



**Quali sono i tuoi
valori,
i tuoi punti di
forza?**

Di Elisabetta Casale

Periodo formativo: marzo 2021
Lezione nr. 4

Quali sono i tuoi valori, i tuoi punti di forza?

Il tuo centro, tu... che valori hai?

Sul foglio scrivi 7 parole che descrivono i tuoi valori:

Es: amore, felicità, speranza, divertimento, collaborazione, bellezza, serenità, famiglia, indipendenza, gratitudine, armonia, successo, dignità, passione, istruzione, preparazione, competenza, soldi, rispetto, potere, sicurezza, onestà, fedeltà, salute, amicizia, amicizia, creatività

(Spora docet)

Obiettivo: trasmettere i nostri valori

- Il mio lavoro, il mio centro, la mia linea cosmetica riflette i miei valori?
- Conosco bene i miei clienti? Vengono per i miei valori?



Strategia dell'uovo fritto

Il cliente non compra **SCEGLIE**

Puoi differenziarti dalla concorrenza:

- Prezzo
- Valore

Compra da me perché ti faccio più sconto... porta a margini magri e continui ribassi.

Compra da me perché ti do più valore, perché condividiamo gli stessi valori... porta a fidelizzazione.

- Il tuorlo è il Prodotto
- L'albume è il Servizio

Il cliente entra per il tuorlo, ma noi gli forniamo l'uovo.
Avvolgi l'albume intorno al tuorlo per dare valore al cliente!



A close-up photograph of a vibrant red rose, showing the intricate layers of its petals. The rose is the central focus, set against a blurred, light-colored background. Overlaid on the center of the rose is the text "FIDELIZZARE SIGNIFICA AVVERARE I SOGNI DEI CLIENTI" in a bold, white, sans-serif font.

**FIDELIZZARE SIGNIFICA
AVVERARE I SOGNI DEI
CLIENTI**



COSA FAI PER
FAR
INNAMORARE
DI TE LA
CLIENTE?

La torta al gusto di 'ancora'

Il tuo centro estetico è una torta.

Che gusto ha?

Il sapore di 'ancora' porta alla voglia di un'altra fetta.



Che gusto hai?

- I cartelli che hai hanno un gusto
- La tua brochure, il tuo sito, i tuoi social hanno un gusto
- La maniglia, il pavimento, la vetrina
- Il tuo sorriso è spontaneo?
- Entra nelle scarpe del tuo cliente, cammina sul suo percorso
- Come si sente il cliente? (EMPATIA)
- Serve un po' di sapore?



La vera spada per trucidare il drago della concorrenza

Il SERVIZIO è la vera spada

- Ogni servizio di qualità è unavendita
- Ogni vendita di qualità è un servizio
- Posso copiarti il prezzo, avere i tuoi prodotti... ma il servizio no

Il servizio è la tua cultura. La tua conoscenza, il tuo modo di fare e di essere... NON SI COPIA



L'UNICA DIFFERENZA TRA I CENTRI ESTETICI SEI TU E IL MODO IN CUI ACCOGLIE SEGUI I CLIENTI, I VALORI CHE CONDIVIDI CON LORO

QUANDO VENGONO DA TE HANNO SCELTO TE

Sai perché ti scelgono?
Conosci bene i bisogni delle tue clienti?

VALORI

ALLORA COME SEI MESSA? I TUOI VALORI CONTENGONO FRASI TIPO:

- COMPETENZA
- FIDUCIA
- COLLABORAZIONE
- PASSIONE
- ONESTA'

Rivedi quello che hai scritto...

COSA SAI FARE AL MEGLIO? Perchè vengono da te?

Se sei competente devi dimostrarlo!!

- Sai dimostrarlo?
- Cosa ti serve per aumentare la tua competenza, preparazione?

Esercizio: scrivi 5 cose che secondo te fai molto bene, 5 che fai così così, 5 che non fai molto bene, ma su cui vorresti migliorare.

Chiedi ad alcune tue clienti cosa secondo loro sai fare bene

Confronta con quello che hai scritto tu

Forse devi concentrarti su altre cose che non sai fare o che non fai benissimo e potresti fare meglio?

Prepara un piano di miglioramento. Chiediti: ho bisogno di cosa?

- Più puntualità negli appuntamenti
- Igiene
- Competenza manuale
- Competenza teorica
- Competenza comunicazionale (empatia)
- Visibilità
- Linea cosmetica diversa che rispetti i valori del mio centro...

Valentina & Elisabetta

CMO WEB s. r. l.

Corso Bagni, 146

15011 Acqui T erme (AL) – I taly

Tel. 0144 – 320356

