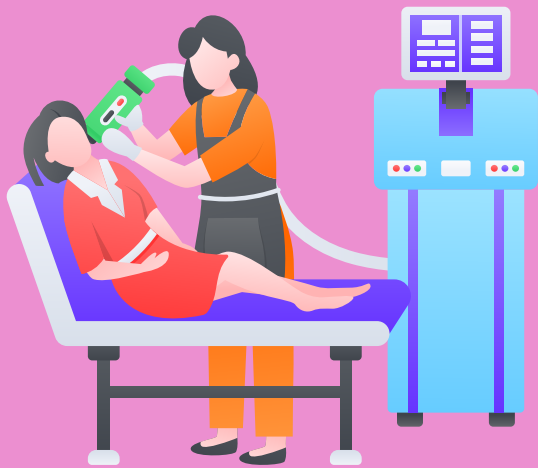


I 30 Segreti del Laser Marketing Efficace

STRATEGIE VINCENTI PER CENTRI ESTETICI

Cos'è il marketing strategico e come applicarlo al laser
Come aumentare il numero di clienti e gli incassi
Pillole di marketing da mettere subito in pratica



Chiara Marchi



I 30 SEGRETI DEL LASER MARKETING EFFICACE

Cos'è il marketing strategico e come applicarlo al laser
Come aumentare il numero di clienti e gli incassi
Pillole di marketing da mettere subito in pratica

di Chiara Marchi

DISCLAIMER

Questa pubblicazione contiene le opinioni e le idee dell'autrice.

Lo scopo è quello di fornire materiale di supporto e di aiuto nella gestione di un business connesso alla professione di Estetista.

Per quanto frutto di anni di esperienza personale in materia di formazione, il metodo esaminato in questo libro potrebbe non essere indicato o appropriato per ogni situazione o tipologia di business.

L'autrice è esente da qualsiasi responsabilità, conseguenza diretta o indiretta, danno morale, danno materiale e perdita di qualsiasi natura ed entità, derivanti dall'applicazione delle informazioni qui riportate.

Tutti i marchi citati sono dei rispettivi proprietari.

Prefazione

Ogni volta che inizio a scrivere del materiale didattico, che sia una dispensa per i miei allievi o un ebook, mi domando se il risultato finale soddisferà le loro aspettative e ne potranno trarre immediati vantaggi.

Chi mi conosce sa quanto studio, quanto tempo e quanto impegno io dedichi al mio lavoro, e quanta passione mi muova per portarmi a cercare, raggiungere e superare sfide sempre maggiori.

Sono estetista, formatrice e imprenditrice da ormai 40 anni, che sono volati senza che me ne accorgessi.

Il mondo dell'estetica è diventato sempre più complesso. Mi rendo conto, oggi più di prima, che le colleghe fanno una fatica immane a capire di chi potersi fidare, in un mare dove la poca professionalità, l'improvvisazione e la troppa disinformazione la fanno da padroni.

Studio tecnologia laser da moltissimi anni, ho creato il brand Toplaser808®, che ha aiutato moltissimi centri estetici a migliorare la qualità del loro lavoro, e insegno marketing e comunicazione, la spina dorsale, insieme alla preparazione tecnico-operativa, di ogni azienda di successo.

Sai qual è la difficoltà più grande che riscontro quotidianamente nei centri estetici quando iniziamo a collaborare?

Non riescono a fare impresa sul serio, lavorano in cabina o al desk dalla mattina alla sera, per trovare soluzioni, frequentano vari gruppi social dove, anziché schiarirsi le idee, vanno ancora più in confusione. Vivono giorno dopo giorno trascinati dal vortice degli impegni lavorativi e delle spese da affrontare, senza trovare il tempo, né conoscere il modo, per ottimizzare quello che fanno alzando produttività ed entrate economiche. Tutto questo porta inevitabilmente ad un senso di frustrazione e inadeguatezza.

Sono stata tra le prime aziende in Italia a portare la tecnologia del laser a diodo sul mercato dell'estetica professionale. Seguo da allora ogni singolo Cliente ogni volta che ne ha bisogno, e ti posso garantire che chi è stato costante e diligente nello studio, sia della parte manageriale che della formazione pratica sull'uso del laser (ho istituito per questo l'accademia del Laser cambiando costantemente i protocolli operativi di pari passo con la ricerca scientifica), ha ottenuto risultati fantastici.

So che c'è bisogno di qualcosa di nuovo, lo so io come lo sai tu che mi stai leggendo, probabilmente in cerca di qualche spunto per fare meglio ed ottenere di più.

Questo ebook vuole essere per te una guida sintetica con idee da mettere subito in pratica per cominciare ad approcciare l'universo infinito del marketing, fatto di mille meravigliose sfumature. Conoscilo, amalo, praticalo e non ti deluderà.

Cominciamo!

Dopo aver definito con chiarezza chi sei e cosa vuoi trasmettere della tua identità (questo processo, molto complesso e articolato, si chiama branding), puoi iniziare a costruire la tua strategia.

Il primo passo è **definire chi vuoi raggiungere e come lo farai**.

Ci sono dei passaggi obbligati per lavorare correttamente e puntare dritto all'obiettivo per non disperdere tempo, soldi ed energie in azioni sbagliate e fuorvianti.

Stabilire obiettivi precisi è essenziale: dovrai decidere che tipi di contenuti vorrai divulgare, con che frequenza, con quali mezzi, che budget destinare per ogni singolo fattore, e monitorare costantemente i risultati, per poter eventualmente correggere il tiro se e quando lo riterrai opportuno.

La tua attività potrebbe avere un obiettivo generale o molti obiettivi specifici: ad esempio, se stai cercando di aumentare le vendite attraverso la pubblicità, programmare e impostare tali annunci in anticipo ti farà risparmiare tempo.

L'epilazione laser è uno dei trattamenti più richiesti nei centri estetici, ormai quasi tutti offrono questo servizio, e, per tua fortuna, la maggior parte non fa un buon marketing, svende i trattamenti, lavora sotto costo senza rendersene conto, e prima o poi chiude.

Da una parte questo ha significato che i prezzi medi per sessione si sono abbassati, dall'altra si è creata una netta divisione tra chi utilizza macchinari low cost con una preparazione approssimativa o inesistente e chi punta ad un target di clientela medio alto, creando offerte molto più specifiche che lo posizionano tra i Centri di eccellenza, poiché non vengono scelti per il prezzo ma per tutto il resto.

Per questo motivo è fondamentale essere pronti ad affrontare un mercato aggressivo e mutevole, senza farsi fagocitare dall'ansia di vendere a tutti i costi, anche perdendoci. Gravissimo errore!

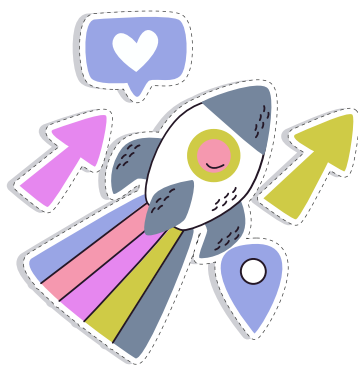
Perché il marketing è Essenziale



Il marketing riveste un ruolo cruciale nella crescita e nella sostenibilità di qualsiasi impresa. In primo luogo, consente di identificare e comprendere le esigenze del mercato, aiutando le aziende a sviluppare prodotti e servizi pertinenti.

Attraverso strategie di posizionamento e comunicazione efficaci, il marketing contribuisce a differenziare un'azienda dalla concorrenza, creando un vantaggio competitivo. Inoltre, favorisce la costruzione di brand solidi e riconoscibili, che sono fondamentali per instillare fiducia nei consumatori.

Marketing non è solo promozione



Il marketing non si limita alla promozione di prodotti, ma svolge un ruolo chiave nel comprendere i comportamenti dei consumatori e adattare le strategie di vendita di conseguenza. Attraverso l'analisi dei dati di mercato, si possono prendere decisioni informate, ottimizzando le risorse e massimizzando i profitti.

La creazione di relazioni a lungo termine con i clienti è un altro aspetto cruciale, poiché i clienti soddisfatti diventano spesso i migliori promotori del marchio.

La realizzazione di campagne pubblicitarie creative e coinvolgenti è un altro aspetto fondamentale del marketing, poiché contribuisce a generare consapevolezza del marchio e a influenzare positivamente le percezioni dei potenziali clienti.

Inoltre, il marketing può favorire la creazione di partnership strategiche e sinergie con altre aziende, ampliando le opportunità di crescita e collaborazione.

Nel contesto delle nuove dinamiche digitali, i social media e altre piattaforme online offrono un canale diretto per interagire con il pubblico, raccogliere feedback in tempo reale e costruire una community di sostenitori del marchio.

Infine, il marketing svolge un ruolo chiave nella misurazione delle performance aziendali, attraverso indicatori chiave di prestazione (KPI) che consentono di valutare l'efficacia delle strategie adottate e apportare eventuali correzioni.

In sintesi, l'importanza del marketing si manifesta in un impatto profondo su ogni aspetto del ciclo di vita di un'azienda, contribuendo alla sua crescita, adattabilità e successo nel breve e lungo periodo.

Differenza tra *Marketing e Pubblicità*

Durante i miei corsi di formazione incontro frequentemente persone che confondono il marketing con la pubblicità.

Sono due concetti correlati ma distinti all'interno del mondo del business e delle strategie di comunicazione. Cercherò di spiegarti in modo schematico e semplice cosa li contraddistingue e li differenzia.

Marketing

Definizione: il marketing è un approccio o un insieme di attività volte a comprendere, creare, comunicare e fornire valore ai consumatori al fine di soddisfare i loro bisogni e desideri, e allo stesso tempo raggiungere gli obiettivi dell'organizzazione.

Oggetto: si occupa di una vasta gamma di attività, tra cui la ricerca di mercato, lo sviluppo del prodotto, la determinazione del prezzo, la distribuzione (o posizionamento) e la promozione.

Obiettivo principale: creare un valore per il cliente, soddisfare i bisogni del consumatore e ottenere un vantaggio competitivo sul mercato.

Approccio strategico: il marketing è spesso descritto come un approccio strategico a lungo termine che coinvolge molteplici fasi, dall'analisi del mercato alla creazione del prodotto, alla distribuzione e alla comunicazione.

Pubblicità

Definizione: la pubblicità è una componente specifica del marketing che riguarda la promozione di prodotti, servizi o marchi attraverso mezzi di comunicazione di massa al fine di influenzare il comportamento del pubblico target.

Oggetto: si concentra principalmente sulla comunicazione persuasiva attraverso mezzi come la televisione, la radio, i giornali, le riviste, i social media e altro.

Obiettivo principale: creare consapevolezza del marchio, stimolare l'interesse, generare desiderio e, infine, spingere all'azione, che può tradursi in acquisti o altre risposte desiderate.

Approccio tattico: la pubblicità è considerata un elemento tattico delle strategie di marketing, basato sulla promozione del prodotto o del marchio in modo specifico.

In sintesi: mentre il marketing è un concetto più ampio che abbraccia molteplici aspetti dell'attività aziendale, la pubblicità è una componente specifica del marketing che si concentra sulla promozione e comunicazione persuasiva. La pubblicità è uno strumento utilizzato all'interno della strategia di marketing globale di un'azienda per raggiungere i suoi obiettivi di mercato.

Comincia dalla *Presenza Online*



07

01

Identifica il tuo pubblico target

- **Target Audience:** comprendi con chi vuoi connetterti. Profila il tuo pubblico ideale considerando dati demografici, interessi, comportamento online e offline e le loro piattaforme social preferite.

Ad esempio, nel tuo Centro estetico l'epilazione laser è destinata a donne, uomini o entrambi? Che età hanno?

02

Utilizza i social media

- **Seleziona la piattaforma:** in base alle preferenze del tuo pubblico, scegli le piattaforme social più pertinenti. Ricorda, è meglio essere attivi e coerenti su poche piattaforme piuttosto che distribuire contenuti su troppe e non riuscire a seguirle.
- **Ottimizza il tuo profilo:** assicurati che il tuo profilo rifletta il tuo brand. Utilizza immagini di alta qualità, scrivi una biografia chiara e accattivante e, se ce l'hai, collega il profilo al tuo sito Web.

03

Strategia e coinvolgimento dei contenuti

- **Contenuti orientati al valore:** dai la priorità alla creazione di contenuti che istruiscano, ispirino o risolvano problemi per il tuo pubblico. Programma una pubblicazione coerente mostrando i risultati positivi ottenuti.
- **Coinvolgi in modo autentico:** rispondi ai commenti, partecipa alle discussioni e promuovi un'autentica conversazione bidirezionale con il tuo pubblico per creare fiducia, e non mentire mai!

04

Monitora, Adattati, ed Evolviti:

- **Analisi delle prestazioni:** utilizza strumenti di analisi per monitorare le prestazioni dei tuoi contenuti e il coinvolgimento online complessivo. Monitora parametri come il tasso di coinvolgimento, la crescita dei follower e il traffico del sito web.
- **Aggiornati sempre:** le tendenze digitali, gli algoritmi e le preferenze del pubblico si evolvono. Adatta le tue strategie in base al feedback e ai cambiamenti nel panorama digitale, assicurando che la tua presenza online rimanga efficace e pertinente.

Metti in atto la *Pianificazione del marketing strategico*



Comunicare in modo efficace è fondamentale per promuovere il tuo Centro estetico e lasciare una buona impressione duratura, incentivare la fiducia nel tuo pubblico e attirare nuovi Clienti, differenziandoti dai concorrenti.

05

Crea promozioni speciali

Attira nuovi clienti, ad esempio, con voucher sconto per la prima seduta laser

06

Crea un sito professionale

Un sito ben realizzato sarà la vetrina ufficiale della tua attività, per presentare i tuoi servizi e fornire informazioni dettagliate.

Evita il fai da te, piuttosto che dare una immagine casereccia che allontana i potenziali clienti, meglio non farlo.

07

Strategie di cross selling

Suggerisci prodotti correlati ai trattamenti laser, come scrub e creme idratanti, per esempio.

08

Sii presente su Google Maps

Inserisci il tuo Centro nelle mappe di Google per renderlo facilmente reperibile online.

09

Raccogli recensioni positive

Le buone opinioni dei tuoi clienti soddisfatti sono preziosissime. Condividile anche sui tuoi canali social, ispirano fiducia in chi ancora non ti conosce.

10

Organizza eventi

Giornate tematiche sull'epilazione laser come openday o aperitivi promozionali sono utili per coinvolgere la comunità locale, promuovili anche tramite i gruppi Facebook o le riviste di quartiere.

“ **La resilienza nel marketing è la capacità di adattarsi alle sfide, imparare dagli errori e crescere più forte. E in questo, noi donne, quando ci impegniamo siamo maestre.** ”



11 **Crea un programma fedeltà**

Sarà utile per premiare i clienti che ritornano per più sessioni di epilazione ed incentivarli a sottoscrivere nuovi pacchetti per più zone.

13 **Partecipa a eventi locali**

Presenzia a fiere locali o eventi della tua zona per promuovere il tuo Centro estetico.

15 **Incentiva le referenze**

Utilizza sconti premio per incoraggiare i tuoi clienti soddisfatti a portare altri nuovi clienti. Il passaparola positivo è la migliore presentazione dei tuoi servizi.

17 **Fai percepire la scarsità**

Quando fai una promozione, fissa una scadenza oltre la quale non è più valida. Della serie: ora o mai più!

19 **Fai le sponsorizzate**

Utilizza la pubblicità a pagamento online localizzata per raggiungere un pubblico più ampio. Affidati a professionisti, farlo bene richiede tempo e capacità, tu devi concentrarti sul tuo lavoro.

12 **Cura l'ambiente**

Assicurati che le cabine siano sempre pulite ed in ordine: trovare un ambiente professionale e confortevole genera fiducia.

14 **Scrivi contenuti educativi**

Puoi creare un blog sul tuo sito o dei reel sui social, per spiegare i benefici dell'epilazione laser.

16 **Segui i trend**

Tieni traccia delle tendenze del settore e aggiorna i servizi di conseguenza, cercando di differenziarti sempre dai concorrenti.

18 **Sottolinea i dati importanti**

Metti in evidenza la sicurezza e l'efficacia dei trattamenti di epilazione laser che esegui.

20 **Rispondi ai commenti**

Mantieni una presenza costante online e rispondi prontamente ai feedback. Chi lascia un commento merita e desidera una tua pronta risposta.

Ricordati che *La comunicazione è fondamentale*



21 **Parla chiaro**

Garantisci sempre una comunicazione nitida riguardo le tue tariffe e le sessioni necessarie per ottenere i risultati ottimali, per dare sempre le aspettative corrette.

22 **Invia comunicazioni periodiche**

Manda comunicazioni regolari con aggiornamenti sulle offerte e i nuovi trattamenti, puoi usare una newsletter o Whatsapp business.

Ma occhio a non spammare!

23 **Crea contenuti visivi accattivanti**

Posta reel e immagini su piattaforme social come Instagram, Facebook, TikTok e Pinterest. Scegli una linea di comunicazione in target con il tuo pubblico.

24 **Addestra il personale**

Assicurati che i tuoi collaboratori siano in grado di rispondere alle domande dei clienti e promuovere correttamente i trattamenti.

25 **Fornisci materiali informativi**

Distribuisci brochure sia all'interno del tuo Centro che nella tua zona per farti conoscere (evita i volantini). Curane anche la qualità grafica e di stampa.



Ogni individuo è una confluenza di esperienze, competenze, valori e passioni. Riconoscerla e articularla è la chiave per definire le tue strategie.

Non è solo questione di cosa fai, ma di come e perché lo fai.

Per ogni professionista o imprenditore, avere ben chiara e definita la propria identità può avere un impatto significativo sui propri obiettivi e sulle strategie da adottare per raggiungerli nel modo migliore.



26 Usa la prenotazione online

Attiva un sistema di prenotazione e pagamento online per facilitare il processo ai tuoi clienti.

28 Usa Google My Business

Pubblica con costanza su Google My Business per essere facilmente individuabile online. È gratuito, semplice e intuitivo da utilizzare.

30 Metti in evidenza la tua formazione

Metti in bella vista i tuoi attestati di formazione, nello specifico del laser l'attestato operatore e Tecnico sicurezza Laser. Per i clienti è importante avere la percezione della tua preparazione, e, soprattutto, non smettere mai di formarti.

27 Incentiva gli acquisti

Premia con sconti speciali chi acquista prima, magari in giorni specifici della settimana in cui fatturi meno.

29 Offri consulenze gratuite

Check-up iniziali gratuiti con una consulenza specifica per rispondere alle domande dei potenziali clienti e dissipare dubbi funzionano sempre.

Ho scritto diversi ebook negli anni, per ognuno ho ricevuto tanti feedback positivi, che mi hanno sempre stimolato a continuare a pubblicare contenuti che possano in qualche modo essere un supporto per colleghe e professionisti desiderosi di crescere.

Ringrazio quindi chi mi ha scelto come partner per la sua avventura imprenditoriale, tutte le mie Clienti che quotidianamente condividono con me la loro esperienza, chi ha saputo tenere duro anche quando la strada era tutta in salita, fidandosi di me, raggiungendo insieme risultati che sembravano impossibili e divenendo per me la più grande soddisfazione. Sono davvero orgogliosa di voi, ma lo sapete!

Grazie anche a te, per aver scaricato questo e-book ed averlo letto!

Ti è piaciuto?

Non dimenticare di lasciare la tua recensione sulla mia [pagina Facebook!](#)

Il tuo parere conta, e conta davvero molto per me!

Mi farebbe piacere ricevere un tuo feedback e sapere cosa ne pensi.

È importante per migliorare sempre le mie pubblicazioni ed arricchirle di contenuti utili e fruibili per tutti.

Buon lavoro!



LI HAI GIÀ LETTI?

Clicca sull'immagine del libro per scaricare la tua copia gratuita





Chiara Marchi

Donna e mamma

Estetista, formatrice, docente, business trainer, imprenditrice, esperta in PNL e normativa estetica, life e business coach.

CEO e presidente di Wellness Project Group, dell'accademia di business management WPG Academy e di EAC (Estetista al Centro).

Istitutrice del R.O.L.D. (il primo Registro Operatori Laser a Diodo) e fondatrice della Laser Academy ad esso correlata dal 2014.

Autrice dell'Emotional Canvas

Leggi di più su di me, cliccando [QUI](#).

Resta in contatto con me, seguimi sui canali Social che trovi qui sotto per rimanere aggiornata sui contenuti che condivido con i miei lettori.



Vai al sito TOPLASER808



Vai al canale Instagram



Vai alla fanpage Facebook

Se hai dubbi o domande, o vuoi accedere alla Laser Academy...



clicca qui e... **whatsappami!**

Io e il mio staff ti risponderemo entro massimo 48 ore.

Copyright © Kalos srl - info@toplaser808.it

Prima edizione gennaio 2024