

M A R T A F I Ł O Ń

JAK SPRZEDAWAĆ PROFESJONALNE KOSMETYKI BEZ NAMAWIANIA



Schematy
potwierdzone
sukcesem
w setkach
klinik urody

MARTA FIŁOŃ

JAK SPRZEDAWAĆ PROFESJONALNE KOSMETYKI BEZ NAMAWIANIA





**JAK SPRZEDAWAĆ PROFESJONALNE KOSMETYKI
BEZ NAMAWIANIA**

Copyright © Marta Fiłoń

Wydawnictwo: Szkoła Biznesu Beauty
www.martafilon.pl

ISBN: 978-83-963804-1-8

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Nieautoryzowane rozpowszechnianie w całości
lub części publikacji jest zabronione.

Warszawa 2025

▶ JEŚLI CHCESZ, BY TWOJE KLIENTKI KUPOWAŁY PROFESJONALNE KOSMETYKI, ALE:

- nie lubisz „sprzedawać”,
- nie wiesz, jak reagować na odmowy,
- masz poczucie, że klientki wolą tańsze zamienniki z drogerii,

to znajdziesz tu konkretne zdania, techniki i przykłady, które sprawią, że rozmowa o pielęgnacji domowej stanie się dla Ciebie naturalna i skuteczna.

Dzięki tej książce przestaniesz „namawiać” i zaczniesz doradzać tak, że klientki same będą chciały kupować u Ciebie.

SPIS TREŚCI

1. SPRZEDAŻ KOSMETYKÓW – KLUCZ DO LEPSZYCH EFEKTÓW I LOJALNYCH KLIENTEK	15
2. NIEWIDZIALNE BARIERY – CZYLI DLACZEGO NIE SPRZEDAJESZ, CHOĆ MOŻESZ	22
3. JAK NIE BRZMIĆ JAK SPRZEDAWCA, A I TAK SPRZEDAWAĆ SKUTECZNIE	34
4. SZTUKA ODPOWIEDZANIA NA WYMÓWKI, KTÓRE SŁYSZYSZ OD LAT	40
4.1 7 SPRAWDZONYCH SPOSOBÓW REAKCJI NA WYMÓWKI I ODMOWĘ KLIENTEK	48
5. MARKETINGOWE „UŁATWIACZE” SPRZEDAŻY	57
5.1 CZY PROMOCJE NA KOSMETYKI MAJĄ SENS?	61
5.2 BEAUTY PLAN – RECEPTA NA PIELĘGNACJĘ	62
5.3 ULOTKI TEMATYCZNE I MINI-PORADNIKI	64
5.4 PAKIETY KOSMETYCZNE I ZESTAWY OKAZJONALNE	66
5.5 GADŻETY I DROBNE DODATKI WSPIERAJĄCE SPRZEDAŻ	68
5.6 EKSPOZYCJA I „CICHA SPRZEDAŻ” W GABINECIE	70
5.7 MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE JAKO PRZEDŁUŻENIE ROZMOWY O KOSMETYKACH	72
6. SPRZEDAŻ BEZ SPRZEDAWANIA – PRAKTYCZNE TECHNIKI	74
6.1 SEKRET POCZĄTKU WIZYTY, KTÓRY OTWIERA DROGĘ DO SPRZEDAŻY	78
6.2 JAK JEDNYM PYTANIEM ZYSKAĆ PEŁNĄ UWAGĘ KLIENTKI	82
6.3 JAK SPRAWIĆ, BY KLIENTKA SAMĄ DOSZŁA DO WNIOSKU, ŻE POTRZEBUJE ZMIANY	85
6.4 PROSTY SPOSÓB, BY KLIENTKA UZNAŁA TWOJĄ REKOMENDACJĘ ZA TROSKE, A NIE SPRZEDAŻ	88
6.5 JAK PRZEDSTAWIĆ CAŁĄ LINIĘ KOSMETYKÓW, BY KLIENTKA CHCIAŁA WIĘCEJ	91
6.6 JAK MÓWIĆ O KOSMETYKACH, BY KLIENTKA POCZUŁA, ŻE SĄ DLA NIEJ STWORZONE	95
6.7 JAK ZAMKNAĆ ROZMOWĘ O KOSMETYKACH, ŻEBY ZAKOŃCZYŁA SIĘ ZAKUPEM	98
6.8 JAK MÓWIĆ O SKŁADZIE KOSMETYKÓW, ŻEBY KLIENTKA SŁUCHAŁA Z CIEKAWOŚCIĄ	101
6.9 JAK W PROSTY SPOSÓB POKAZAĆ KLIENTCE RÓŻNICĘ MIĘDZY KREMEM Z DROGERII A GABINETOWYM	105

6.10	JAK PRZEKONAĆ KLIENTKĘ, BY KUPIŁA WŁAŚNIE TERAZ	109
6.11	LEKARZ, KOSMETOLOG CZY RECEPCJONISTA – KTO POWINIEN SPRZEDAWAĆ KOSMETYKI? ...	112
6.12	JAK RECEPCJA MOŻE SPRZEDAWAĆ KOSMETYKI	115
6.13	JAK SPRZEDAWAĆ KOSMETYKI NA TWARZ PRZY WYKONYWANIU ZABIEGÓW NA CIAŁO	117
6.14	JAK ZAMIENIĆ HENNĘ CZY MANICURE W POCZĄTEK ROZMOWY O PIELĘGNACJI	122
6.15	CO ZROBIĆ, GDY KLIENTKA MÓWI, ŻE NIE STAĆ JEJ NA KOSMETYKI	124
6.16	JAK REAGOWAĆ, GDY KLIENTKA MÓWI, ŻE MA PODOBNY KOSMETYK	126
6.17	ODMOWA TO NIE KONIEC – JAK PONOWNIE MÓWIĆ O PIELĘGNACJI DOMOWEJ	128
	SPRAWDŹ SIĘ!	131
7.	UKRYTE PUŁAPKI W ROZMOWIE O KOSMETYKACH	
	– CO SPRAWIA, ŻE KLIENTKA ODMAWIA	135
7.1	PYTANIE, KTÓRE ZAMYKA ROZMOWĘ ZAMIAST JĄ OTWORZYĆ	139
7.2	DLACZEGO NIE WARTO MÓWIĆ, ŻE KOSMETYKI SĄ DO „PODTRZYMANIA EFEKTÓW ZABIEGOWYCH”	140
7.3	DLACZEGO MÓWIĄC O WYDAJNOŚCI KREMU TRACISZ KOLEJNĄ SPRZEDAŻ	144
7.4	GDZIE NIE WARTO ROZMAWIAĆ O KOSMETYKACH	146
7.5	KIEDY PRÓBKI KREMÓW TO STRATA PIENIĘDZY	148
7.6	JEDNO SŁOWO, KTÓRE ZMIENIA SPOSÓB WIDZENIA KLIENTEK	151
7.7	DLACZEGO PRZEKONYWANIE KLIENTKI TYLKO PSUJE SPRZEDAŻ	153
7.8	DLACZEGO PRYZNAWANIE RACJI KLIENTCE DZIAŁA NA TWOJĄ NIEKORZYŚĆ	155
7.9	DLACZEGO BRAK PEWNOŚCI ODBIERA CI AUTORYTET	157
7.10	BŁĘDNE ZAŁOŻENIA, KTÓRE BLOKUJĄ TWOJĄ SPRZEDAŻ	160
7.11	DLACZEGO POLECANIE KOSMETYKÓW Z DROGERII MOŻE CI ZASZKODZIĆ	162
	SPRAWDŹ SIĘ!	166
8.	JAK PROWADZIĆ KLIENTKĘ DALEJ	
	– ROZMOWY NA KOLEJNYCH WIZYTACH	169
9.	SŁOWA KLUCZE W ZALECANIU PROFESJONALNYCH KOSMETYKÓW	178
10.	PLAN DZIAŁANIA	189
	EFEKT WOW ZACZYNA SIĘ TERAZ – U CIEBIE	193
	O AUTORZE	198

Wyobraź sobie, że polecanie kosmetyków klientkom jest tak naturalne, jak dobieranie im zabiegu w gabinecie. Mówisz, co będzie dla nich najlepsze, a one słuchają, ufają i wracają po kolejne produkty, bo widzą efekty.

Właśnie tak chcę, żeby wyglądała Twoja sprzedaż – bez presji, bez poczucia „wciskania” i z pełnym przekonaniem, że robisz coś dobrego dla klientki.

TA KSIĄŻKA JEST DLA CIEBIE, JEŚLI:

- dopiero zaczynasz w branży beauty i chcesz od razu zbudować dobre nawyki sprzedażowe,
- wiesz, jak ważna jest pielęgnacja domowa, ale czasem powstrzymuje Cię obawa, że klientka uzna Twoją radę za próbę namówienia jej na zbędny zakup,
- świetnie radzisz sobie w polecaniu kosmetyków, ale chcesz wskoczyć na jeszcze wyższy poziom i sprzedawać skuteczniej, mądrzej i... z jeszcze większą satysfakcją.

W środku znajdziesz same konkrety – co mówić, kiedy i w jaki sposób, by klientka chętnie korzystała z Twoich zaleceń, kupowała produkty, które faktycznie jej pomogą, i miała jeszcze lepsze efekty zabiegów.

Poprowadzę Cię krok po kroku przez cały proces – od pierwszej rozmowy, przez budowanie zaufania, aż po moment, w którym klientka z uśmiechem sięga po kosmetyk, wiedząc, że to najlepszy wybór dla niej. Bo sprzedaż kosmetyków w gabinecie to nie transakcja – to część Twojej profesjonalnej opieki nad skórą klientki.

Książka „Jak sprzedawać profesjonalne kosmetyki bez namawiania” to Twój kompletny system, który nauczy Cię sprzedawać pielęgnację domową skutecznie, naturalnie i z poczuciem, że robisz to dla dobra klientki.

W ŚRODKU ZNAJDZIESZ:

- gotowe, sprawdzone komunikaty, dzięki którym polecanie kosmetyków stanie się łatwe i przyjemne,
- sposoby reagowania na wymówki i obiekcje klientek tak, aby zobaczyły, że Twoją intencją jest pomoc, a nie „wciskanie” droższych kremów,
- metody zdobywania zaufania i budowania swojego autorytetu jako specjalisty,
- listę najczęstszych błędów, które niweczą sprzedaż – oraz jak ich unikać,
- praktyczne zadania, które pozwolą Ci od razu zastosować zdobytą wiedzę,
- motywację i konkretne techniki wzmacniające Twoją pewność siebie w rozmowach sprzedażowych.

Dodatkową opcją do tej publikacji jest kurs wideo, w którym pokazuję, jak nauczyć swój zespół sprzedawać kosmetyki do pielęgnacji domowej – krok po kroku, w sposób prosty, skuteczny i bez presji.

Więcej informacji znajdziesz na ➤ www.martafilon.pl/jakuczyc

CZY TA KSIĄŻKA JEST DLA CIEBIE?

Tak – jeśli:

- jesteś specjalistką lub specjalistą w salonie/klinice urody i chcesz sprzedawać kosmetyki do pielęgnacji domowej w sposób naturalny,
- pracujesz na recepcji i chcesz zwiększyć sprzedaż kosmetyków w swoim salonie beauty,
- jesteś managerem lub właścicielem gabinetu beauty i chcesz nauczyć swój zespół skutecznej sprzedaży pielęgnacji domowej, aby zwiększyć zyski i lojalność klientów,
- masz w ofercie kosmetyki, które wspierają efekty zabiegów, i chcesz, aby klientki korzystały z nich regularnie.

PO WDROŻENIU WIEDZY Z TEJ KSIĄŻKI:

- zyskasz pewność siebie w doradzaniu dodatkowych produktów,
- przestaniesz obawiać się rozmów o droższych kosmetykach,
- zaczniesz sprzedawać pełne zestawy pielęgnacyjne, a nie tylko pojedyncze kremy,
- nauczysz się reagować na obiekcje klientek w sposób, który wzmacnia relację,
- wzmocnisz swój autorytet specjalisty w oczach klientek i zespołu.

GOTOWA, BY ZACZAĆ?

Świetnie! Najpierw określ punkt startowy, żebyś po lekturze mogła zobaczyć swój postęp.



ZADANIE #1 OKREŚL, W JAKIM MIEJSCU JESTEŚ:

1. Na ile oceniasz swoją wiedzę o sprzedaży kosmetyków w salonie?

(1 - nie wiem nic, 10 - wiem bardzo dużo)

.....

2. Na ile oceniasz swoją efektywność w sprzedaży kosmetyków?

(1 - słabo, 10 - bardzo dobrze)

.....

3. Zaznacz poniżej te czynniki, które powstrzymują Cię przed sprzedażą profesjonalnych kosmetyków do pielęgnacji domowej (możesz wybrać kilka odpowiedzi).

- ☐ Brak wiedzy o składnikach aktywnych
- ☐ Wysoka cena kosmetyków gabinetowych
- ☐ Klientki wolą szukać zamienników w internecie
- ☐ Klientki mówią, że jest za drogo, lub mają swoje kosmetyki
- ☐ Strach przed polecaniem

- ☐ Nie chcę by klientka pomyślała, że chcę ją naciągnąć
- ☐ Wiem, że podobne kosmetyki klientka może mieć taniej
- ☐ Nie umiem i nie chcę sprzedawać
- ☐ Nie wiem, jak zacząć rozmowę o kosmetykach
- ☐ Klientki niechętnie słuchają
- ☐ Nie mam od tego wynagrodzenia (lub za mało)
- ☐ Nie mam kosmetyków do sprzedaży w gabinecie
(są na zamówienie)

4. Zaznacz, komu polecasz kosmetyki (jedna prawidłowa odpowiedź):

- ☐ Praktycznie każdemu klientowi
- ☐ Każdemu, kto poprosi o dopasowanie kosmetyków
- ☐ Każdemu, kto tylko wykaże zainteresowanie
np. patrzy na regał z kosmetykami
- ☐ Praktycznie nikomu

**5. Wpisz, ile (liczba) miałaś wizyt w ostatnim miesiącu
(zabiegów, konsultacji)**

.....

6. Wpisz, ile (liczba) sprzedałaś kosmetyków podczas tych wizyt.

.....

7. Wpisz jaka była łączna kwota (PLN) sprzedaży tych kosmetyków.

.....

8. Co się zmieni w Twoim życiu, gdy będziesz sprzedawać dużo kosmetyków (dużo dla Ciebie)? Napisz 5 korzyści:

1.

2.

3.

4.

5.

**SPRZEDAŻ
KOSMETYKÓW –
KLUCZ DO LEPSZYCH
EFEKTÓW
I LOJALNYCH
KLIENTEK**

1

Sprzedaż kosmetyków to nie jest tylko dodatkowy zarobek. To narzędzie, które może zmienić Twoją relację z klientką, wzmocnić Twój autorytet i sprawić, że efekty zabiegów będą jeszcze lepsze. A jeśli myślisz, że to tylko marketingowy chwyt – za chwilę Cię zaskoczę.

Z TEGO ROZDZIAŁU DOWIESZ SIĘ:

- w jaki sposób sprzedaż kosmetyków może pomóc Ci zwiększyć liczbę zabiegów,
- jak nieświadomie możesz tracić zaufanie klientek,
- jak sprawdzić, co naprawdę tracisz i co możesz zyskać na sprzedaży pielęgnacji domowej.

Wiem, że chcesz, aby Twoje klientki korzystały z profesjonalnych, dobranych kosmetyków i przestały popełniać błędy, które psują efekty Twojej pracy. Dlatego podczas zabiegów poświęcasz czas na omawianie zasad pielęgnacji domowej. Często podkreślasz, że same zabiegi nie wystarczą, by osiągnąć piękną i zdrową skórę.

A jednak... mimo Twojego wysiłku niewiele klientek naprawdę to docenia.

BYĆ MOŻE ZDARZAJĄ CI SIĘ TAKIE SYTUACJE:

- klientka narzeka, że Twój krem jest „za drogi”, po czym kupuje w drogerii produkt znacznie droższy – i jeszcze chwali się tym przy Tobie,
- klientka otwarcie pyta o tańszy zamiennik z drogerii, nie widząc w tym nic niestosownego,

- klientka rezygnuje z Twojej rekomendacji, bo w social mediach zobaczyła „rewelacyjny krem na zmarszczki” za 10 zł polecany przez przypadkową influencerkę,
- klientka robi zdjęcie kosmetyku, który jej polecasz, żeby poszukać go taniej w internecie, ignorując fakt, że dopasowałaś go specjalnie do jej potrzeb,
- sama myślisz, że pewnych kosmetyków w ofercie „nigdy byś nie kupiła” w tej cenie,
- doradzanie kosmetyków kojarzy Ci się z nachalnością i „byciem sprzedawcą” – a to rola, której unikasz,
- wolisz, by klientka zapisała się na kolejny zabieg, niż kupić kosmetyk, bo zakładasz, że jej budżet na pielęgnację jest ograniczony.

Biorąc pod uwagę te wszystkie przeszkody, łatwo dojść do wniosku, że może lepiej... odpuścić.

A jeśli dodać do tego niską prowizję od sprzedaży kosmetyków, to nic dziwnego, że czasem rezygnujesz po pierwszym „nie” klientki.

I masz rację – sprzedaż kosmetyków nie jest Twoim głównym celem.

Twoim priorytetem jest, by klientka Ci ufała i regularnie wracała na zabiegi.

Tylko że... jeśli naprawdę chcesz tego zaufania i lojalności, to polecanie profesjonalnej pielęgnacji domowej jest Twoim sprzymierzeńcem – nawet jeśli nie zarabiasz na tym ani złotówki.

DLACZEGO? OTO KILKA POWODÓW.

Kiedy klientka kupuje kosmetyki właśnie u Ciebie:

1. **Osiąga lepsze efekty zabiegowe** – i wie, komu je zawdzięcza. Jeśli korzysta z przypadkowych produktów z reklamy, może przypisać poprawę stanu skóry tym kosmetykom, a nie Twoim zabiegom. Twoje rekomendacje – zarówno dotyczące gabinetu, jak i domu – wzmacniają Twój autorytet i budują reputację specjalisty, który naprawdę rozwiązuje problemy.
2. **Przyzwyczajają się do Twojej opieki.** Nie musi już zgadywać, czy coś zmieniać w swojej pielęgnacji. Widząc efekty, rzadziej będzie eksperymentować z kosmetykami z internetu. Nawet jeśli będzie chciała coś nowego, najpierw zapyta Ciebie – a to oznacza stały kontakt i większe zaufanie.
3. **Jest bardziej zmotywowana do dbania o siebie.** Tak jak nowy strój sportowy potrafi zmotywować do pójścia na siłownię, tak nowy zestaw kosmetyków sprawia, że klientka czuje się lepiej i chce kontynuować pielęgnację. Ta motywacja często przekłada się też na inne obszary – lepsze odżywianie, dbanie o wygląd, a co za tym idzie – lepsze samopoczucie.

A CO TRACISZ, GDY NIE POLECASZ KOSMETYKÓW?

- Odbierasz sobie szansę na zbudowanie pozycji eksperta, który potrafi rozwiązać problem klientki.
- Oddajesz klientkę w ręce „doradców” z internetu, tracąc wpływ na jej decyzje pielęgnacyjne.

- Marnujesz moment największej motywacji – po zabiegu – gdy klientka jest gotowa zainwestować w siebie. Jeśli Ty nic nie zaproponujesz, prawdopodobnie kupi pierwszy lepszy kosmetyk w drogerii.
- Ryzykujesz, że nieodpowiednie produkty pogorszą efekty zabiegów – a winą klientka obarczy... Ciebie.

Sprzedaż kosmetyków to nie dodatek, ale część Twojej pracy jako specjalistki. Dzięki niej efekty zabiegów są pełniejsze, a klientki bardziej lojalne. Każdy polecony kosmetyk to nie tylko produkt – to sygnał dla klientki: „dbam o Ciebie kompleksowo”.

Jeśli chcesz, by klientki wracały i ufały Ci jeszcze bardziej, nie oddawaj tej przestrzeni influencerkom czy reklamom. To Ty jesteś ekspertką, a kosmetyki są narzędziem, które wzmacnia Twój autorytet i sprawia, że klientki widzą realne rezultaty.

Sprzedaż to nie nacisk – to troska. A lojalne klientki rodzą się właśnie tam, gdzie czują, że mają obok siebie przewodnika, który prowadzi je krok po kroku do efektów.



ZADANIE #2

Wypisz, co zyskujesz, a co tracisz, kiedy polecasz, a kiedy nie polecasz kosmetyków do pielęgnacji domowej:

	CO ZYSKUJESZ	CO TRACISZ
Nie polecasz kosmetyków		
Polecasz kosmetyki		

Jakie masz wnioski z tego zestawienia? Czy widzisz już, dlaczego warto polecać profesjonalną pielęgnację domową?

! Pamiętaj – wystarczy, że dobierzesz kosmetyki, które naprawdę rozwiązują problem klientki, a dzięki tej książce nauczysz się je polecać w sposób naturalny, bez presji i z budowaniem swojego autorytetu w oczach klientki.

**NIEWIDZIALNE
BARIERY – CZYLI
DLACZEGO NIE
SPRZĘDAJESZ,
CHOĆ MOŻESZ**

2

O AUTORZE

Marta Fiłoń, trener biznesu beauty, wykładowca akademicki. Specjalizuje się w efektywnych technikach sprzedaży i marketingowych dla klinik beauty. Autorka książek i kursów online na temat promowania zabiegów i kosmetyków: „Beauty Ekspert”, „Planer Marketingu Beauty”, „Mistrz Receptji”.



Prowadzi Akademię Managera Beauty. Z wykształcenia finansistka po Szkole Głównej Handlowej. Łączy twardą wiedzę o prowadzeniu biznesu z psychologią dzięki studiom na Wydziale Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego.

Szkoleniowiec po Szkole Trenerów Wszechniczy Uniwersytetu Jagiellońskiego. Członek Klubu Trenerów Biznesu.

➤ www.martaflon.pl



SPRAWDŹ
TAKŻE



➤ www.martaflon.pl/mr

➤ www.martaflon.pl/kalendarz

Twoje klientki kochają zabiegi, ale kiedy proponujesz im profesjonalne kosmetyki, często słyszysz: „zastanowię się”, „mam jeszcze swoje w domu”, „to za drogie”? To wcale nie znaczy, że nie chcą kupować. Najczęściej nie wiedzą, dlaczego powinny zaufać właśnie Tobie, a Ty nieświadomie używasz słów i argumentów, które blokują sprzedaż.

Ta książka pokaże Ci, jak to zmienić:

- Nauczysz się, jak prowadzić rozmowę, by kosmetyki były naturalną częścią planu pielęgnacji – a nie dodatkiem, z którego łatwo zrezygnować.
- Zobaczysz, jak reagować na wymówki klientek i jakich błędów unikać.
- Dowiesz się, co mówić na kolejnych wizytach, żeby klientka kupowała u Ciebie regularnie.

Oto praktyczny przewodnik, w którym znajdziesz **konkretne zdania, ćwiczenia i strategie**, gotowe do zastosowania w Twoim gabinecie.

Dzięki tej książce:

- przestaniesz bać się rozmów o kosmetykach,
- zaczniesz sprzedawać więcej, bez poczucia „wciskania”,
- zbudujesz autorytet eksperta, do którego klientki wracają z zaufaniem.

Jak sprzedawać profesjonalne kosmetyki bez namawiania – bo Twoja wiedza zasługuje na to, by przekładała się na realne wyniki i lojalność klientek.

ISBN 978-83-963804-1-8



9 788396 380418

www.martafilon.pl