



**Sarah Cossu**

È esperta di comunicazione e vendita nel settore beauty & wellness, professional coach e trainer di ventennale esperienza. Managing director di We! Wellness, con la sua squadra opera per primarie aziende farmaceutiche e cosmetiche in progetti innovativi di trade marketing e nella formazione di reti di trainer e agenti. Da oltre 15 anni è al fianco dei farmacisti in laboratori di formazione e coaching mirati alla competitività. È direttore e Master trainer dei progetti pharmacybeautycoach.it

## Quando la farmacia diventa un hub di servizi ed esperienze che lasciano il segno

### L'importanza di animare il punto vendita con eventi e beauty experience ad alto ROI

Hai di certo in mente alcuni recenti dati, che evidenziano non solo la crescita costante del reparto cosmesi, ma anche come questo sia driver di ingressi di una clientela che per la farmacia ha un valore potenziale interessante in senso più ampio. Questo accade in modo eclatante quando il tuo reparto cosmesi offre un **servizio distintivo in un'esperienza "calamita"** in cui ogni prodotto è avvolto di un valore aggiunto consulenziale, emotivo, relazionale, sensoriale che è cuore della vendita di bellezza e benessere e genera nei clienti la voglia di frequentarti, di tornare proprio da te... E questi clienti sono per la Farmacia in senso lato un pubblico orientato alla cura del benessere, che ha già interiorizzato il concetto di prevenzione e che ha colto quanto, essere guidati da te con consulenza e protocolli personalizzati, sia un valore che fa davvero la differenza e che, ben oltre la caccia allo sconto, ti rende meritevole della loro fedeltà. La formula del successo del reparto è chiaramente multifattoriale. Sono diverse le leve marketing e relazionali che contribuiscono a rendere l'esperienza dei clienti speciale e che, insieme alla capacità gestionale, di controllo e organizzativa fa sì che si alzi la spesa media annua delle tue clienti, che ne arrivino di nuove e che ogni sforzo sia ben ripagato. Sicuramente tra questi ingredienti **la buona gestione di un calendario calibrato di giornate, eventi, serate, skincare school** in ottica anche omnichannel **è un segno vitale di capacità di crescita**. Un elemento per nulla accessorio. E ti sintetizzo subito **5 buone ragioni per impegnarti in modo organico e con un vero metodo di lavoro**:

- Il consumatore oggi cerca e premia chi offre esperienze coinvolgenti (non solo prodotti).
- L'acquisto di bellezza in particolare si nutre di sensorialità, complicità, consulenza personalizzata, fatta di analisi visiva, strumentale, tattile... esperienza diretta con il prodotto, trattamento, in una dimensione immersiva che solo il luogo fisico può dare al 100%. Lo stai sfruttando al massimo?
- Giornate ed eventi ben organizzati sono un importante boost delle vendite, nell'immediato e con una scia preziosa, facendo attenzione a tutti i KPI da considerare perché non siano fiammate

isolate, ma alimentino le vendite di tutto l'anno.

- Le animazioni ben organizzate e ben comunicate, contribuiscono all'immagine di un reparto dinamico, vero HUB di bellezza.
- Sono uno strumento che facilita il reclutamento di nuove clienti.

Per esprimere tutto il tuo potenziale, certamente in modo misurato al tuo bacino e al contesto farmacia, devi saper usare bene *gli ingredienti del successo*.

Nell'articolo precedente ti ho parlato dell'importanza, in primis, di avere un buon piano d'azione annuale su cui sviluppare, con attenzione ai dati e con metodo, un calendario delle iniziative e promozioni ben calibrato, a partire dalle keyword di stagione.

E allora, adesso che ti prepari ad un periodo chiave della tua performance con 3 stagioni commerciali in arrivo (autunno, avvio inverno, Natale) da cui trarrai una parte importante del tuo fatturato target dell'anno, fatto il monitoraggio dei KPI con cui tieni la rotta, prenditi il giusto tempo per rivedere ed arricchire la tua programmazione beauty day ed eventi e irrobustire il tuo metodo di lavoro.

Ho una notizia a riguardo che so ti piacerà: il 23 luglio terrò un live webinar a cui puoi partecipare gratuitamente (trovi il link per l'iscrizione al termine dell'articolo) proprio su questo tema.

Ti darò consigli pratici e pronti all'uso su un decalogo di *ingredienti per il successo* con cui elevare il ROI delle tue prossime iniziative in reparto. Qui intanto te ne anticipo 5 importanti, strettamente correlati tra loro, su cui puoi già fare una riflessione e che riprenderemo nel webinar insieme agli altri che ti svelerò:

#### 1. Calendario calibrato: il giusto quando e il giusto quanto.

Scegli bene quando e quanti. Il timing è parte del successo ma anche il fatto che tu non sovrapponga attività, non esageri nel numero di eventi al mese, perdendo efficacia nell'organizzazione e nel reclutamento attento delle clienti. Meglio un evento in meno, ma tutti con alto ROI.

#### 2. Non c'è evento, giornata, promozione senza obiettivi chiari.

I KPI su cui misurarti sono diversi, ma per partire dagli essenziali: quale



**WE WELLNESS  
BY WE PROJECT Srl**

Via Wildt, 19/3  
20131 Milano  
www.we-wellness.com  
www.pharmacybeautycoach.it

fatturato di giornata è la cifra che giudichi un buon risultato considerati marca, contesto, altri obiettivi che ti sei data sulle clienti?  
 Quanti pezzi/spesa media per cliente?  
 Ci sono dei prodotti/sottocategorie un po' fermi che devi in particolare supportare durante l'evento?  
 Cosa vorresti imparassero le clienti?  
 Che progresso vorresti facessero a seguito di questa iniziativa?  
 Ma anche: quante clienti nuove sul totale appuntamenti?

**3. Qual è il valore aggiunto imperdibile che offri alle clienti nell'evento giornata?**

**Se non lo sai riassumere con poche parole ingaggianti... forse non è abbastanza!**

Sono lontani i tempi in cui bastava organizzare una giornata di trattamenti/dimostrazioni omaggio o un appuntamento con una beauty consultant dalle competenze modeste per attrarre le clienti. Mettere in agenda la giornata... non basta.

**Le clienti sono ormai abituate e danno valore al proprio tempo. Quindi vogliono valore in cambio.** Un valore non chiaro, o che già tu pensi sia modesto, rischia di non attrarre le clienti giuste, con la giusta motivazione.

**4. Le clienti sono tue, ciò che accade loro in reparto... lo riconducono sempre a te!**

Quello che accade mentre parlano con una promoter, quando sono in cabina con una beauty/consulente incide sulla tua immagine, sulla reputazione del tuo reparto.

Anche se non sei tu in prima persona a dare il servizio? Certo, tu hai creato l'incontro, tu hai "affidato" le tue clienti al personale esterno, tu devi sapere cosa succederà, tu devi avere il controllo... per avere poi anche i migliori benefici! Se sei d'accordo con me sul punto sopra (se non lo sei, ti assicuro che è così), un'azione fondamentale che ti compete è organizzare un **veloce brief al personale esterno (promoter, beauty, etc.) che impatterà sull'esperienza delle tue clienti in quella giornata.**

Su questo ho proprio qualche raccomandazione pratica per te!

**5. Comunica con energia (prima, durante la giornata, e anche dopo a seconda dell'iniziativa)**

perché la tua comunicazione serve ad attrarre clienti che prenderanno effettivamente parte all'evento, ma sortisce anche un altro effetto più alto e diffuso: racconta la storia di un reparto dinamico anche alle clienti della farmacia un po' dormienti.



E se vuoi davvero fare un salto di qualità, il tuo calendario deve essere un mix di iniziative da creare con le aziende e di **iniziative auto-gestite a firma della tua farmacia.**

Qui **fai il grande salto di immagine e posizionamento distintivo**, di relazione con le clienti acquisite e attrazione di nuove, di boost delle vendite del reparto nell'arco di tutto l'anno in modo organico e guidato da te sulla performance del reparto. Così diventi un **HUB di bellezza che fa parlare di sé e crea con le clienti un collante coinvolgente senza eguali.**

Da oltre 15 anni accompagno le farmacie nel creare, con metodo, dei format evento auto-gestiti di successo. Un'esperienza che energizza tutta la farmacia e che segna un cambio di passo.

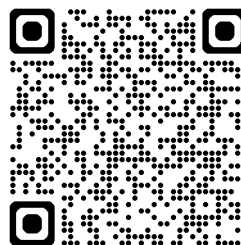


Stai già pensando a come passare all'azione?

**Allora prenota il tuo posto nell'appuntamento live del**

**24 luglio**

**attraverso il QR Code**



Completteremo il decalogo e ti aiuterò a fare il primo importante passo avanti. E se sei pronta a dare qualcosa di unico alle clienti, ti svelerò immagini e case history di eventi auto-gestiti di successo da cui farti ispirare!

**Ti aspetto**