

**Få din skønhedsklinik
til at blomstre - flere
bookinger, mere vækst**

Adtimize.dk



En fyldt klinik skaber ikke kun omsætning – den skaber også en exceptionel oplevelse.

Kunder tiltrækkes af klinikker, der udstråler professionalisme og et behageligt miljø. En positiv stemning kan være den afgørende faktor for, om de vælger netop din klinik. Desuden betyder flere kunder større eksponering, hvilket kan føre til øget omtale og synlighed i din branche. Men hvordan skaber du dette momentum? Læs med og få værktøjerne til at optimere alt fra markedsføring til kundeoplevelse.

Intro:

Profit Puslespillet

Hvad er Profit Puslespillet:

For at fylde din klinik med kunder og skabe vedvarende succes er det afgørende at forstå, hvordan forskellige markedsføringselementer arbejder sammen. Dette er grundlaget for vores framework, Profit Puslespillet, der består af to hovedområder: **Fundamentet** og **Træd på speederen**.

Fundamentet: Skab en stærk base

De tre nøgleelementer i Fundamentet sikrer, at din online tilstedeværelse er klar til at tiltrække og fastholde gæster:

- **Hjemmesideoptimering:** Sørg for, at din hjemmeside er mobilvenlig, brugervenlig og gør det nemt at booke tider.
- **E-mail marketing:** Hold kontakten med dine kunder gennem nyhedsbreve, tilbud og personlige anbefalinger.
- **SEO:** Bliv fundet online med lokal søgemaskineoptimering, så potentielle kunder kan finde dig hurtigt og nemt.

Træd på speederen: Skab momentum

Når Fundamentet er på plads, kan du øge farten med målrettede værktøjer:

- **Google Ads:** Mød kunder, når de søger efter skønhedsklinikker som din.
- **Video content:** Brug engagerende videoer til at fremvise de behandlinger du tilbyder og atmosfæren.
- **Social ads:** Nå ud til lokale kunder via Facebook og Instagram med visuelt indhold og attraktive tilbud.

Samspillet skaber succes

Det er kombinationen af de seks elementer, der gør forskellen. En stærk hjemmeside understøtter dine annoncer, mens e-mails og SEO opbygger din synlighed og styrker kundernes loyalitet. Når alt arbejder sammen som ét system, kan du skabe en markedsføringsstrategi, der fylder din klinik – dag efter dag.

Kapitel 1: Din digitale hoveddør

Hjemmesideoptimering

Din hjemmeside er ofte det første indtryk, potentielle kunder får af din klinik. Derfor skal den være enkel, tiltalende og funktionel.

- **Mobilvenlighed**

Over halvdelen af al trafik sker via mobilen. Din hjemmeside skal fungere perfekt på mindre skærme og gøre det nemt for kunder at finde menuen, åbningstider og "Book tid"-knappen.

- **Brugervenlighed**

Gør navigationen enkel og logisk. Sørg for, at kunder hurtigt kan finde svar på deres spørgsmål – uanset om det handler om allergener eller parkeringsmuligheder.

- **Visuel appel**

Brug professionelle billeder og videoer, der afspejler dine behandlinger og atmosfære. En visuel oplevelse kan ofte være afgørende for, om kunder vælger netop din klinik.



Vidste du?

at 88% af onlineforbrugerne
er mindre tilbøjelige til at
vende tilbage til et websted
efter en dårlig oplevelse

Kapitel 2: Bevar kontakten med dine kunder

E-mail marketing:

E-mails er en effektiv måde at kommunikere direkte med dine kunder på og skabe loyalitet. Ved at indsamle e-mailadresser fra dine kunder kan du:

- **Promovere særlige tilbud:** Fortæl dine abonnenter om eksklusive rabatter og behandlinger.
- **Minde om bookinger:** Send automatiserede påmindelser om kundernes bookedede tider.
- **Opbygge relationer:** Del historier om din klinik, nye behandlinger eller resultater for at holde gæsterne engagerede.

Eksempel: ""Tak for dit besøg! Husk, at vi tilbyder en eksklusiv ansigtsbehandling i denne uge – book din tid nu og få en gratis opfriskende ansigtsmaske med i købet!"

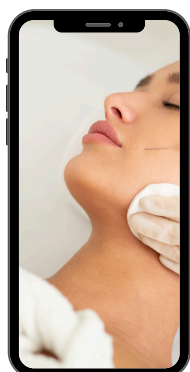


Kapitel 3: Bliv fundet online

E-mail marketing:

Søgemaskineoptimering (SEO) er nøglen til at sikre, at din skønhedsklinik bliver fundet, når kunder søger online. Ved at fokusere på lokale søgninger kan du tiltrække kunder, der aktivt leder efter en klinik som din.

- **Lokale søgeord:** Optimer din hjemmeside med søgeord som "pedicure i [din by]" eller "farvning af bryn i nærheden". Disse ord matcher det, dine potentielle kunder søger efter.
- **Google My Business:** Sørg for, at din skønhedsklinik er registreret og opdateret på Google My Business. Inkluder billeder, åbningstider og anmeldelser.
- **Opdateret indhold:** Del nyheder, blogindlæg eller guides, der gør din side relevant og hjælper med at forbedre din placering på Google.



A woman with long brown hair, wearing a white button-down shirt, is sitting at a white desk. She is looking out a large window to her right, smiling slightly. On the windowsill, there are two small potted plants, one in a white pot and one in a light blue pot. The background outside the window is a blurred view of a city or landscape. The overall lighting is soft and natural.

Intro til kapitel 4-6

Træd på speederen i Profit Puslespillet

Når fundamentet er solidt, er det tid til at accelerere din markedsføring og skabe momentum. I denne del af Profit Puslespillet fokuserer vi på de tre vigtigste værktøjer, der kan skaffe dig hurtigere resultater: Google Ads, video content, og social ads. Disse elementer er designet til at give din klinik maksimal synlighed og tiltrække flere kunder.

Kapitel 4: Fang kunderne i beslutningsøjeblikket

Google Ads:

Google Ads giver dig mulighed for at placere din klinik direkte foran de mennesker, der aktivt leder efter skønhedsbehandlinger. Med målrettede kampagner kan du hurtigt og effektivt skaffe flere bookinger.

- **Søgeordsoptimering:** Brug specifikke søgeord, som dine kunder sandsynligvis søger efter, fx "ansigtsbehandling i [din by]" eller "holdbare eyelash extensions". Jo mere præcise dine søgeord er, desto større er chancen for at tiltrække relevante kunder.
- **Lokale annoncer:** Udnyt lokal målretning for at sikre, at dine annoncer når folk i dit nærområde. Dette er især vigtigt for klinikker, hvor de fleste kunder søger efter steder i nærheden.
- **Call-to-actions:** Brug overbevisende tekst i dine annoncer, der opfordrer kunder til handling, fx: "Book tid nu og få en gratis ansigtsmaske!" eller "Se vores mest populære behandlinger!"



Kapitel 5: Fortæl din historie med levende billeder

Video content:

Videoer er et kraftfuldt værktøj til at fange opmærksomhed og engagere potentielle kunder. De giver dig mulighed for at vise din klinik og behandlingsoplevelsen på en måde, som billeder og tekst ikke kan matche.

- **Fremvis dine behandlinger og produkter:** Lav korte videoer af produkterne, der bliver brugt, eller vis oplevelsen og resultatet af behandlingerne. Det vækker nysgerrigheden og giver kunder lyst til selv at prøve behandlingerne.
- **Stemning og atmosfære:** Optag videooptagelser af klinikken med glade kunder, behagelig belysning og en afslappende atmosfære. Dette hjælper med at skabe en følelsesmæssig forbindelse og giver potentielle kunder en fornemmelse af den oplevelse, de kan forvente hos jer.
- **Sociale medievenlige formater:** Lav korte, engagerende videoer til Instagram Reels, TikTok og Facebook. Husk undertekster, da mange ser videoer uden lyd.



Kapitel 6: Ram dine kunder, hvor de allerede er

Social ads:

Sociale medier som Facebook og Instagram er nogle af de mest effektive platforme til at tiltrække og engagere kunder. Med social ads kan du præcist målrette din ønskede målgruppe og vise dem, hvorfor de skal vælge din klinik.

- **Visuelt stærke annoncer:** Brug billeder og videoer, der fanger opmærksomheden – tænk på unikke behandlinger, tilfredse kunder og detaljer fra din klinik, der fremhæver både atmosfære og professionalisme.
- **Segmenteret målretning:** Målret dine annoncer til specifikke grupper, fx:
 - Potentielle kunder tæt på din klinik.
 - Venner – fremhæv hyggelige oplevelser, der kan deles med en ven/veninde.
 - Singler – med fokus på selvforkælelse og personlig velvære.
- **Retargeting:** Brug retargeting til at nå ud til folk, der tidligere har besøgt din hjemmeside eller interageret med dine opslag. Det minder dem om din klinik og øger chancen for, at de booker en tid.



Kapitel 7: Tjekliste til at få fyldt din klinik

Sørg for, at fundamentet er solidt

Før du accelererer, skal din base være stærk. Et velfungerende fundament er nøglen til at konvertere besøgende til loyale kunder.

Hjemmesideoptimering

Din hjemmeside er dit digitale visitkort. Sørg for, at den:

- ☐ Er mobilvenlig og hurtigt indlæses.
- ☐ Har tydelige call-to-actions som "Book tid" eller "Læs om behandlingerne".
- ☐ Indeholder professionelle billeder og let tilgængelig information.

E-mail marketing

Hold kontakten til dine kunder gennem relevante og målrettede e-mails.

- ☐ Promover særlige behandlinger og tilbud.
- ☐ Send automatiserede påmindelser om bookinger eller fødselsdage.
- ☐ Skab loyalitet gennem personlige nyhedsbreve.

SEO (Søgemaskineoptimering)

Bliv fundet, når potentielle kunder søger online.

- ☐ Optimer din hjemmeside med lokale søgeord som "manicure i [din by]".
- ☐ Opdater din Google My Business-profil med aktuelle oplysninger og billeder.
- ☐ Lav værdifuldt indhold som fx guides eller blogindlæg for bedre synlighed.

Forsætter på næste side

Kapitel 7.1: Tjekliste til at få fyldt din klinik

Træd på speederen for at skabe momentum

Når fundamentet er på plads, kan du accelerere med værktøjer, der hurtigt skaber resultater.

Google Ads

Fang kunder, der søger aktivt efter klinikker som din.

- ☐ Målret annoncer med relevante søgeord som "pedicure nær mig".
- ☐ Brug lokal målretning for at nå kunder i nærområdet.
- ☐ Tilføj stærke call-to-actions for at skabe handling.

Video content

Engager dine kunder visuelt og fortæl din historie med levende billeder.

- ☐ Vis dine produkter, din atmosfære og dit personale i aktion.
- ☐ Del korte videoer på sociale medier og brug dem i dine annoncer.
- ☐ Brug formater, der fungerer godt på Instagram, TikTok og Facebook.

Social ads

Ram kunderne på de platforme, hvor de allerede er aktive.

- ☐ Lav visuelle annoncer med billeder eller videoer, der skiller sig ud.
- ☐ Segmentér din målgruppe baseret på geografi, interesser og adfærd.
- ☐ Brug retargeting for at nå tidligere besøgende og mind dem om din klinik.

TAK

for at læse med!

Ønsker du hjælp kan du booke en **gratis** tid med vores team her:

[Book et møde](#)

