внутреннее ощущение уверенности. Когда ты знаешь, что делаешь хорошо, не боишься развиваться и заботишься о клиенте — ты имеешь право расти. Уважай свой труд. Цени своё время. Клиенты это чувствуют.

ЗАБЕРИ МИНИ-КУРС В ПОДАРОК

