

QUÀ TẶNG TỪ KÊNH XÂY MARKETING X PHƯƠNG BUILDER

KỊCH BẢN NUÔI NHÓM ZALO KHÁCH HÀNG 30 NGÀY

Cho spa dưỡng sinh, spa đông y - mỗi ngày 5 phút, 8 tin cho giá trị, 2 tin mới bán

Từ khoá: ZALO

1. DỰNG NHÓM TRONG 1 BUỔI

Câu mời lúc khách thanh toán: "Chị ơi, spa có nhóm Zalo nhỏ cho khách quen, mỗi tuần gửi vài mẹo giãn cổ vai, ngủ ngon, và ưu đãi riêng chỉ trong nhóm. Em thêm chị vào nhé?"

Tin chào mừng: "Chào mừng chị Hoa vào nhóm ạ 🌿 Ở đây mỗi thứ Hai và thứ Năm spa gửi một mẹo dưỡng sinh ngắn. Chị cần đặt lịch cứ nhắn riêng em Thảo nhé." (tên chỉ là ví dụ)

- ☐ Tên nhóm: "[Tên spa] - Góc dưỡng sinh cho khách quen" (tránh chữ "khuyến mãi", "sale")
- ☐ Chỉ mời khách Đã dùng dịch vụ, và phải xin phép trước khi thêm vào nhóm
- ☐ Bật chế độ chỉ trưởng nhóm, phó nhóm được mời thành viên; khách vẫn được bình luận
- ☐ Một người phụ trách đăng bài (lễ tân hoặc quản lý), có lịch cố định
- ☐ Ghim tin nội quy: nhóm để chia sẻ mẹo dưỡng sinh, lịch và ưu đãi riêng; không quảng cáo chéo; hỏi riêng về sức khỏe thì nhắn trực tiếp

2. LỊCH 30 NGÀY (VÍ DỤ - BẮT ĐẦU TỪ THỨ HAI)

Ngày	Loại tin	Nội dung gợi ý
Ngày 1 (T2)	Mẹo	3 động tác giãn cổ vai khi ngồi máy tính (kèm video 20 giây)
Ngày 3 (T4)	Hậu trường	Ảnh kỹ thuật viên chuẩn bị thảo dược ngâm chân buổi sáng
Ngày 4 (T5)	Mẹo	Vì sao tắm đêm muộn dễ thấy nặng đầu - 3 lưu ý
Ngày 6 (T7)	Hỏi đáp	"Mọi người hay mỗi vùng nào nhất? Vai gáy, lưng hay chân?" (tạo tương tác)
Ngày 8 (T2)	Mẹo	Ngâm chân buổi tối: nước bao nhiêu độ, ngâm bao lâu là vừa
Ngày 10 (T4)	Hậu trường	Video lia tù thảo dược, giới thiệu một vị dùng trong nước ngâm
Ngày 11 (T5)	Mẹo	Tư thế nằm ngủ đỡ mỏi cổ - gối cao bao nhiêu
Ngày 13 (T7)	Câu chuyện	Chia sẻ của một khách (đã xin phép, không lộ mặt)
Ngày 15 (T2)	Mẹo	Bài thở 4-7-8 trước khi ngủ
Ngày 16 (T3)	ƯU ĐÃI	Ưu đãi riêng nhóm tháng này (xem mẫu ở mục 4)
Ngày 18 (T5)	Mẹo	Uống nước ấm buổi sáng - làm sao cho đúng
Ngày 20 (T7)	Hậu trường	Buổi đào tạo nội bộ của kỹ thuật viên
Ngày 22 (T2)	Mẹo	3 huyệt tự day ở bàn tay khi căng thẳng (chỉ vị trí, không hứa tác dụng chữa bệnh)
Ngày 24 (T4)	Hỏi đáp	Lương y trả lời 3 câu khách hỏi nhiều trong tháng
Ngày 26 (T6)	ƯU ĐÃI	Nhắc ưu đãi còn 3 ngày, còn bao nhiêu suất
Ngày 29 (T2)	Mẹo + khảo sát	Mẹo tuần + hỏi: tháng sau mọi người muốn nghe chủ đề gì?

3. NĂM TIN MỆO MẪU (COPY DÙNG NGAY)

- ☐ " 🌿 Ngồi máy tính cả ngày? Cứ mỗi 45 phút, đứng dậy, xoay vai ra sau 10 lần, nghiêng đầu mỗi bên giữ 10 giây. Mất 1 phút mà chiều về nhẹ cổ hơn nhiều đó ạ."
- ☐ " 🌙 Ngâm chân trước ngủ: nước ấm vừa tay, ngập qua mắt cá, ngâm 15-20 phút. Người tiểu đường, suy giãn tĩnh mạch nên hỏi bác sĩ trước nhé."
- ☐ " 🧴 Đi làm về muộn, nếu phải gội đầu thì sấy khô tóc hẳn trước khi nằm. Đổi thói quen này, sáng dậy nhiều người thấy đầu nhẹ hơn."
- ☐ " 🛏 Gối cao vừa đủ để cổ thẳng hàng với lưng khi nằm nghiêng. Gối quá cao hay quá thấp đều dễ làm sáng dậy mỏi cổ."
- ☐ " 🍵 Sáng dậy uống một ly nước ấm trước khi uống cà phê. Việc nhỏ, nhưng làm đều mỗi ngày sẽ thấy khác."

4. MẪU TIN HẬU TRƯỞNG VÀ TIN ƯU ĐÃI

Hậu trường: "Sáu giờ sáng ở spa 🌿 Các bạn kỹ thuật viên đang rửa và sắc thảo dược cho nồi nước ngâm chân hôm nay. Mỗi ngày một nồi mới, không để qua đêm."

Ưu đãi (ví dụ): " 🎁 Riêng thành viên nhóm tháng này: đặt lịch bấm huyệt vai gáy 60 phút trong khung 9h-11h sáng, được tặng thêm 15 phút ngâm chân thảo dược. Chỉ 20 suất, nhấn riêng em Thảo để giữ chỗ."

Nhắc ưu đãi: "Ưu đãi tháng của nhóm còn 3 ngày, còn 6 suất ạ. Chị nào cần giữ giờ nhấn em nhé."

5. QUY TẮC GIỮ NHÓM SỐNG VÀ CÁCH ĐO

- ☐ 10 tin thì 8 tin cho giá trị, tối đa 2 tin bán
- ☐ Không đăng quá 1 tin mỗi ngày, không đăng sau 21 giờ
- ☐ Trả lời mọi bình luận trong nhóm trong 2 giờ
- ☐ Câu hỏi về bệnh lý: nhấn riêng, khuyên đi khám chuyên khoa khi cần; không tư vấn công khai
- ☐ Không đăng ảnh khách khi chưa được đồng ý; không dùng chữ "khỏi hẳn", "trị dứt điểm"

Chỉ số đo cuối tháng	Cách đo
Số thành viên mới	So với đầu tháng
Số người rời nhóm	Nếu tăng: đang bán quá nhiều
Số lượt bình luận mỗi tuần	Tin hỏi đáp có kéo được tương tác không
Số lịch đặt từ nhóm	Ghi nguồn "nhóm Zalo" trong sổ lịch hẹn

Tài liệu mang tính tham khảo cho chủ cơ sở spa dưỡng sinh / y học cổ truyền. Khi tư vấn khách: không hứa khỏi bệnh, khuyên khách có bệnh lý đi khám chuyên khoa.