



beauty consumer

di Chiara Cossu - We! wellness

La freschezza della *gioventù*

Nell'arco della vita ogni donna interpreta la ricerca della propria bellezza in modi differenti, che cambiano man mano che avanza l'età e dai quali emergono esigenze specifiche. A determinarli sono diversi fattori: culturali, come le mode, legati alla personalità, al grado di benessere generale e allo stile di vita e fisiologici, come il naturale processo di invecchiamento cellulare e le variazioni ormonali. Ci sono, inoltre, condizioni peculiari, che non riguardano necessariamente tutte, in cui l'intreccio tra cambiamenti fisici e aspetti psicologici genera un ulteriore e nuovo bouquet di esigenze.

La farmacia è il luogo eletto per rispondere con professionalità ed efficacia a ognuno di questi bisogni e a misura di ogni singola cliente. Fondamentale è andarle incontro, leggerla, ascoltarla, interpretare il suo mondo, creare per lei il migliore programma di bellezza, accompagnandola verso gli obiettivi e l'armonia tra immagine esteriore e benessere globale. Un approccio, questo, di concreto *Health&Beauty Coaching*, che ripaga con il consolidamento di un patto di fiducia proficuo per tutti.

**5 donne,
5 target**
significativi per
il **reparto
cosmetico** e
per la **farmacia:**
in questa puntata
cominciamo
con le **teenager**



LA PELLE A 16 ANNI

Iniziamo da **Francesca**, adolescente di 16 anni che non frequenta assiduamente la farmacia, ma che proprio lì può trovare risposta ad alcuni bisogni, oggi molto importanti per lei, e domani, quando sarà una donna adulta e magari una mamma, confermare per sé e per la propria famiglia la fiducia nel consiglio del farmacista. Il suo è l'universo dei **teenager** della generazione Z che oggi hanno tra i 14 e i 19 anni. È dunque una **nativa digitale**, cresciuta con i *social media* (Facebook, Instagram, Youtube, Snapchat...) che ne caratterizzano il modo di socializzare, di conoscere e condividere gli interessi, i trend e i consumi in ogni ambito. Rispetto alla sorella maggiore, ne fa però un uso più consapevole, attento a preservare la privacy e così, più che per "postare" informazioni personali, li utilizza per condividere notizie, contenuti pubblicati dai brand preferiti, curiosità. Un posto di rilievo nelle sue ricerche su web è occupato dai **video-tutorial** perché, come le sue coetanee, ama imparare a fare da sé quello che le piace, *make up* prima di tutto, per poi scattarsi un *selfie* -tecnica in cui è abilissima- con lo *smartphone* da cui non si separa neanche quando va a dormire, e metterlo come immagine del profilo Whatsapp o condividerlo su Instagram. Sì, perché l'immagine esteriore per Francesca è davvero importante e deve essere impeccabile. Superficiale dite? Non scherziamo... Francesca è una ragazza che crede nel valore della famiglia, che guarda al futuro con un'inconsueta saggezza realista che infonde concretezza ai suoi sogni e che la rende intraprendente nell'approccio al mondo e alle esperienze. Informata e sensibile, ha a cuore la tutela dell'ambiente e i temi sociali; come i suoi idoli d'altra parte, e come i suoi brand preferiti. Il fatto è che, lo sappiamo, l'aspetto è da sempre un tema delicatissimo

durante l'adolescenza, dall'impatto profondo sulla dimensione psicologica, sull'autostima e sulla relazione con gli altri. Un problema estetico non risolto, infatti, può mettere a rischio la serenità e la sicurezza in sé stessi in modo molto serio. Rispetto alla propria immagine esteriore, comunque, Francesca pensa che la diversità individuale sia un valore di cui essere orgogliosa e che la sua stessa unicità sia bellezza in sé... una bellezza che il *make up* può valorizzare con risultati a prova di *selfie*, traguardo non semplice se ci si mette di mezzo l'acne, un autentico tormento.

Per Francesca, come per le sue amiche, la passione per il *beauty* al momento si concentra soprattutto sul **make up**, che acquista in quantità, varietà e frequenza maggiori rispetto alle coetanee della generazione precedente e nell'uso del quale è tendenzialmente più esperta e sofisticata.

Anche lei, nello spirito del tempo, è una **consumatrice multicanale** che fluttua tra negozi monomarca, profumeria, GDO e farmacia, quest'ultima soprattutto in caso di problematiche dermatologiche.

Dal momento che non ha ancora accesso autonomo alla carta di credito, il web non è un luogo per lo shopping, ma influenza le sue preferenze più del parere delle amiche o delle altre donne della famiglia. In particolare, le sue fonti di ispirazione sono le *influencer* di professione, *blogger* appassionate di moda e *make up* i cui consigli però non hanno sempre basi solide di affidabilità.

Fortunatamente Francesca, alla continua ricerca di dritte utili e valide, è aperta e recettiva al consiglio di valore e qualificato. In farmacia può quindi trovare un'offerta completa di soluzioni efficaci, caratteristica indispensabile per lei nella valutazione di un acquisto, sicure e appaganti.

TOPIC DERMOCOSMETICI: LA HIT DI FRANCESCA

Vediamo più da vicino i temi dermocosmetici a cui è più sensibile Francesca e alcuni esempi di iniziative per coinvolgerla e vivacizzare la dinamica commerciale.

SOS ACNE

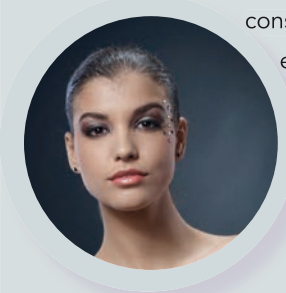
Anche Francesca, come circa l'80% dei suoi coetanei, soffre di acne. C'è chi si rivolge al medico specialista e affronta il problema con il supporto di una terapia farmacologica mirata, ma nel 70% dei casi, e Francesca è tra questi, l'approccio è quello del "fai da te" o del passaparola. In farmacia la Beauty Coach può aiutarla in diversi modi, a partire dal consiglio dermocosmetico basato sulla scelta di prodotti mirati per la **detersione**, l'**idratazione** e il **make up correttivo**, di cruciale importanza perché strumento strategico per una relazione più serena con la propria immagine e con gli altri. Parliamo di prodotti non comedogeni, privi di ingredienti ad azione occlusiva e preferibilmente con filtri UV, ricordando che saranno particolarmente preziosi il correttore verde (O/A), per coprire le parti eritematose, e il fondotinta compatto oil-free, in crema o in polvere. Inoltre, la Beauty Coach può suggerire a Francesca di consultare il dermatologo e, quindi, incoraggiarla a essere costante e paziente nel seguire la terapia, e magari fornirle consigli utili sull'alimentazione e sullo stile di vita.



MAKE UP

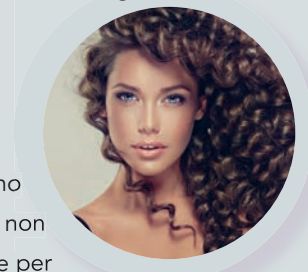
Abbiamo visto quanto sia centrale nell'approccio di Francesca alla bellezza in cui la dimensione funzionale del cosmetico è sempre associata a quella ludica. Il suo ricco "arsenale di trucchi", infatti, nasce dal piacere di giocare con le possibilità di trasformazione del viso -e delle unghie- in base al mood o all'evento a cui parteciperà. Se è vero che per ragioni di assortimento, budget e multicanalità il reparto dermocosmetico della farmacia non può essere il suo punto riferimento unico, è vero però che può diventarlo per le referenze di base e per quelle che hanno un contatto più diretto con parti del viso a volte particolarmente sensibili, come gli occhi. Ecco che il

consiglio esperto della Pharmacy Beauty Coach in merito a BB Cream, CC cream, fondotinta, correttori e mascara può conquistare Francesca, certamente recettiva nei confronti dell'opportunità di tutelare la salute della sua pelle con una base trucco adeguata, sicura e dall'ottima performance. Allo stesso modo sarà recettiva verso i consigli sulla cura delle unghie, stressate e rovinate da continue sollecitazioni tra smalti semipermanenti, decorazioni e ricostruzioni in gel. Dalla manicure periodica ai trattamenti rinforzanti, anche qui l'aiuto della Beauty Coach sarà apprezzato, accolto e seguito.



CAPELLI

Come per la maggior parte delle amiche, anche per Francesca i capelli sono importantissimi nella costante ricerca di bellezza e autoaffermazione. Ma se alcune sono pienamente appagate da una chioma naturale nel colore e nella forma, per Francesca non è così. Il capello naturalmente ondulato da oltre un anno è vittima della sua ossessione per il liscio estremo che ottiene con meticolose sessioni di piastra dopo ogni lavaggio. E neanche sul piano del colore trova pace, sempre intenta a sperimentare nuove nuance che a volte richiedono importanti passaggi di decolorazione... Il risultato? La sua chioma oggi non ha un aspetto sano e lucente. Crespi



e stopposi, i capelli hanno bisogno di cure che restituiscano loro salute, morbidezza e lucentezza. In farmacia, a seguito di un'accurata analisi del capello, Francesca può ricevere dalla Beauty Coach un consiglio completo e su misura sia sul piano della detersione sia dei trattamenti nutrienti, ristrutturanti, rivitalizzanti e che curino la lunghezza del capello. I prodotti saranno dunque a base di sostanze come keratina, ceramidi, microproteine del grano, cimentrio, biocimentina, burro di karitè, olio di avocado, e comprenderanno anche una soluzione per lo styling, un prodotto termoprotettore che difenda il capello dal calore di phon e piastra, a base di olii vegetali come argan, semi di lino, jojoba, vitamina E, proteine della soia. Da non dimenticare, infine, il consiglio di un aiuto dall'interno, ovvero un integratore specifico e quello di una tinta di qualità, sicura e della nuance che più valorizza Francesca.

IDEE PER COINVOLGERE FRANCESCA

La sua comunicazione quotidiana passa spesso dal *touch screen* dello *smartphone*, quindi raggiungi la sui social con una programmazione di post dedicati ai temi a lei cari, magari con qualche video-tutorial, ma non dimenticare che gradisce essere coinvolta in un'esperienza ad alto contenuto relazionale diretto. Invitala quindi in farmacia perché veda nel tuo reparto un luogo piacevole e intimo di scambio e supporto e in te un vero alleato. Organizza un evento dedicato alla bellezza "teen" o, meglio ancora, un ciclo di eventi. Ecco alcuni focus tematici che possono coinvolgere Francesca:

- la **corretta routine cosmetica della pelle acneica**, dalla detersione all'idratazione fino alle tecniche e ai prodotti di «camouflage». Puoi organizzare appuntamenti individuali nel pomeriggio, oppure creare un evento con aperitivo "educazionale" a base di ricette "sane e gustose". L'alimentazione contribuisce infatti all'esacerbarsi dei sintomi e i teenager, anche nella generazione Z, sono grandi consumatori di *junk food*, cibi nemici della salute e della pelle. Comunica l'evento valorizzando i tuoi canali social oltre al contatto diretto in farmacia.
- l'importanza del **make up di qualità per la salute della pelle e delle unghie** con dimostrazione pratica e magari qualche pillola di stile. Nell'occasione puoi dare un buono omaggio per un *check up beauty* con l'esperta, o uno sconto per un kit make up sicuro e personalizzato.
- **capelli in primo piano**. Sono la cornice del volto, uno strumento di espressione di stile e creatività... e sono belli quando sono sani. Proponi quindi attenzioni quotidiane per proteggerli e omaggia un check up del capello gratuito associato a una facilitazione all'acquisto di trattamenti specifici per le sue esigenze. Se organizzi l'evento prima dell'estate, dedica attenzione alla protezione dei capelli dal sole, dalla salsedine e dai lavaggi frequenti insieme a un buono sconto per l'acquisto del kit vacanza.
- **l'idea regalo**: il "Piano personale di bellezza". Proponi la sessione di *beauty coaching* personalizzata come idea regalo per il compleanno da parte della mamma, di un'amica o come acquisto diretto. Questi spunti presentano alcune costanti: l'offerta di cultura dermocosmetica con consigli pratici, efficaci, concreti, requisiti indispensabili per accendere la scintilla dell'interesse della *teenager*; l'uso dei *social network*, fondamentali per comunicarle in modo efficace le attività, le promozioni e i contenuti speciali sviluppati appositamente per lei; l'investimento da parte della farmacia di tempo e risorse. Un investimento, quello che mira ad avvicinare l'adolescente alla relazione di fiducia con la farmacia, che porta frutti oggi e lo farà soprattutto domani. Dopotutto le previsioni sono incoraggianti: Francesca e le sue amiche saranno le *big spender* dei prossimi 10 anni. ■