

# 2018: anno nuovo!

La bellezza delle clienti è pronta a fare spazio ai buoni propositi. Trasformiamoli in traguardi!

**L**a fine dell'anno è per tutti un momento di bilanci, ma anche di aspettative e buoni propositi. Con fiducia si guarda al futuro e anche al proprio benessere e alla propria bellezza, magari a partire dai gesti trascurati nella frenesia quotidiana, impegni beauty e wellness che farebbero la differenza.

La recettività sul tema è alta anche tra le nostre clienti e non solo quelle organizzate che hanno già chiara la loro *beauty wish list*. Come spesso ho sottolineato, le emozioni sono il primo compratore e la pausa festiva favorisce quelle giuste, un'energia positiva che è carburante per ogni nuovo obiettivo.

Pronte quindi a cavalcare il mood del momento, a **celebrare il rito dei buoni propositi delle clienti** trasformandoli in traguardi.

Lo faremo certamente nell'incontro di **beauty coaching individuale di inizio** anno in cui il consiglio sarà personalizzato e orientato dai focus di stagione. I **buoni propositi beauty 2018**, però, possono anche diventare il tema di un **evento in farmacia**, di una **comunicazione speciale instore**, o su **web e social**.

Un elenco di buone abitudini cosmetiche, scelta tra quelle importanti ma spesso trascurate, può essere un divertente primo passo per ispirare nelle clienti la convinzione che il nuovo anno sia "quello giusto" per rendere più completa la propria beauty routine.

Se scegliamo il canale **Facebook** possiamo preparare una programmazione di post dedicati (es. "5 buoni propositi beauty per il nuovo anno") che faccia da promemoria e dia tips su come organizzarsi e trasformarli in risultati.



Su facebook.com/pharmacybeautycoach sono a disposizione spunti e post sul tema da condividere sulla propria pagina Facebook.

Un'altra idea è organizzare un **evento in farmacia**, a maggior ragione nel primo mese dell'anno in cui si vive l'effetto rebound degli acquisti natalizi e si può investire un po' più di tempo nell'animazione del reparto. Iniziativa che fa bene alla relazione e semina bellezza per i mesi a seguire.

Con appuntamenti individuali o nella forma "social" di un aperitivo dal taglio educativo-divertente, potremmo stilare con le clienti la *hit-parade* dei buoni propositi beauty, scegliendo di dare evidenza ai gesti su cui non siamo ancora riuscite a coinvolgerle in modo adeguato (l'analisi dei dati del venduto ci aiuta), o su cui si sono arenate quelle meno organizzate.



L'obiettivo sarà quindi rinfrescare la consapevolezza e ingaggiare le clienti nella creazione *dell'agenda beauty personale*.

#### **SPAZIO ALLA BELLEZZA: FALLA METTERE IN AGENDA!**

Sì, perché il calendario fa presto a riempirsi di mille impegni e **ciò che resta fuori sarà con tutta**

#### **probabilità rimandato e, infine, trascurato.**

Se la routine cosmetica quotidiana si consolida attraverso specifiche strategie comportamentali che la *Pharmacy Beauty Coach* trasmette alle clienti, possiamo affidare all'agenda la "sveglia" sui trattamenti periodici e gli appuntamenti in cabina.

In base alle possibilità della cliente e godendo dello spirito giusto di inizio anno, possiamo aiutarla a "blindare" lo spazio ad esempio per:

- l'appuntamento settimanale con un peeling e una maschera viso a misura delle esigenze... magari da coordinare con analogo gesto dedicato ai capelli;
- l'appuntamento settimanale con la cura delle mani;
- gli appuntamenti periodici del programma di trattamenti in cabina;
- l'appuntamento con un massaggio che fa bene al benessere globale e quindi anche alla bellezza.

Per rendere tutto efficace è bene che la *hit parade* e gli appunti in agenda siano accompagnati dal **perché il buon proposito fino a quel momento trascurato è importante** e, soprattutto, da **dritte sul come riuscire a mantenere l'impegno** anche grazie al nostro **sostegno complice ed esperto**. Tra le strategie utili per supportare organizzazione e costanza delle clienti, alcune sono di facile applicazione e grande effetto. Ecco degli esempi pratici:

#### **CONSIGLIA IL BEAUTY DECLUTTERING: PER FAR ENTRARE IL NUOVO OCCORRE CREARE SPAZIO E ORDINE!**

Tenere in ordine il beauty case e aggiornarlo periodicamente è a pieno titolo tra i consigli dei momenti beautycoaching con le clienti. Più che mai ad inizio anno, diamo alla cliente le istruzioni per una **prima fase di selezione che escluda i prodotti aperti da tempo, quelli sicuramente sbagliati e non in linea con il consiglio attuale, e approfondiamo con lei i**



**Sarah Cossu**

*Professionista in marketing communications, vendita e HR empowerment nei settori salute e bellezza. È consulente direzionale, business coach, trainer di ventennale esperienza.*

*Managing director di We! Wellness, con la sua squadra opera per primarie aziende del consumer healthcare e della cosmesi. Da oltre 15 anni è al fianco dei farmacisti in laboratori di formazione, consulenza e coaching mirati alla competitività, con particolare focus sulla crescita dell'extra-farmaco, dell'automedicazione e della valorizzazione dei servizi. Le chiavi del suo approccio: concretezza, valorizzazione della squadra, visione strategica.*

“  
**Le emozioni sono il primo compratore e la pausa festiva favorisce quelle giuste, un'energia positiva che è carburante per ogni nuovo obiettivo**  
”

**dettagli sui prodotti per cui è in dubbio.**

In caso di confezioni nuove o appena aperte (se il prodotto non è stato toccato con le mani), valutiamo se possono essere adatte a una sua amica intima, offrendoci magari come guida per un check-up beauty anche per lei.

Stesso discorso per il make up "sbagliato" come nuance di fondotinta, blush, rossetti, ombretti e matite per occhi non in linea con incarnato e con obiettivi di complementarità cromatica e texture non adatte alla pelle della cliente.

Approfittiamo per ricordarle di segnare la data di apertura sui prodotti ad utilizzo stagionale/periodico (se serve con una piccola etichetta) così da monitorarne la validità.

**Ma perché incentivare e guidare il decluttering?**

I vantaggi sono molteplici, per la cliente e per la farmacia:

- **Facilita l'organizzazione e la costanza nella nuova routine cosmetica.** Tenere sul ripiano "in prima linea" solo i prodotti strettamente legati alla routine quotidiana più aggiornata aiuta ad essere costanti e organizzate. La quantità di boccette e barattoli vecchi o inadatti alle esigenze specifiche della stagione crea infatti confusione e, nelle meno organizzate, rallenta il consolidamento di gesti ritualizzati perché manca un colpo d'occhio chiaro sul set di strumenti.
- **Aiuta a non cadere nella trappola del "già che l'ho comprato lo uso"** solo per cercare di riquilibrare un rossetto che piace, ma che si è rivelato totalmente inadatto all'incarnato, o un cosmetico che la pelle ha rifiutato. Occorre ricordare alla cliente che la sua pelle merita di essere nutrita al meglio con ciò che le serve nello specifico momento!
- **Fa spazio a nuovi acquisti più consapevoli e più sereni** ogni volta che la beauty coach segnalerà l'opportunità di integrare, aggiornare, ottimizzare in base ai nuovi bisogni della pelle e della vanità di ogni cliente.
- **Evita gli sprechi e riduce gli acquisti inutili:** più è chiaro ciò che serve, più gli acquisti futuri saranno ottimizzati e focalizzati sugli obiettivi.

**L'idea in più: la rottamazione del vecchio cosmetico**

Un modo divertente per promuovere il decluttering organizzato è introdurre una facilitazione che stimoli e "celebri" il rinnovo del beauty case: la rottamazione del vecchio cosmetico, magari con uno sconto sull'acquisto di nuovi prodotti in linea con il consiglio esperto della beauty coach. Un'iniziativa particolarmente azzeccata nel caso del make up, categoria in cui è

più facile collezionare acquisti sbagliati, e in occasione della quale sarà fondamentale offrire un consiglio preparato sulla scelta dei prodotti e sui gesti, materia che per questo approfondiamo nel corso di make up *Pharmacy Beauty Coach*.

**Aiutare la cliente a SEGUIRE L'AGENDA BEAUTY con due semplici dritte che incentivano la costanza.**

**La regola del 30**

Abbiamo aiutato la cliente a costruire la sua agenda beauty, magari introducendo un gesto nuovo. Ora dobbiamo supportarla. Tra i diversi strumenti che sostengono la determinazione e la costanza, ne cito qui uno adatto alla cliente ingaggiata che deve consolidare il gesto nel quotidiano facendolo diventare automatico e veloce. Utile concentrare il suo impegno e la nostra attenzione sui 21/30 giorni successivi all'acquisto, tempo in cui un'azione ripetuta costantemente si consolida e diventa abitudine. La potremo supportare anche fornendole un *trigger*, un escamotage che la aiuti a non scordarsene.

Nel periodo preoccupiamoci di verificare la sua costanza e precisione, chiamandola per esempio per sapere come si sta trovando se l'obiettivo era per lei importante. Trascorsi i 30 giorni di impegno non riuscirà più a farne a meno!

**Piacevolezza: se vuoi raggiungere l'obiettivo aggiungi una spolverata di divertimento. È tutto più semplice.**

Troppe cose nel quotidiano sono un impegno gravoso e, spesso, anche ciò che dedichiamo a noi stessi contribuisce allo stress.

La motivazione cade perché se ciò a cui aspiriamo è faticoso, ostico, il cervello innesca primordiali meccanismi di difesa: mentre andiamo incontro a ciò che ci piace, più difficilmente accogliamo ciò che ci fa "soffrire".

Dobbiamo dunque "ingannare" il nostro cervello emotivo e rendere piacevole il nuovo comportamento, trucco non troppo difficile da applicare su un buon proposito beauty: basta inserire l'elemento piacevolezza nell'approccio della cliente al nuovo gesto.

L'*enjoying beauty* è una promessa che può catturare l'attenzione e l'affezione di molte, anche di quelle che credono nell'importanza delle cure cosmetiche ma non hanno trovato la chiave emotiva per affezionarsi a ciò che nel lungo termine porta risultati.

La bellezza è una conquista quotidiana fatta di buone abitudini, si sa. Meglio se le addolciamo con un tocco di divertimento!

Sarah Cossu







## IDEE PER LA BEAUTY WISH LIST CHE ISPIRA

Tra i *gesti che fanno bene alla pelle* e allo spirito scegliamo quelli che spesso sfuggono alle nostre clienti e alleniamole a prendersi cura di sé in modo più organizzato. Ecco alcuni spunti per costruire una beauty wish list:

- **15 minuti al giorno:** recenti ricerche confermano che ritagliarsi ogni giorno questo tempo, isolandosi in un'attività piacevole e rilassante e in religioso silenzio, aiuta a difendersi dai danni dello stress. Perché non associarli al rituale beauty serale delle clienti?
- **Detersione e tonificazione accurata mattina e sera:** sembra scontato, eppure alcune clienti ancora le sottovalutano sia la sera che al risveglio, quando è importante preparare la pelle a ricevere i trattamenti.
- **Collo a 360°:** sensibili soprattutto dopo i 40, per alcune clienti il passo in più può essere estendere l'attenzione a tutta l'area décolleté, trattando il collo anche dietro e ai lati, per un risultato ottimale e per evitare spiacevoli sorprese se abiti e capigliatura scoprono nuca e spalle!
- **"Urban style", protezione anti-pollution:** pelle impura, secca, più sensibile alle infiammazioni e invecchiamento più rapido sono gli effetti dell'inquinamento atmosferico. Detergere in profondità, in particolare la sera, detossinare, creare una barriera protettiva e favorire rigenerazione e riparazione cellulare sono i must di una beauty routine da costruire per la cliente.
- **Powering make up:** sentirsi in armonia ogni giorno anche grazie al giusto make up ci dà potenza. Bastano poche, semplici mosse da insegnare alle clienti meno pratiche: uniformare l'incarnato, velo di mascara, blush effetto salute... e un passo in più, il tocco che ridefinisce le sopracciglia per uno sguardo più profondo.
- **Beauty dall'interno:** per ottenere risultati profondi è fondamentale ed è per questo che nei nostri percorsi è un tema molto presente, anche con strumenti agili come un memo su alimenti amici e nemici della bellezza, idratazione, light detox di stagione, benessere dell'intestino.
- **Beauty sleep:** ricordiamo alle clienti che oltre alla beauty routine serale è importante seguire le regole per un sonno di qualità, come un numero di ore sufficiente e orari regolari, temperatura e tasso d'umidità adeguati nella stanza, cena leggera, tisane relax e routine serale rilassante.
- **Rituale beauty-SPA della domenica:** la domenica o una serata libera possono essere il giusto momento per un **rituale beauty-SPA** domiciliare. Ideale ritagliarsi un'ora da sole, musica in sottofondo in un piacevole vuoto che rigenera. Sugeriamo alla cliente un mini-rituale completo, viso-corpo-mani-capelli, che unito all'effetto del relax e alle auto-manualità che stimolano il microcircolo e la riossigenazione dei tessuti, le regala straordinari risultati e un senso di armonia con se stessa!

“  
Ritagliarsi ogni giorno  
15 minuti di tempo,  
isolandosi in  
un'attività piacevole  
e rilassante  
e in religioso silenzio,  
aiuta a difendersi dai  
danni dello stress

”



**WE WELLNESS  
BY WE PROJECT Srl**  
Via Wildt, 19/3  
20131 Milano  
Tel 02.89456312  
Fax 02.99985681  
info@we-wellness.com  
www.we-wellness.com  
www.pharmacybeautycoach.it