



Kampaamon ja hoitolan omistajan opas SMS-markkinointiin:

Tavoita asiakkaasi, kasvata tulojasi & kehitä
liiketoimintaasi



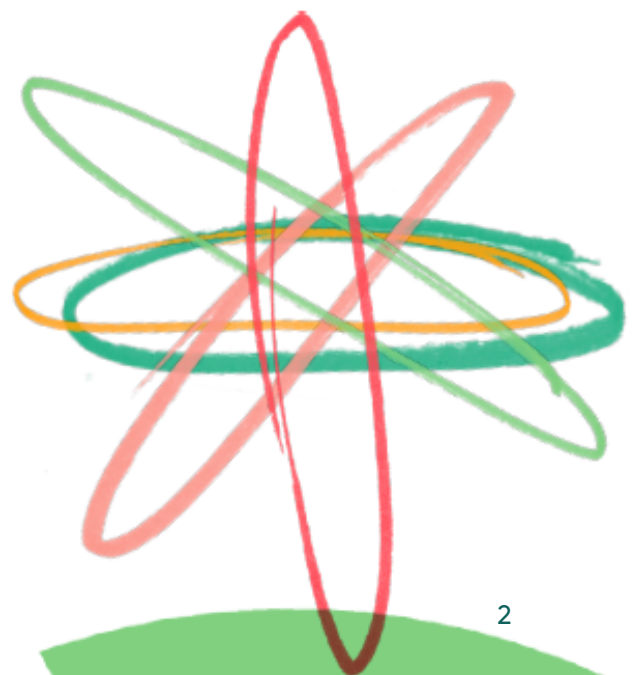


Kuvittele markkinointityökalu, joka tavoittaa asiakkaat vaivattomasti, pitää heidät sitoutuneina ja lisää liikevaihtoasi. Kuulostaa liian hyvältä ollakseen totta, eikö vain? SMS-markkinointi voi tehdä tästä todellisuutta.

Nykyajan digitaalisessa maailmassa kuluttajat ovat ylikuormittuneita markkinointimateriaaleista, halusivat he sitä tai eivät. Täynnä olevista sähköpostilaatikoista jatkuviin sosiaalisen median syötteisiin, meille näytetään enemmän mainoksia kuin koskaan aiemmin, mikä tekee siitä erittäin kilpaillun markkinapaikan.

Tämä mielessä pitäen SMS-markkinointi on liikkeesi supervoima, suunniteltu välittämään oikea viesti oikeille ihmisille: säästän sinun aikaa ja lisäen liikevaihtoasi ja asiakas-sitoutumistasi.

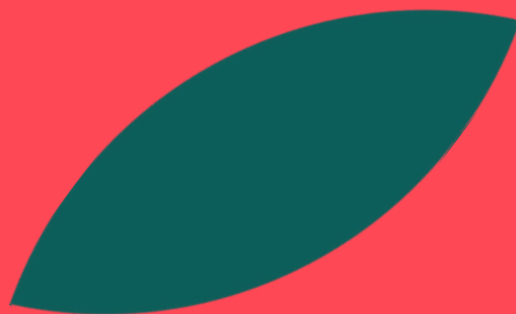
Tässä oppaassa selitämme SMS-markkinoinnin edut kampaamon ja kauneushoitoalan näkökulmasta, hyödyntäen tapaustutkimuksia menestyvistä kampaamoista ja kauneushoitoloista, samalla kun käsittelemme joitain Phorestin suosituimmista SMS-markkinoinnin ominaisuuksista ja miten käyttää niitä.



Sisältö:

1.	Tekstiviesti- markkinoinnin edut	4
2.	Case Study: SMS-markkinointi vs sähköposti-markkinointi.....	9
3.	SMS-markkinointi kampaamo- ja kauneusalan yritykselle selkeytettynä...	12
4.	Case Study: Näin Soffiato Via käyttää SMS-markkinointia.....	18
5.	Kuinka rakentaa markkinointi -tekstiviesti.....	23
6.	Esimerkkejä markkinointi -tekstiviesteistä.....	27
7.	Opi lisää	32

1 Tekstiviesti- markkinoinnin edut



Tekstiviestimarkkinoinnin edut

Kun suunnittelet markkinointistrategiaa ammattimaiselle kampaamolle tai kauneushoitolallesi, yksi tärkeimmistä asioista on harkita viestisi näkyvyyttä. SMS-markkinoinnilla on korkein avausprosentti ja näkyvyys kaikista digitaalisista markkinointikanavista, mikä tarkoittaa, että vastaanottajat todennäköisemmin näkevät viestisi - asia, jota ei voida taata muiden digitaalisten markkinointityyppien käytössä.



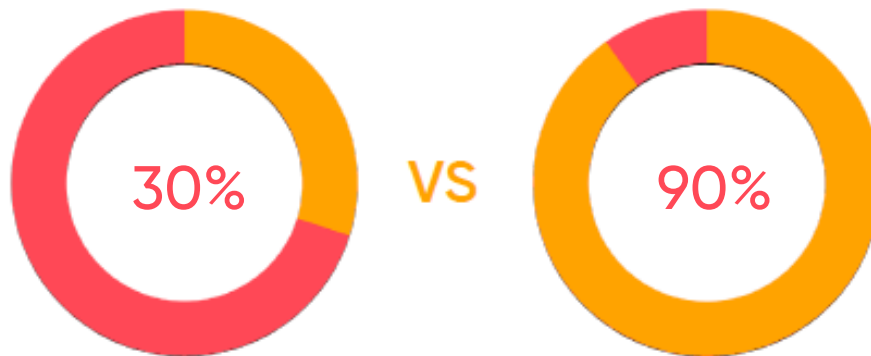
Tiesitkö, että tekstiviesteillä on huikkea 99 % avausprosentti, kun taas sähköposteilla se on vain 20 %?*

*Lähde: ManyChat

Miksi nämä luvut ovat niin korkeita?






Tekstiviestit on ainoa yleisesti käytetty sovellus matkapuhelimissa. Riippumatta siitä, millainen puhelin asiakkaalla on, he voivat vastaanottaa tavallisen tekstiviestin.

Tämän tiedon valossa lähetetty tekstiviesti lähes taataan tulevan huomatuksi. Tämä on lähes ennenkuulumatonta digitaalisessa markkinoinnissa. Matkapuhelinviestintä on yksi maailman tehokkaimmista suorista markkinointistrategioista. Yrityksesi jää paitsi mahdollisuuksista, jos et hyödynnä sitä täysimääräisesti.



Phorestin tutkimus osoittaa, että useimmilla kampanioilla on vain pääsy 30 % asiakkaiden sähköpostiosoitteista, mutta 90 % asiakkaiden puhelinnumeroista.

SMS-markkinointi antaa yrityksellesi mahdollisuuden:

-  **Viestiä välittömästi asiakkaille**, mainostaen ajankohtaisia ilmoituksia tai erikoistarjouksia yhdellä napin painalluksella.
-  **Kannustaa asiakkaita varaamaan uudelleen personoiduilla tarjouksilla ja ilmoituksilla**, sekä suoraviivaisilla linkeillä varaussivustollesi.
-  **Vähentää no-showta ja myöhäisiä peruutuksia** automatisoiduilla tekstiviestimuistutuksilla, jotka saapuvat suoraan heidän matkapuhelimiinsa.
-  **Tavoittaa laajempi yleisö** alhaisemmilla kustannuksilla ja korkeammilla konversioasteilla kuin sosiaalisessa mediassa tai hakukonemainonnalla.
-  **Rakentaa brändiuskollisuutta, sitoutumista ja luottamusta** lähettämällä personoituja viestejä suoraan asiakkaiden tekstiviestilaatikoihin.



“

Asiakkaat arvostavat tekstiviestimuistutuksia varauksistaan ja pitävät niitä erittäin ammattimaisina ja tehokkaina. Siitä lähtien kun otimme käyttöön tekstiviestimuistutukset, olemme huomanneet vähemmän asiakkaita, jotka unohtavat varauksensa tai ainakin ilmoittavat etukäteen, etteivät voi saapua, sen sijaan, että peruutus tulisi vasta samana päivänä. Olemme käyttäneet SMS-markkinointia nopeisiin kampanjoihin uusien hoitojen, lahjakorttien ja erikoistarjousten markkinoimiseksi, ja se toimii hyvin ja tulee huomatuksi.

”



Alex Heavens The Sun Lounge UK

2 Case Study: SMS- markkinointi vs sähköposti- markkinointi



Case Study: SMS-markkinointi vs sähköpostimarkkinointi

Sophie ja Susie ovat kaksi kampaamoalan ammattilaista, jotka työskentelevät Dublinissa ja vastaavat markkinoinnista omissa kampaamoissaan. Heidän kampaamonsa ovat lähes samankokoisia, tarjoavat samanlaisia palveluja ja sijaitsevat samalla alueella, sekä heillä on yhteinen intohimo digitaaliseen markkinointiin ja kampaamoalaan.

Omistaja: Sophie



Asenne: Jos lähetän sähköposteja koko asiakaskunnalleni, ne resonoi joitakin ihmisiä, ja ne ihmiset varaavat.

Kysymys: Miten pidän markkinointikulut alhaisina houkutellessani asiakkaita kampaamoon?

Taktiikka: Rajoitetun ajan tarjous sähköpostit, suuret sähköpostikampanjat koko asiakaskunnalle

Tulokset:

- Epäluotettavat avausmäärät
- Mahdollisuus tulla leimatuksi roskapostiksi
- Epäkohdennettu markkinointi ei välttämättä ole relevanttia monille asiakkaille
- Tavoitetaan vain pieni osa asiakaskunnasta (ne, joiden sähköpostiosoitteet hänellä on)

Omistaja: Susie



Asenne: Pidemmällä aikavälillä tavoitteena on ylläpitää asiakkaideni sitoutuneisuutta ja saada heidät varaamaan säännöllisesti pitämällä heidät ajan tasalla henkilökohtaisella tavalla kampaamon tapahtumista.

Kysymys: Miten pidän asiakkaani sitoutuneina, jotta he pysyvät uskollisina ja varaavat säännöllisesti?

Taktiikka: Automaattiset muistutusviestit SMS-viesteinä, SMS-kyselypyynnöt arvosteluita varten, markkinointi-SMS-viestit

Tulokset:

- Jatkuvat avausmäärät ja näkyvyys
- Viestit toimitetaan suoraan asiakkaiden puhelimiin
- Henkilökohtainen viestintä, joka tekee asiakkaista arvostettuja
- Laajamittainen kohdistus kattaa suurimman osan asiakaskunnasta

Yhdistämällä SMS- ja sähköpostimarkkinointia voit pitää liikkeesi kärjessä mainonnan suhteen.

“

SMS-markkinointi on pelinmuuttaja kampaamoille ja kauneushoitoloille, koska se vie viestisi suoraan asiakkaiden kämmenelle - välittömästi. Se on suora yhteys heihin ja luo välittömän yhteyden teidän välillänne.

”

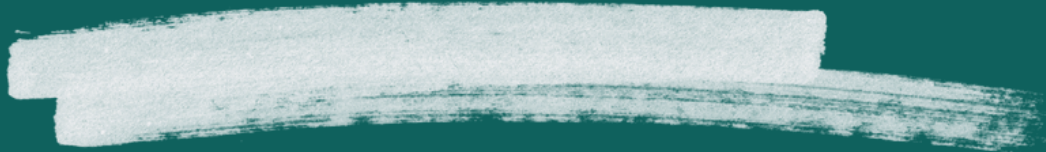


Claire Herbert
Business Advisor, Phorest

Nyt kun olet tietoinen tekstiviestimarkkinoinnin eduista, tässä on muutamia erilaisia menetelmiä tutkittavaksi...



3 SMS- markkinointi kampaamo- ja kauneusalan yritykselle selkeytettynä



SMS-markkinointi kampaamo- ja kauneusalan yritykselle selkeytettynä

Tekstiviestimarkkinoinnissa on useita tapoja, jotka auttavat sinua saavuttamaan liikkeesi tavoitteet. Halusit sitten rakentaa brändiuskollisuutta, pitää asiakkaasi sitoutuneina tai vain lähettää perinteistä markkinointimateriaalia, tekstiviestit ovat ratkaisu.

Nämä viestit yleensä suunnitellaan etukäteen ja koostuvat seuraavista:

- Varausvahvistukset
- Muistutukset varauksista
- Kiitosviestit
- Arvostelupyynnöt
- Syntymäpäivä- tai vuosipäiväviestit
- No show -follow up viestit
- Uusien varausten kehotukset

Nämä viestit helpottavat asiakkaiden taakkaa varausten tekemisessä tai muistamisessa, vähentävät peruutuksia ja pitävät salonkisi asiakkailla mielessään.

SMS-markkinointi

Markkinointiviestien avulla voit markkinoida tarjouksia, vinkkejä ja uutisia, jotka kannustavat asiakkaita varaamaan aikoja.

Korkealaatuinen markkinointi voi auttaa vähentämään tyhjiä aikoja kalenterissa, kun voit kohdistaa tietyt materiaalit tietyille asiakasryhmille kannustaaksesi heitä varaamaan.

Näitä markkinointiviestejä tehdään yleensä etukäteen tai juuri sillä hetkellä, ja niihin voi kuulua:

- Aikarajoitettuja tarjouksia tai alennuksia
- Kausiluontoisia kampanjoita
- Uusien tuotteiden tai palveluiden lanseerauksia
- Salonkiin liittyviä uutisia ja yleistä tietoa

Markkinointiviestit kannustavat asiakkaita varaamaan heti mutta myös pitämään heidät sitoutuneina ja ajan tasalla yrityksestäsi, lisäten asiakasuskollisuutta.



Asiakas Reconnect

On henkilökohtainen tapa muistuttaa asiakkaita seuraavan ajan varaamisesta.

On joskus hankalaa ottaa yhteyttä uskolliseen asiakkaaseen, joka ei ole käynyt luonasi tavallisessa aikataulussaan - siksi Phorest loi **Asiakas Reconnect** -ominaisuuden.

Tämä ominaisuus auttaa sinua lähettämään henkilökohtaisia ja erittäin kohdennettuja tekstiviestejä seuraavasti:

- Tunnistamalla asiakkaat, jotka eivät ole varanneet aikaa tavallisessa aikataulussaan
- Jakamalla nämä asiakkaat yksinkertaiseen listaan
- Antamalla sinulle mahdollisuuden ottaa yhteyttä henkilökohtaisesti ja ystävällisesti kannustaaksesi heitä varaamaan ajan

Älykkään teknologian avulla voit selkeästi segmentoida asiakkaat, mikä poistaa pelon yhteydenottamisesta henkilöön, joka ei ole käynyt pitkään aikaan, osoittaen heille, että välität edelleen ja haluaisit heidän palaavan.

Fallback -tekstiviestit

Takaavat, että tavoitat koko asiakaskuntasi, riippumatta siitä, minkä tyyppistä materiaalia lähetät.

Vaikka pääasiallinen markkinointistrategiasi olisi sähköposti, tekstiviestejä voidaan käyttää varmistamaan, että viestisi tavoittavat kaikki asiakkaasi.

Phorestin **Fallback SMS** toimii seuraavasti:

- Havaitsee asiakkaat, joille olet kohdentanut sähköpostikampanjan, mutta joiden sähköpostiosoitteita sinulla ei ole
- Laatii yksinkertaisen luettelon näistä asiakkaista
- Antaa sinun kohdentaa näihin asiakkaisiin tekstiviesteillä, joka linkittyy sähköpostiin, jonka yrittäjä lähettää

Fallback -tekstiviestit varmistavat, että sähköpostiviestisi tavoittavat jokaisen asiakkaan luettelossasi, vaikka et olisikaan tallentanut heidän sähköpostiosoitettaan Phorest-järjestelmäsi.



Entäpä kustannukset?

Yksi päähuolenaiheista liikkeenomistajilla on SMS-markkinoinnin suhteen, on se, että se maksaa rahaa verrattuna sähköposti-markkinointiin, joka on ilmaista Phorestin kanssa.

Kuitenkin tutkimukset osoittavat, että Phorestin liikkeet tuottavat keskimäärin 29 kertaa enemmän tuloja SMS-markkinoinnista kuin mitä sen lähettäminen maksaa.



4

Case Study:
Näin Soffiato Via
käyttää SMS-
markkinointia
houkutellakseen
vieraita, lisätäkseen
tuloja &
automatisoidakseen
asiakasviestinnän



Case Study: Kuinka Soffiato Via käyttää SMS-markkinointia tuodakseen asiakkaita, lisätäkseen tuloja ja automatisoidakseen asiakasviestinnän

Sijaiten New Jersey sydämessä (USA) vuodesta 2017 lähtien, Soffiato Via on täyden palvelun hius- ja kauneussalonki, joka tunnetaan korkealaatuisista palveluistaan ja poikkeuksellisesta asiakaspalvelustaan. Asia, joka on auttanut heitä rakentamaan tämän kadehdittavan maineen, on Phorestin SMS-markkinointiominaisuudet. Keskustelimme omistajan ja stylistin Caroline Dodigin kanssa siitä, kuinka hän käyttää tekstiviestejä auttaakseen liiketoimintaansa menestymään.



“

Käytämme SMS-markkinointia viime hetken aikojen [kalenterissamme] täyttämiseen tai kohdentamaan [mainontaa] yhdelle henkilölle. Lähetämme erikoistarjouksia ja alennuksia... käytämme SMS:ää, jos tarvitsemme nopeaa reagointia, koska sen avulla viestin on heti asiakkaiden käden ulottuvilla.

”



Toisin kuin sähköpostimarkkinointi, jota Caroline käyttää mainostakseen tulevia tapahtumia tai kampanjoita, SMS-markkinointi on nopea tapa kannustaa välittömiin varauksiin. Tämän ominaisuuden hyödyntäminen tällä tavalla on auttanut Soffiato Vian seuraavissa asioissa:

- Vähentämään tyhjiä aikoja ajanvarauskalenterissaan
- Täyttämään nopeasti aikoja sen jälkeen, kun asiakas ei ole saapunut tai on perunut myöhässä
- Pysymään asiakkaiden mielessä
- Parantamaan asiakasviestintää yleisesti

“

Kaikki ovat jatkuvasti puhelimillaan ja tekstiviestit ilmestyvät suoraan aloitusnäytölle. [Tekstiviestit ovat] tapa saada nimemme suoraan asiakkaiden mieleen silloin, kun sitä tarvitsemme... En usko, että olemme koskaan tehneet kampanjaa, josta ei olisi ollut taloudellista hyötyä tai josta emme olisi saaneet varauksia.

”

*Based on 2022 research of Canadian salons using the Phorest system



Salonkien, kuten Soffiato Vian, SMS-markkinointikampanjat tuottavat keskimäärin **22 kertaa enemmän tuloja** kuin kampanjan lähettämisen kustannukset.*



Kuten myös tekstiviestimarkkinointia...

Näitä Phorestin SMS-ominaisuuksia käytetään rutiininomaisesti Soffiato Viassa:

- Ajanvarausmuistutukset tekstiviestein ovat vähentäneet poisjääntejä ja auttaneet kiireisiä asiakkaita muistamaan varauksensa.
- Automaattiset arvostelupyyntöviestit ovat auttaneet salongia keräämään yli 400 viiden tähden arvostelua Googleen.
- Asiakassuhteiden uudelleen-aktivoimisviestit ovat kannustaneet entisiä asiakkaita palaamaan salonkiin, ja monet näistä asiakkaista ovat kiittäneet tiimiä muistamisesta, joka rohkaisi heitä sijoittamaan itseensä uudelleen.



Soffiato Vian kaltaisten kampaamoiden asiakkaat olivat 543 % todennäköisempiä antamaan Google-arvostelun sen jälkeen, kun olivat saaneet arvostelupyyntötekstiviestin.*



Edut eivät ole vain rahallisia

Ne tulevat myös asiakas-tyytyväisyyden muodossa. Saatuaan henkilökohtaisen Asiakas Reconnect -viestin eräs Carolinen asiakas otti yhteyttä salonkiin, varasi ajan ja kiitti heitä siitä, että olivat ottaneet yhteyttä häneen. "Minulla oli suloisin asiakas. Hän vain unohti, ettei hän laittanutkaan hiuksiaan etusijalle", sanoo Caroline. "Sen viestin saaminen sai hänet varaamaan ajan ja takaisin ovesta sisään."

*Based on 2022 research of Canadian salons using the Phorest system

SMS-markkinointi vastaanotetaan nopeasti & rakennetaan nopeasti

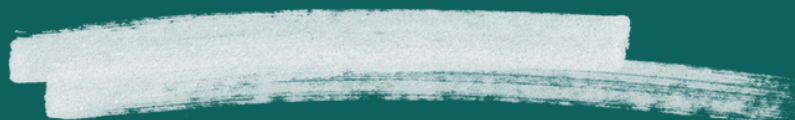
"[Phorestilla on] valmis malli sinulle, mutta sitten voin mukauttaa ja muuttaa sen omaan brändiini sopivaksi. Se vie kaksi sekuntia. Se pitää vain sen johdonmukaisena", huomauttaa Caroline SMS-markkinoinnista.

Ja jos yrität yhä manuaalisesti vahvistaa aikoja ja lähettää muistutuksia asiakkaille?

Lopeta!

"Yksi ominaisuus, jota ilman emme voisi elää, ovat [ajan] vahvistusviestit. Asiakkaat luulevat, että lähetämme ne manuaalisesti! Minä sanon, ei, ei, ei, järjestelmämme lähettää sen kaksi päivää ennen varaustasi. Emme voisi tehdä tätä ilman tätä ominaisuutta... En edes voisi ajatella joutuvani soittamaan jokaiselle asiakkaalle vahvistaakseni heidät!"

5 Kuinka rakentaa markkinointi- tekstiviesti



Kuinka rakentaa markkinointi -tekstiviesti

Nyt kun olemme käyneet läpi tekstiviestien hyödyt tavoitteidesi saavuttamisessa, tässä on joitakin vinkkejä siitä, miten voit rakentaa tekstiviestejäsi niin, että ne vaikuttavat mahdollisimman tehokkaasti vastaanottajiin:

Tekstiviestien tarkoitus on välittää selkeä ja tiivis viesti. Pidä se lyhyenä ja ytimekkäänä, ja noudata alla olevia viittä kultaista sääntöä:



1. Personoi

Vältä kuulostamasta siltä, että olet lähettänyt massiivisen tekstiviestikampanjan kaikille osoitekirjassasi. Personoi kaikki viestit sisällyttämällä asiakkaiden etunimi. Tämä voidaan tehdä automaattisesti käyttämällä Phorestin SMS-markkinointityökalun <nimi>-ominaisuutta.



2. Pidä viesti selkeänä & tiiviinä

Tekstiviesti on pelkkiä sanoja ja rajoittuu 160 merkkiin tekstiä. Tee viestisi selkeäksi ja tiiviiksi pitämällä se yksinkertaisena ja suoraviivaisena; olipa kyseessä sitten rajoitetun ajan erikoistarjous tai muistutus uuden ajan varaamisesta.

4. Anna asiakkaallesi arvoa

Olipa kyseessä haluttu aika kalenterissasi tai erikoistarjous, tekstiviestiesi tulisi välittää arvoa ja innostaa asiakkaitasi **sitoutumaan liikkeeseesi** niiden lukemisen jälkeen.

3. Sisällytä aikakehys ja vahva toiminta-kehotus (CTA)

Mihin toivot asiakkaiden ryhtyvän saatuaan tekstiviestisi? Varaamaan ajan? Ostamaan tuotteen? Ohjaa heidät haluamaasi toimintaan linkin tai selkeiden ohjeiden avulla varmistaaksesi, että tekstiviestisi saavuttaa tavoitteensa.

5. Sisällytä mahdollisuus poistua

Vaikka kukaan ei pidä siitä, että asiakkaat valitsevat olla vastaanottamatta markkinointimateriaalia, **opt-out-linkin sisällyttäminen** on lakisääteistä useissa maissa. Tämä voidaan tehdä helposti Phorestin markkinointityökalulla, mikä varmistaa ammattimaisuuden.

Tarvitsetko lisää apua SMS-markkinoinnin asettamisessa Phorest-järjestelmässä? Autamme mielellämme!

Uuden tekstiviesti-
kampanjan luominen ja
lähettäminen

Automaattisen
uudelleenvaraus-
muistutuksen
lähettäminen

Kuinka muokkaan Asiakas
Reconnect -malleja

Fallback -viestin
asettaminen

Kuinka luon tai
muokkaan
arvostelupyynnö-
-viestejä

6

Esimerkkejä markkinointi- tekstiviesteistä



Esimerkkejä markkinointi - tekstiviesteistä

Me Phorestilla olemme ylpeitä markkinointi -mallipohjemme laadusta, jotka ovat auttaneet satoja tuhansia kampaamoalan yrittäjiä lähettämään korkealaatuista ja ammattimaista markkinointimateriaalia asiakkailleen.

Olit sitten kokeilemassa SMS-markkinointia ensimmäistä kertaa tai etsit inspiraatiota seuraavaan kampanjaasi, tässä on 10 meidän kokeilemaamme ja testaamaamme pohjaa, joita voit kokeilla lähettää asiakaskunnallesi:



- 1. Erikoistarjous**
Hei <nimi>, Varaa mikä tahansa palvelu tämän viikon aikana ja saat 20% alennusta! 🧡🍰
<ajanvaraus linkki>
- 2. Syntymäpäivä -viesti**
Hei <nimi>, Hyvää syntymäpäivää! Nauti maksuton [palvelu] juhlistaaksesi päivääsi. 🎂
<ajanvaraus linkki>
- 3. Kutsu ajanvaraukseen**
Valmiina hemmotteluhetkeen? Klikkaa linkkiä varataksesi aikasi. Emme malta odottaa näkevämme sinut! ❤️ <ajanvaraus linkki>
- 4. Ajankohtaisia ilmoituksia**
Hei <nimi>, haluamme ilmoittaa, että [nimi] liittyy [salongin nimi] tiimiin! Varaa aika tänään ja toivota hänet tervetulleeksi! 🧑🏻🔪 <ajanvaraus linkki>
- 5. Tuotelanseeraus**
Hei <nimi>, Jännittäviä uutisia! Olemme innoissamme ilmoittaessamme uusien tuotteiden saapumisesta. Hemmottele itseäsi 🧑🏻🔪🌞
<linkki verkkokauppaan>



6. **Kauden tarjous**
Hei <nimi>, Kesätarjous! Nauti 15 % alennusta kaikista vahauspalveluista. Tarjous voimassa rajoitetun ajan! Klikkaa linkkiä varataksesi. 🌞 <ajanvarauslinkki>

7. **Muistutus ajanvarauksesta**
Hei <nimi>, muistutamme sinua tulevasta varauksestasi [liikkeen nimi] [päivämäärä] klo [aika]. Nähdään pian! ✨

8. **No-Show Follow-Up -viesti**
Hei <nimi>, me kaipasimme sinua viimeisimmässä varauksessasi. Voit varata uuden ajan klikkaamalla alla olevaa linkkiä. Toivottavasti näemme pian! 📞 <ajanvaraus linkki>

9. **Suosittele ystävää**
Hei <nimi>, Piditkö viime käynnistäsi? Suosittele meitä ystävällesi ja saat -10% seuraavasta käynnistäsi kun he varaavat ajan 📍❤️

10. **Uuden asiakkaan toivottaminen tervetulleeksi**
Hei <nimi>, tervetuloa [liikkeen nimi]! Nauti käynnistäsi ja hemmottele itseäsi upeilla palveluillamme. Nähdään pian! ✨

“

Me Phorestilla ymmärrämme asiakkaidesi markkinointitarpeita, koska monet omat tiimimme jäsenet ovat alan entisiä ammattilaisia. SMS-mallimme ovat täysin muokattavissa eli sinun brändin viesti säilyy johdonmukaisena ja kristallinkirkkaana riippumatta siitä, mitä kommunikoit

”



Mary-Louise O' Connor
Product Marketing Manager, Phorest

Tässä vaiheessa olemme varmoja, että olet hyvin tietoinen loputtomista mahdollisuuksista, joita tekstiviestit tarjoavat liiketoiminnallesi.

Hyödyntämällä tekstiviestien tehoa voit vaivattomasti olla yhteydessä asiakkaisiin, tehostaa varauksia ja luoda merkityksellisiä yhteyksiä, jotka kasvattavat tuloja ja toistuvia käyntejä liikkeessäsi.

Oletko valmis mullistamaan tekstiviestimarkkinointisi?

[salon]718

Phorest: syntynyt salongissa, luotu auttamaan sinua kukoistamaan

Phorest Salon Software syntyi salongissa ja on tarkoitettu auttamaan liikkeen omistajia ja heidän tiimejään menestymään. Perustettu toimitusjohtaja Ronan Percevalin toimesta Dublinissa, Irlannissa, vuonna 2003. Phorest on saanut tunnustusta yhtenä nopeimmin kasvavista teknologiayrityksistä hius- ja kauneusalalla ja on kunnianarvoisesti mukana Deloitte Fast 50 -listalla. Phorest palvelee jopa 10 000 yritystä maailmanlaajuisesti ja yli 160 000 kauneusalan ammattilaista 10 eri maassa.

Kahden vuosikymmenen ajan Phorest on tukenut ja mahdollistanut kampaamoita, kauneushoitoloita ja klinikoita hallinnoimaan, markkinoimaan ja kasvattamaan liiketoimintaansa. Yhtiö tekee yhteistyötä todellisten hius- ja kauneustiimien kanssa joka päivä rakentaakseen teknologiaratkaisuja, jotka tekevät vaikutuksen.

Phorest työllistää 300 henkilöä toimistoissaan Irlannissa, Isossa-Britanniassa, Suomessa, Saksassa, Australiassa, Arabiemiirikunnissa, Kanadassa ja Yhdysvalloissa. Sen hallituksen jäseniin kuuluvat

merkittävät alan toimijat ja itsenäiset johtajat, kuten entinen Davines Groupin toimitusjohtaja Paolo Braguzzi ja Image Skincaren perustaja ja entinen toimitusjohtaja Janna Ronert. Vuonna 2022 Barry Mulligan, Tribal.vc:n kumppani, liittyi hallitukseen. Mulligan on ollut aktiivinen sijoittaja nuoriin, dynaamisiin teknologiayrityksiin Irlannissa vuodesta 2010 lähtien ja oli yksi ensimmäisistä sijoittajista Phorest Salon Softwareen.



Kasvava hallitus koostuu yksilöistä, joilla on monipuolinen kokemus, mukaan lukien Instagram EMEA:n johtaja Olivia Leonard (puheenjohtaja); Jonathan Klahr, Growth Equity -sijoittaja SGE:ssä; ja Colin Day, iCIMSin perustaja ja entinen toimitusjohtaja.