

**INTERCETTA
LA VOGLIA
DI BELL'ESSERE
DELLE CLIENTI
CON UNA PROPOSTA
DI WELL-AGEING
"SU MISURA"**

**Può essere una chiave attrattiva,
fidelizzante e un moltiplicatore
di performance, con la firma
della tua farmacia**



Skin longevity, well-aging, graceful-aging, pre-aging...
Sono parole che si stanno facendo strada nel lessico beauty, in alternativa al più tradizionale "anti-aging".

Non solo vezzo linguistico di addetti ai lavori e consumatrici à la page, ma interessante nuova tendenza nell'approccio all'invecchiamento cutaneo, che si trasforma da "crimine contro la bellezza" a naturale evoluzione di essa, da accompagnare con coscienza della sua multifattorialità e guidare con un approccio integrato che punta al **benessere psicofisico & bellezza della pelle**, indissolubilmente correlati. Un trend, a mio avviso, da intercettare e interpretare in farmacia con un'offerta coinvolgente e distintiva.

E allora, mentre proietti obiettivi di crescita e piano d'azione per l'anno nuovo, ti suggerisco una riflessione **sull'universo anti-age**, che già richiama alla tua mente un **segmento skincare fondamentale** per il tuo fatturato e che, tra creme e sieri hi-tech, vede una concentrazione di prodotti premium che attivano l'attenzione delle clienti. Ecco, molte di loro arrivano da te trahettate dalla ricerca della crema o siero di ultima generazione, ma possono essere conquistate da **una proposta che si allarga a un vero sistema di well-aging su misura**, che promette risultati ancora più profondi e parla alla loro voglia di bell'essere. Un sistema che, con la giusta competenza, può avere la firma della tua farmacia e diventare una chiave attrattiva, fidelizzante e un moltiplicatore di performance.

Ti ricordo intanto che stiamo parlando di un segmento che pesa e peserà sempre di più nel tuo reparto.

Il silver beauty è un mercato in espansione e l'accompagnamento all'aging è anche sempre più *pre-aging*. Nelle nuove generazioni, infatti, è ampiamente diffusa la consapevolezza che l'arma migliore per contrastare gli effetti cutanei dell'età che avanza sia la prevenzione.

Inoltre, parliamo soprattutto di clienti sempre più orientate ad un layering di gesti e che, rispetto a qualche anno fa, oggi entrano in farmacia ben disposte a ragionare su un rituale articolato.



Questo è il vissuto comune a molte farmacie che seguiamo. Sta capitando anche a te?

Tutte sanno ormai che la crema deve essere "quella giusta", ma anche che la sola crema non basta. E nel loro arsenale si sono fatti strada detersione mirata, peeling, maschere e trattamenti quotidiani, tra creme e sieri in cui retinoidi, acido ialuronico, peptidi, vitamine, ceramidi, AHA e BHA sono alleati con cui hanno confidenza. Non solo, il make up è diventato skincare make-up che protegge da raggi UV e inquinamento, preserva l'idratazione e camuffa con garbo qualche segno di troppo.

Insomma, un segmento dal grande potenziale su cui vale la pena espandere i propri orizzonti, prestando attenzione a questa nuova sensibilità diffusa, protagonista ancora nei macro trend beauty 2024 con un concept che trovo molto interessante: il **NeuroGlow**.

Cosa si intende?

Secondo il rapporto di *Mintel* sui trend di bellezza del 2024, *il prossimo capitolo del benessere sarà la bellezza mente-corpo, dove il benessere mentale e l'aspetto fisico sono interconnessi*.

Non è difficile da accogliere questo concetto oggi. E non è così remoto per le tue clienti, che hanno già registrato sulla loro pelle come nei periodi di forte e prolungato stress i segni dell'età si evidenzino e si moltiplichino.



Sull'onda di questo trend vedremo svilupparsi ancora la psicodermatologia che approccia le problematiche cutanee (es. acne, psoriasi...) anche con tecniche psicologiche, proprio in virtù della connessione tra mente e pelle.

E sentiremo parlare di neurocosmesi con prodotti che promettono effetti estetici e insieme innescano *sensazioni di benessere*.

Mi soffermo un momento sullo stress cronico, sui livelli di cortisolo che non hanno adeguati momenti di recupero e a cui spesso associamo abitudini non proprio alleate di una pelle giovane. Il tema è complesso, ma della correlazione tra **stress e invecchiamento precoce** abbiamo già evidenza che, ad esempio:



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



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

- incida sulla produzione di radicali liberi;
- rallenti la capacità delle cellule di riparazione e di rinnovamento;
- impatti negativamente sulla produzione di collagene ed elastina con conseguente minore elasticità, rughe e rilassamento cutaneo;
- alimenti uno stato infiammatorio cronico che può, appunto, anche esacerbare acne, eczema, psoriasi.

Lo stress inoltre, si collega ad altri fattori che accelerano l'invecchiamento come:

- scarsa qualità del sonno (da indagare sempre, a mio avviso, in caso di pelle spenta, segni più evidenti, borse sotto gli occhi);
- cattiva respirazione;
- intestino sofferente e che male assorbe importanti micronutrienti;
- eccesso di zuccheri che, insieme alla scarsa idratazione dall'interno, esacerbano i segni del tempo.

Ti è capitato di connettere queste informazioni durante un consiglio che parte dalla pelle?

Insomma, **per risultati profondi e per far risplendere la bellezza di ogni età, servono:**

- **una routine cosmetica che accompagni i cambiamenti in ogni fase** (compresi quelli ormonali)

- **e un extra consiglio che aiuti la cliente a gestire al meglio fattori endogeni ed esogeni che accelerano l'invecchiamento.**

Un approccio sempre più olistico e

personalizzato che puoi mettere in campo attraverso ciò **che vedi, ciò che misuri, ciò che chiedi alla cliente durante la vendita consulenziale** in cui al trattamento anti-età skincare associ un aiuto dall'interno specifico (es. acido ialuronico, vitamine C, D, E, resveratrolo, collagene, biotina, omega3, zinco, coenzima Q10). Un aiuto che, abbiamo visto, con garbo e competenza può andare oltre: all'origine dell'inestetismo e agendo su un **bisogno più ampio di benessere globale, che restituisce grazia al tempo che passa e fa risplendere il viso.**

Ti è venuta già in mente qualche idea su come sinergizzare competenze, prodotti e servizi che hai a disposizione? Il passaggio dalla teoria alla pratica ha certamente bisogno di un metodo strutturato per l'azione in reparto e di una strategia di comunicazione che valorizzi questo plus distintivo.

Ma il primo importante passo è prendere consapevolezza, vedere il potenziale e fare un giro di ricognizione delle risorse che ti servono per dedicare alle tue clienti una promessa distintiva di *well-aging*.

Sarah Cossu