# Готовый контент-план на месяц для лешмейкера

## **Продающие посты на месяц**

Контент-пландля мастера по наращиванию ресниц включает в себя несколько постов, объясняющих потенциальным клиентам ценность услуги и особенности ценообразования.

Приглашение в студию, разбор вопросов клиента и снятие возражений.

**Варианты продающих постов:**

* Как определиться с длиной ресниц - показать примеры работ
* Акция: разрешите нам использовать ваше фото с результатом и получите скидку 50%
* Акция месяца: за упоминание в вашем посте – скидка 20%
* 2 в 1: получите 2 услуги по цене одной весь месяц
* 5 мифов о наращивании ресниц – развеять самые распространенные сомнения клиента
* «До» и «После»: наглядный результат наращивания ресниц. Цикл постов
* Как выглядит лицо с нарощенными ресницами и без них – фотографии

Стоимость услуг по наращиванию, объяснение ценности процедуры и то, как вообще формируется правильная цена.

**Идеи для постов лэшмейкера:**

* Что включено в стоимость процедуры (рассказать об уровне обслуживания, дополнительных «плюшках»)
* Почему дешево – это плохо?
* Какие материалы вы используете в работе. Почему они лучше, чем аналоги
* Где вы учились. Покажите фотографии своих сертификатов

**Видео REELS**:

* «Разговор» клиента и мастера. Клиент задает «глупые» вопросы, а мастер отвечает
* Шуточное видео «Когда сменила проверенного мастера на нового». Сначала красивые ресницы, потом – «паучьи лапки»
* Шуточное видео «Когда твой парень не понимает разницу между 2Д и 3Д ресницами (грустная девушка)

## **Информационные и развлекательные посты**

Контент-план на месяц включает в себя и полезные посты, из которых клиент получит необходимую для него информацию. Посты для лешмейкера должны чередоваться – полезный, развлекательный, продающий. При этом большую часть профиля занимают полезные и развлекательные посты.

**Информационные посты о лешмейкере:**

* Как ухаживать за нарощенными ресницами
* Новый тренд – цветные ресницы. Кому подойдет?
* Эффект «Ким» - что это такое и кому он подойдет?
* Можно ли делать макияж перед наращиванием
* Тренды в наращивании в этом сезоне

**Развлекательные варианты постов:**

* Когда лешмейкер перестарался: подборки фото (из Сети) с неудачным итогом работы с ресницами
* Смешная история о взаимодействии с клиентом
* Мое рабочее место – подборка фотографий
* Рассказ о том, в какую нелепую ситуацию вы попадали, и как из нее выпутывались

**Развлекательные видео REELS:**

* «Прежде, чем встречаться с парнем, убедись, что он оплатит тебе визит к лешмейкеру»
* Мой путь лэшмейкера – рассказать, с чего начинался бизнес и к какому результату получилось прийти
* Видео-распаковка новых палеток с ресницами и косметики для ухода

## **Информационные и развлекательные сторис**

Основной вид сторис, которые требуется публиковать ежедневно – развлекательные. Это необходимо для вовлечения реальных и потенциальных клиентов и повышения доверия к мастеру.

**Примеры развлекательных сторис для лешмейкера:**

* Рассказ о себе и о том, как вы начали бизнес
* Игра «Найди мою работу». Нужно опубликовать коллаж из 4 разных работ и попросить найти вашу
* Юмористическое видео «Типы клиентов». Например «Мне бы побыстрее», или «Девочка, такая девочка»
* Рубрика «Цитата дня». Каждый день вы можете публиковать красивую цитату

**Идеи информационных сторис для публикаций:**

* Какой уход нужен нарощенным ресницам
* Видео «До и после» для каждого типа ресниц
* Как добиться натурального изгиба при наращивании
* В чем разница 2Д и 3Д объема
* Как правильно умываться

## **Продающие сторис**

Особая категория сторис – продающие. Важно действовать аккуратно, не предлагая свои услуги «в лоб».

Примеры продающих сторис:

* Ответ на вопрос подписчика – как записаться на процедуру
* Отзывы клиентов, посетивших ваш кабинет
* Прайс. Не нужно предлагать клиентам прийти на процедуру, достаточно выложить прайс
* Информация о свободных местах для записи

Новые подписчики решаются на посещение кабинета лэшмейкера только в том случае, если они понимают, что за личность стоит за блогом и начинают доверять специалисту. Добиться такого уровня доверия непросто, но возможно, за счет грамотной публикации контента в соответствии с планом.