

Dalle keywords della Primavera al piano d'azione in reparto

Anticipare la domanda delle clienti tra bisogni della pelle, desideri e mood della stagione

Via il velo grigio dell'inverno. In reparto le parole d'ordine ora sono depurazione, rivitalizzazione, nuova luce e colorito baciato dal sole.

E arriva la voglia di scoprire quei centimetri di pelle che nella stagione fredda sono stati infagottati in abiti ultra-coprenti e scarpe chiuse.

La primavera ha portato una brezza di risveglio a cui la farmacia si è preparata per tempo con un aggiornamento del category, la pianificazione di promozioni e proposte di servizi in linea con la transizione importante che l'intero organismo vive in questi mesi, complici l'aumento delle ore di luce e l'innalzamento delle temperature.

Così è per le clienti del reparto dermocosmesi, dalle previdenti che ci stimolano con le loro richieste di aggiornamento della routine cosmetica già dai primi di marzo a quelle più pigre, fino alle "last minute" che arriveranno stimolate dal moltiplicarsi di appuntamenti sociali en plein air e dalla prova costume che, per loro, si associa sempre al mantra "effetto urto".

Per tutte, la farmacia deve farsi trovare pronta ad **anticipare, accendere e capire** i bisogni e desideri di benessere e bellezza che la nuova stagione risveglia.

Ed è proprio sulla **bellezza, che rinnova la sua espressione e le sue specifiche esigenze di cura di stagione in stagione**, che voglio fermare la tua attenzione con la mappa delle keywords stagione, un recap rapido, per **parole chiave**, degli elementi da presidiare con tempismo, collegare tra loro, valorizzare con energia.

LA MAPPA DELLE KEYWORDS DELLA STAGIONE

Quello che ti suggerisco di segnarti è un mix tra esigenze specifiche di pelle e annessi cutanei, desideri e mood delle clienti. Ti dà **il colpo d'occhio**, che ti aiuta ad accendere l'attenzione su vari aspetti del tuo lavoro che ne sono investiti e su appuntamenti must del tuo piano d'azione.

Nella nostra masterclass andiamo in profondità e abbiniamo soluzioni e protocolli stagionali da utilizzare subito in reparto, ma già in questo primo

passo sono certa che coglierai elementi da valorizzare ancora di più. Ad esempio, la stagione in corso chiama concetti di *risveglio* e *nuova pelle*. Fai appello alla voglia di scoprirsi e a questi concetti e richiama esigenze cutanee ora sollecitate e riacutizzate.



Ecco alcune keywords con cui iniziare a comporre il moodboard di questa stagione retail importantissima:

- viso: esfoliazione, rivitalizzazione, texture più leggere, protezione della pelle dai danni dell'esposizione solare e prevenzione delle macchie cutanee, voglia di colore che è desiderio di una pelle abbronzata in sicurezza, ma anche aggiornamento delle nuance del makeup e dei capelli, rigorosamente in palette con le proprie caratteristiche cromatiche;
- corpo: rafforzamento del microcircolo, drenaggio, lotta agli inestetismi della cellulite, rassodamento e generale remise en forme;
- piedi pronti a scoprirsi: trattamenti anti-callosità, idratazione profonda, pedicure curativa;
- capelli: caduta capelli, nutrimento e protezione dal sole.



Voglio in particolare stimolare la tua attenzione su una keyword trasversale: **DETOX**.

In ottica "valorizzazione del tuo consiglio" e risultati più profondi, ti invito a includere nelle tue proposte personalizzate un protocollo **detox primavera a misura della cliente**.

Un gesto che è un'occasione di approccio integrato e anche di collaborazione tra reparti. La depurazione dell'organismo è indispensabile per accompagnare al meglio i **cambiamenti e garantire il miglior risultato di ogni trattamento**.

In questa stagione sarà facile che molte clienti accolgano la tua proposta, a patto che tu sappia calibrare un **detox 360°** (che coinvolge tutti gli organi emuntori) nella formula deep o light a seconda della cliente, dello stato di benessere, del suo lifestyle e anche dell'impegno che è disposta a mettere.

Calibrerai il giusto mix tra **attenzioni alimentari, fitoestratti e integratori specifici, gesti cosmetici domiciliari e trattamenti in cabina**.



DALLE KEYWORDS AL PIANO DELLE TUE AZIONI IN REPARTO

Ora, con questo moodboard beauty di stagione, guarda ai pilastri della tua attività in reparto e del tuo calendario retail.

Attorno a queste parole chiave di fatto costruisci una buona parte del tuo piano d'azione annuale (se non lo fai in modo strutturato, sappi che fa la differenza nella tua gestione!)

Ecco alcuni esempi:

- ✓ **Aggiornamento del category.** Pensa a come metti in focus alcuni gesti cosmetici e prodotti. Ricorda che il corpo prende più spazio a scaffale o in extra display, i solari trovano focus espositivi di primo piano.
- ✓ **Individuazione dei temi per eventi, animazioni coinvolgenti, campagne** con appuntamenti must come la campagna per la prevenzione del melanoma e l'iniziativa di decluttering "rottama i vecchi solari" e ancora le beauty day, gli *aperitivi cosmetici* e



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



le *skincare school* che parlano di *nuova luce*, *nuova pelle* e *risveglio* e cavalcano l'attenzione a rinnovare routine, texture, nuances.

✓ **Scelta delle dinamiche delle sales promotion**

con impatto tattico di "anticipazione dell'acquisto, incremento dello scontrino" e contestuale effetto sulle abitudini cosmetiche delle clienti.

✓ **Gioco di squadra dei rimandi dal banco e da altri reparti.**

Pensa agli agganci, a partire dalle allergie che si acutizzano in questa stagione e che coinvolgono la pelle con eczemi, orticaria, peggioramento della dermatite atopica, e gli occhi con la congiuntivite allergica. Ma considera anche ciò che parte dal **benessere dei piedi** (es. maggiore incidenza di micosi con l'arrivo dei primi caldi) **e delle gambe** (spesso gonfie e appesantite dal caldo), anche con un rimando del reparto sanitaria e che può linkare verso prodotti cosmetici o **trattamenti specifici in cabina**, se la hai.

✓ **La tua consulenza personalizzata ad alto valore aggiunto**,

che considera anche i cambiamenti cutanei in stagione, non trascura il giusto protocollo detox e sa sfruttare **il tema stagionale in due direzioni importanti per aumentare il valore delle clienti nell'arco di tutto l'anno:**

- ti aiuta a **passare dalla vendita occasionale alla costruzione di una consulenza annuale, di stagione in stagione**, con un follow up che non è il banale "mi faccia sapere come si trova..."

- ti dà un **aggancio solido per ricontattare con messaggi mirati** e "di servizio" le clienti che non vedi da un po' o che tendono ad avere un comportamento discontinuo. ■

Stai già pensando a come applicare i miei suggerimenti concretamente, con iniziative davvero catchy per le tue clienti, adesso e in **direzione estate?**

Ti piacerebbe avere suggerimenti ready-to-use su come calibrare le promozioni stagionali, scegliendo la meccanica più fruttuosa ed evitando errori davvero penalizzanti?

Bene, per i lettori di "Bellezza in farmacia" ho un invito che ti piacerà.

Il giorno

**28 MAGGIO
dalle 14.00 alle 14.45**

in diretta zoom ti darò 3 spunti pratici su queste azioni.

Un incontro esclusivo e per te gratuito!

Assicurati il tuo posto cliccando su questo

QR Code



**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