# **Контент-план для мастера лазерной эпиляции в Инстаграм на месяц**

### **Продающие посты на месяц**

Принимая решение о том, чтобы пойти к мастеру из Инстаграма на эпиляцию, женщины часто присматриваются к аккаунту, сравнивают результаты процедуры и долго думают. Задача мастера - вызвать доверие. Для этого необходимо сочетать продающий, информационный и развлекательный контент и производить впечатление профессионала.

Примеры **продающих постов:**

* Преимущества нашего аппарата и отличие от других.
* 5 причин, почему вам точно нужна лазерная эпиляция;
* Подготовка к первому свиданию - какой курс процедур выбрать, чтобы выглядеть идеально.
* Чего ждать от первой процедуры - эффект лазерной эпиляции.
* Лазер в салоне или эпилятор дома - почему первое намного лучше второго?

### **Информационные и развлекательные посты**

Продающие тексты быстро надоедают аудитории и вызывают раздражение, если их становится слишком много. Поэтому, 70-75% публикаций составляют развлекательные и информационные посты.

Примеры **информационных постов**:

* Что такое лазерная эпиляция - суть процедуры.
* Почему волосы начинают расти быстрее после процедуры?
* “А что делать, если есть родинки”? - ответить на этот вопрос в публикации.
* Какой лазер подойдет? - рассказать о типах процедур при первом или повторном посещении, а также в зависимости от цвета и состояния волос.
* Нужно ли отращивать волосы перед походом к мастеру.
* Вопрос, который волнует многих женщин - эпиляция на лице. Особенности этой процедуры.

Примеры **развлекательных постов**:

* Мифы о лазерной эпиляции - можно собрать все популярные мифы и развеять каждый из них.
* Почему нельзя пропускать процедуры - серия шуточных картинок, но с реальным объяснением проблем.
* Как мастер ждет клиента - серия фотографий на фоне часов, показывающих опоздание посетительницы.
* Что не нужно делать в нашей клинике - пост-список с “антирекомендациями” в стиле вредных советов.

### **Информационные и развлекательные сторис**

При правильном оформлении и выборе тем сторис могут стать отличным элементом как для продвижения, так и для повышения уровня доверия к мастеру. Для этого выбираются публикации, повышающие экспертность.

Примеры **информационных сторис**:

* Процесс подготовки к процедуре.
* Что такое эпиляция и какие виды процедуры существуют - показать используемые приборы.
* Сколько времени занимает процедура?
* Как защитить кожу после эпиляции, особенно, с наступлением холодов.
* Безболезненность процедуры эпиляции - почему не стоит бояться болевых ощущений?
* “У нас стерильно”. Показать, как вы обрабатываете инструменты и помещение.

Примеры **развлекательных сторис**:

* Голосование для подписчиков “Выбери, что тебе больше нравится” - показать разные варианты процедуры эпиляции.
* Окончание рабочего дня в студии - смешной ролик о том, как мастера собираются домой.
* Украшение в гостевой зоне студии - показать, где вы встречаете гостей перед процедурой.
* Закулисье - что делает мастер эпиляции в свободное время.
* Челлендж - предложить подписчикам любой челлендж по уходу за собой, например: “Наношу увлажняющий крем на кожу каждый день”.

### **Продающие сторис**

В сторис так же, как и в постах, можно предлагать свои услуги. Главное правило - красивое оформление и дозированная информация, которая подходит по типу целевой аудитории.

Примеры **продающих сторис**:

* “Тайный покупатель”. Посетить другой салон под видом тайного покупателя, а потом показать ваш салон и все его преимущества.
* “Лопаем шары”. Мастер лопает один из нескольких шариков со спрятанной в нем бумажкой-акцией, объявляет скидку и приглашает клиентов.
* Кто работает в салоне - показать всех сотрудниц с небольшой презентацией “О себе”. Можно использовать популярный сейчас формат - танцы.
* “Гладкие ножки”. Снять мини-ролик, на котором хорошо видна гладкость ног, например, с помощью шелкового платка.