

Las peluquerías mantienen a sus clientes gracias a la digitalización y las redes sociales, por avenuehair

La embestida que ha supuesto la crisis sanitaria al sector de las peluquerías y salones de belleza ha representado un duro golpe que no todos han podido aguantar. Sin embargo, otros han apostado por la digitalización y las redes sociales para mantener el contacto con sus clientes, y la experiencia está siendo positiva

Antes de la pandemia mundial algunas peluquerías y salones de belleza tenían página web y redes sociales por el simple hecho de seguir la tendencia, pero sin cuidarlas con especial asiduidad. Otras ni siquiera se lo habían planteado, y simplemente usaban sus redes sociales personales para anunciar de vez en cuando sus servicios. Y unas pocas habían dedicado ya tiempo y esfuerzos en crear una web bien posicionada y unas redes sociales activas, con contenido útil y una comunidad implicada. Estas últimas, y aquellas que han sabido imitarlas, han sido las que mejor han frenado el efecto de esta crisis.

Las razones de que esto sea así son obvias. No se trata solo de que cuando alguien realice una búsqueda en Google como 'peluquerías Bilbao' se quede con aquellas que salen en el mapa de Google y con las mejores puntuaciones por parte de los usuarios, algo que se tiene que haber trabajado a través del SEO local y el marketing digital, es que además hoy en día casi se puede afirmar que si un negocio no está en internet, no existe.

Ciertamente muchas peluquerías de barrio pensaron en su momento que no era necesario dar ese paso hacia lo digital, pero incluso para quienes tienen a sus clientes de toda la vida, es interesante tener a su propia comunidad en internet. Para ello las redes sociales son la mejor opción. De este modo, muchas de estas peluquerías descubrieron durante el confinamiento que mantener el contacto con sus clientes a través de las redes sociales les aseguraba una fidelidad que tal vez no se hubiese mantenido de otro modo.

Mensajes de ánimo, tips de belleza, consejos para ponerse el tinte en casa, cómo cortarse el flequillo o las puntas uno mismo, o los motivos por los cuales no hacerlo, las mejores formas de lavarse el pelo, etc. Todo tipo de contenido útil subido a las redes sociales hace que estas crezcan en seguidores, y la interacción con esos seguidores hace que se cree un vínculo de confianza, de modo que se pasa de ser 'una peluquería en Bilbao', a ser 'tu peluquería en Bilbao'.

El proceso de digitalización ha demostrado ser muy eficaz para plantar cara a la crisis en uno de los sectores más afectados y a la vez olvidados por las ayudas del gobierno. además del SEO local y las posibilidades que permiten las redes sociales, cada vez se ofrecen más apps que facilitan la gestión de este tipo de establecimientos, e incluso algunas peluquerías han lanzado su propia app para que sus clientes puedan pedir cita cómodamente, encuentren su corte de pelo ideal o accedan a diferentes descuentos y servicios especiales. Definitivamente parece que la supervivencia del sector pasa por la digitalización.

Datos de contacto:

Miquel Sintés

679888971

Nota de prensa publicada en: [Bilbao](#)

Categorías: [Nacional](#) [Moda](#) [Marketing](#) [País Vasco](#) [Belleza](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>