



ESTRATTO DALLA

GUIDA PRATICA ALL'UTILIZZO DELLE SCHEDE CLIENTI 2.0

estetispa
ACADEMY

Ciao, questo è un estratto della Guida Pratica di [che](#) arriva insieme alle nuove schede clienti!

Te lo regalo con il cuore! 

Valentina

ACCOGLIENZA

Dopo aver accolto il nuovo cliente accompagnalo in cabina dove farai la consulenza estetica.

Porta con te le **Schede Clienti 2.0** e la **CARD** del tuo Centro Estetico.

Ricordati che, in questo caso, l'**abito fa il monaco**, quindi il tuo aspetto è importante per trasmettere **fiducia** e **professionalità** al cliente.

Ecco qualche piccolo spunto:

- Divisa in ordine e pulita,
- capelli raccolti,
- non indossare gioielli,
- unghie in ordine e non troppo lunghe,
- make-up ordinato.



NUOVA SCHEDA

Per ogni cliente dovrai tenere una sezione ad esso dedicato, al suo interno inserirai le schede compilate in fase di consulenza con tutti i dati raccolti.

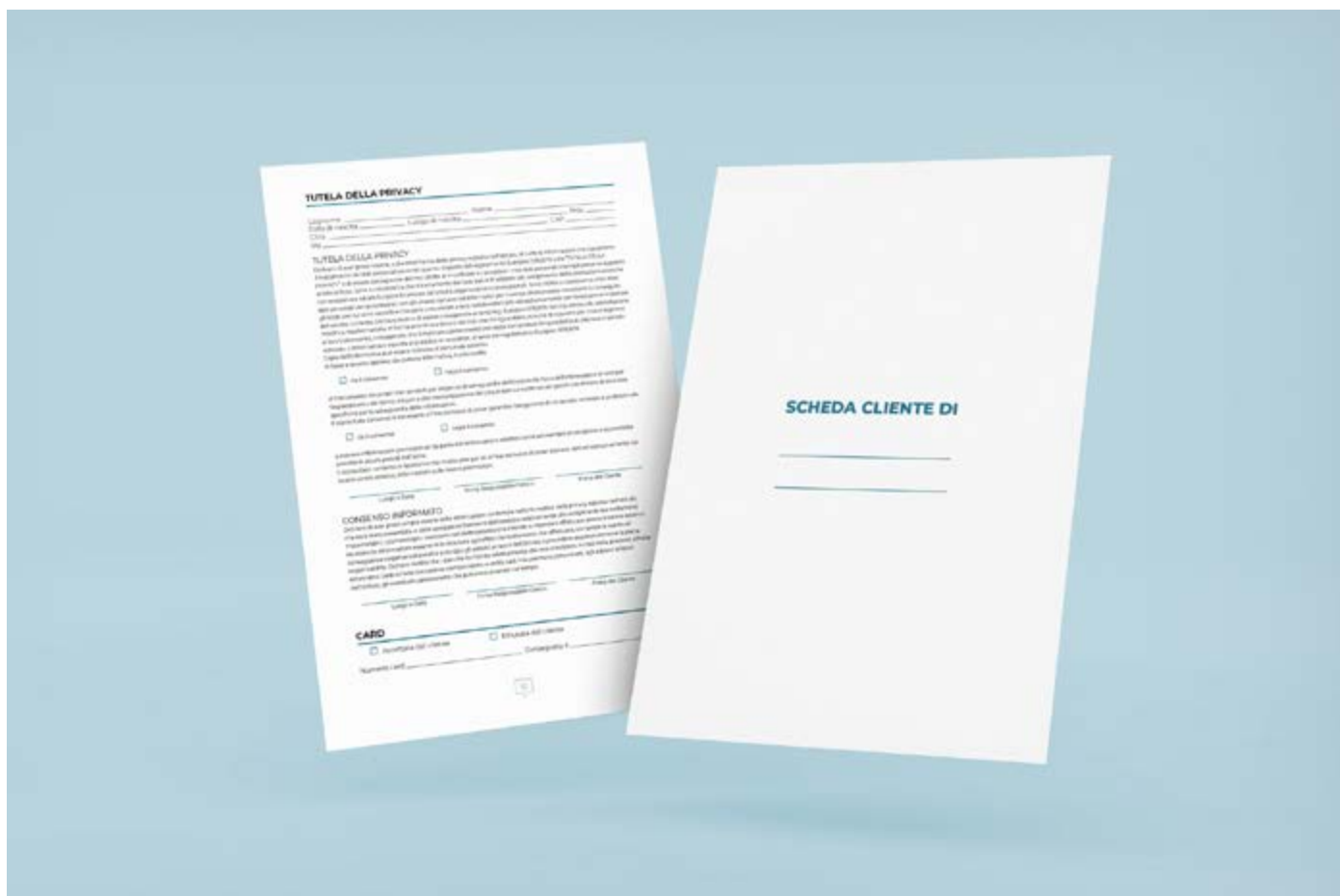
La prima scheda che incontri nel raccoglitore delle Schede Clienti è quella sul **Nome** e sulla **Tutela della Privacy**.

Per prima cosa segna nome e cognome del cliente sulla cover.

Successivamente informa il cliente che per legge devi compilare e far firmare la tutela sulla privacy, di cui può vederne l'informativa all'ingresso o dove l'avrai esposta.

Non ti preoccupare, all'interno delle Schede Clienti 2.0 troverai **l'informativa sulla privacy** e il **consenso per immagini e video**.

Arrivata in fondo al modulo, ricordati di darle la CARD.



ANAGRAFICA E ANAMNESI CLIENTE

La scheda da compilare successivamente è quella dedicata all'**Anagrafica Cliente**.

Il primo consiglio che voglio darti è di evitare di rifare le domande già poste, le compilerai tu in un secondo momento.

Anche se la raccolta dei dati anagrafici può sembrare una parte “banale”, riesce a rivelarci informazioni molto importanti.

Ad esempio la **professione** svolta dal nuovo cliente, ti saprà dare un indizio sugli orari di disponibilità, sugli inestetismi che può avere ecc...

Vediamo un esempio pratico!



È un **avvocato**...

Sta spesso in piedi, porta i tacchi: due informazioni banali, ma se li associ alle problematiche che possono dare, ti verrà facile chiederle “wow, immagino avrai un senso di pesantezza alle gambe la sera? Li usi i collant a compressione graduata? Ti aiuterebbero tanto”



È una **cassiera**...

Sempre seduta, mani esposte: altre due informazioni banali che ti suggeriscono che potrebbe avere un problema al microcircolo delle gambe e secchezza alla pelle delle mani. Potresti consigliarle una crema idratante alla calendula.

È una **mamma a tempo pieno**...

Sempre di corsa, impegnata al 100% ma non su di lei. Sicuramente ha poco tempo da dedicarsi (e potrebbe darsi che sia venuta da te giusto per una depilazione veloce) e potresti consigliarle una coccola la sera: un po' di crema idratante notte per il viso.



Consigli professionali ma da “amica”, utilizzando tutto il tuo sapere e le tue conoscenze...

È ora di sfruttare tutti i corsi che fai e i libri che leggi per essere sempre aggiornata!

Ma andiamo avanti...

L'età è un indicatore importante dello stadio in cui si trova la sua pelle.

Telefono e **mail** ti serviranno per tenerla aggiornata sulle promo e i vantaggi della CARD.

La **data** ti serve come riferimento per il monitoraggio dei progressi che andrai a fare durante e al termine del percorso di trattamenti, che sia viso, corpo o epilazione.

Quanto vorresti pesare? È una domanda scomoda ma ti aiuta a capire se il cliente che hai di fronte ha un disagio riferito alla sua forma fisica.

Facciamo un esempio!

La tua cliente è venuta a fare una ceretta, le fai questa domanda e lei ti confida che non si vede bene ultimamente, ecco la tua possibilità di poterla aiutare a sentirsi meglio.

Sono certa avrai dei protocolli corpo adatti per chi ha necessità di perdere kg o magari, osservandola, ti rendi conto che non è “ciccia” ma ritenzione idrica.

Tieni sempre a mente che hai tutte le competenze per rilevare queste problematiche e la professionalità per aiutarla a migliorarle o addirittura risolverle.

L'attività fisica può indicarci lo stato di salute generale e lo stile di vita del cliente ma anche qualche eventuale esigenza "nascosta".

Ad esempio uno sportivo agonista che si allena 6 giorni su 7, che è da te per fare una ceretta in vista di una gara potrebbe avere bisogno di un po' di relax.

Puoi ricordargli che hai una cabina dedicata ai massaggi e fargli presente tutti i benefici, anche sportivi, che ne derivano da un massaggio decontratturante.

Il **ciclo mestruale, la gravidanza, l'alimentazione** sono solo alcune delle domande che ti permetteranno di capire le esigenze del cliente che hai di fronte.

E poi arriviamo alle domande che sono super indicative!

Sei già stato dall'estetista?

Che trattamenti hai fatto?

Che risultati hai ottenuto?

Il cliente vi sta praticamente dicendo cosa voleva migliorare, molto probabilmente non c'è riuscito, o non sarebbe venuta da te, e il suo potenziale potere di spesa.

Ora che sei riuscita a farti un quadro generale del cliente che hai di fronte, non farti prendere dal pensiero "devo vendere, devo vendere, devo vendere" o "non riuscirò a venderle il pacchetto perché costa troppo"...

Spero davvero di esserti stata utile!



Se hai già le mie schede, conosci il proseguo e gli approfondimenti, se sei curiosa, le puoi vedere e acquistare cliccando sul pulsante qui sotto!

SCHEDE CLIENTI 2.0