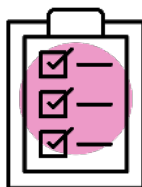


## CELE TWOJEGO GABINETU BEAUTY



**Cele, które masz w głowie to zaledwie marzenia.** Dopiero spisane, skonkretyzowane, określone w czasie i podzielone na konkretne działania, zaczynają mieć magiczną moc sprawczą. Jeśli chcesz osiągnąć swoje cele biznesowe i wznieść w przyszłym roku swój gabinet na wyższy poziom, skorzystaj z poniższej tabeli.

### **Jak dobrze napisać cel?**

Unikaj ogólników typu „Chcę mieć więcej klientów”. Zamiast tego napisz „*Do 30 marca zwiększam liczbę klientów (z segmentu „zamożne kobiety 50+”) o 20 klientów miesięcznie.*” Konkretnie i z dokładnie określoną datą (niekoniecznie 31 grudnia, przecież swoje cele chcesz osiągać szybciej!). Twój cel będzie dla Ciebie bardziej motywujący, jeśli dopisziesz powód, dla którego chcesz go osiągnąć, np.: „*Dzięki większym zyskom będę w stanie pracować krócej o 1h dziennie*”, „*Przy bardziej zamożnym kliencie będę w stanie podwyższyć swoje ceny*”, etc. Warto też określić sobie jakie zasoby będą Ci potrzebne, aby cel był możliwy do osiągnięcia, np. aby budować profesjonalny wizerunek marki potrzebuję *nowe logo*, aby zwiększyć obroty na najbardziej rentownych usługach potrzebuję *dodatkowego pracownika*, aby sprawnie obsługiwać media społecznościowe potrzebuję *szkolenia*, etc.

**Rozsiądź się wygodnie**, przygotuj długopis, dobrą kawę i jedziesz! W końcu chodzi o najważniejszą rzecz – Twoją przyszłość! Powodzenia w planowaniu!

	CEL	Dlaczego (powód, dla którego chcesz osiągnąć cel)	DATA (do kiedy osiągnę cel)	Co będzie mi potrzebne do realizacji celu	Wiedza, która Ci pomoże
<p><b>Klient</b></p> <p>Kto jest Twoim najważniejszym klientem? Ilu nowych klientów chcesz pozyskiwać w miesiącu? Co musisz zrobić, aby lepiej zaspakajać potrzeby moich klientów?</p>					<p><a href="https://joannamaczka.pl/kursy/grupa-docelowa/">https://joannamaczka.pl/kursy/grupa-docelowa/</a></p> <p>Twój kod rabatowy: KLIENT49</p>
<p><b>Marka</b></p> <p>Czym wyróżnia się moja marka? Jakie unikalne doświadczenie serwuje klientom? Dzięki czemu jest zapamiętywana? Gdzie ma braki? Słabe strony? Jak lepiej mogę budować swoją markę? Jakimi działaniami?</p>					<p><a href="https://joannamaczka.pl/kursy/zbuduj-marke-twojego-gabinetu/">https://joannamaczka.pl/kursy/zbuduj-marke-twojego-gabinetu/</a></p> <p>Twój kod rabatowy: MARKA49</p>
<p><b>Oferta</b></p> <p>Jakich usług chcesz sprzedawać więcej? Jakich usunąć z oferty? Jakich brakuje? Które usługi są nierentowne i wymagają zmiany ceny, czasu wykonywania lub obniżenia kosztów?</p>					<p><a href="https://joannamaczka.pl/kursy/jak-zbudowac-oferte/">https://joannamaczka.pl/kursy/jak-zbudowac-oferte/</a></p> <p>Twój kod rabatowy: OFERTA49</p>

<p><b>Treści</b></p> <p>Jakie treści angażują moich klientów? Jakie budują profesjonalny wizerunek? Jak często trzeba je publikować? W jakiej formie? Czego jeszcze nie robię, a co warto?</p>					<p><a href="https://joannamaczka.pl/kursy/treści-w-social-media/">https://joannamaczka.pl/kursy/treści-w-social-media/</a></p> <p>Twój kod rabatowy: TRESCI49</p>
<p><b>Zasięgi</b></p> <p>W jakich miejscach przebywają moi klienci? Jak można do nich dotrzeć? Czy moje profile na FB i IG wyglądają wystarczająco profesjonalnie, żeby przyciągać nowych klientów? Jakich hashtagów używam na IG?</p>					<p><a href="https://joannamaczka.pl/kursy/facebook-i-instagram-dla-gabinetow-beauty/">https://joannamaczka.pl/kursy/facebook-i-instagram-dla-gabinetow-beauty/</a></p> <p>Twój kod rabatowy: FBIG47</p>
<p><b>Strategia cenowa</b></p> <p>Jaki jest optymalny poziom moich cen? Czy mam dobrze policzone pakiety usług? Czy muszę przeprowadzić podwyżkę ceny? Jak mierzę zyskowność usług? Jaki poziom rabatów jest dla mnie korzystny?</p>					<p><a href="https://joannamaczka.pl/kursy/strategie-cenowe-twojego-gabinetu-czyli-9-krokow-do-wiekszych-zyskow/">https://joannamaczka.pl/kursy/strategie-cenowe-twojego-gabinetu-czyli-9-krokow-do-wiekszych-zyskow/</a></p> <p>Twój kod rabatowy: SC99</p>