

# NTS

BEAUTY MARKETING



**Blue MOON**  
www.blue-moon.it

Software estetica; software centri benessere, programma settore estetico, software benessere, il marketing nell'estetica, beauty marketing

# Gestire l'Istituto in modo digitale

Un'organizzazione puntuale ed efficiente rappresenta la condizione di base per portare avanti, con profitto, l'attività di qualsiasi centro estetico moderno

Oggi la professionalità e la qualità del servizio rappresentano elementi imprescindibili per continuare a essere competitivi. In un centro estetico, come in ogni altra impresa, è determinante organizzare tutte la attività in modo efficiente. Pertanto, uno strumento di gestione che possa aiutare ad avere sotto controllo ogni aspetto dell'attività è fondamentale ma, ancora più importante, è che questo strumento sia semplice e intuitivo in modo da non appesantire le pratiche di gestione.

Numerose sono le proposte delle imprese che operano sul mercato estetico come le soluzioni Venere, Passepartout Beauty e Go!

"Il concetto di bellezza, nei fatti, è stato riscritto. Non basta più dare al cliente un trattamento fatto bene - esordisce **Vincenzo Bernardo** account manager di **Soluzioni Informatiche**, del gruppo **Integra Sistemi** -, oggi bisogna offrire un servizio che comprenda, oltre al trattamento, una serie di comportamenti e un contesto di benessere globale".

Tutto questo passa, necessariamente, attraverso una buona organizzazione, che si può raggiungere con un investimento minimo e la giusta consapevolezza che dotarsi di un software specifico porterà innumerevoli vantaggi. Vantaggi che riguardano diversi ambiti

della gestione del centro, come afferma **Sandro Capriotti**, responsabile area HO.RE.CA. della Società **Passpartout**.

Nel rapporto con il cliente, l'utilizzo di un software gestionale consente di avere uno storico dei trattamenti e delle abitudini, strutturato e attendibile, permettendo, inoltre, di archiviare e comparare le schede personali della persona e le fiche dei trattamenti.

"Rende più semplice la consultazione del progresso- prosegue l'intervistato-, che diventa analizzabile sotto ottiche differenti. Per esempio, quali trattamenti il cliente preferisce, quali prodotti, quale operatore e giorno della settimana".

Allo stesso modo, influisce in maniera costruttiva sulla gestione economica del centro, sulla logistica delle scorte e sull'organizzazione delle risorse.

Il ROI- ritorno dell'investimento - si potrà misurare non solo in termini economici ma anche in termini di soddisfazione del cliente e di organizzazione del lavoro.

Attraverso l'utilizzo di un gestionale è possibile conoscere la salute della propria attività in modo immediato, costante ed efficace.

"Gestire la propria attività in modo consapevole equivale ad avere un

"VENERE IL SOFTWARE PIU' SEMPLICE ECONOMICO E COMPLETO"

Carico Prodotti Protocollo 2 Data 01/09/2010

Stampa Salva Esci

**DATI TESTATA**

Fornitore 7 ANISA Pagamento

Indirizzo VIA S. FRANCESCO Note

59016 P.Iva/Cod

Recapito

Banca N. Documento Data 01/09/2010

Codice Est	Codice	Descrizione	U.M.	Quantità	Prezzo	Importo	Sconto %	IVA
2		olio massaggio	PZ	3	8,000	24,000	3	20
	02WHE04F	WHITE EFFECT INTENSIVE CONCENTRATI	PZ	15	10,000	150,000	0	20
	PROVA	Crema X	PZ	10	20,000	200,000	0	20
	5510000000007	Water lily pevania	PZ	30	105,000	3,150,000	0	20
	A	bagnoschiama	PZ	30	10,000	300,000	0	20
	3	crema corpo	PZ	10	30,000	300,000	5	20

Sconto % Impossibile 4.160,000 Imposto 832,000 Totale 4.992,000

Il planning di Passpartout Beauty permette di avere sotto controllo l'attività di tutta la settimana



Go! di Boss con un semplice click risponde a tutte le principali esigenze di gestione

netto vantaggio sulla concorrenza sostiene **Cristiano Braggion**, amministratore delegato di **BOSS**. Tutto risulta più semplice: dalla gestione dell'impegno giornaliero dei collaboratori, alla panoramica sulla clientela, fino all'individuazione delle strategie di marketing più adeguate all'attività".

## WEB E SOCIAL NETWORK

Fin dal 2003, anno in cui è stata rilasciata la prima versione del software Venere, l'idea alla base del progetto portato avanti da Soluzioni Informatiche è stata quella di sviluppare il prodotto in base alle reali esigenze di chi lo avrebbe dovuto utilizzare. Le funzioni che, nel corso degli anni, sono state implementate riguardano principalmente strumenti di marketing e fidelizzazione dei clienti, volti a consolidare e ad ampliare il proprio giro di affari.

"La novità assoluta è Venere Deal spiega l'intervistato- che consente di sfruttare l'enorme potenziale dell'archivio clienti del Centro dando l'opportunità di vendere pacchetti online tramite l'invio di una e-mail personalizzata. Con questo sistema è possibile gestire, inoltre,

Fidelity Card, Campagne Premi a Punti, Statistiche dettagliate con Grafici".

Molto apprezzata nell'ambito delle promozioni per incentivare vendite e appuntamenti è la possibilità di inviare, automaticamente, avvisi e notifiche tramite e-mail o

## COME OTTIMIZZARE LE SCORTE

Quali sono gli strumenti più efficaci a disposizione delle estetiste per ottimizzare la gestione del magazzino?

Il software **Venere** di Integra Sistemi dispone di un'interfaccia di dialogo che permette di avere lo stato delle giacenze sempre aggiornato. È possibile, inoltre, indicare un livello minimo di prodotti da avere sempre in magazzino, così da impostare un 'alert' nel software al raggiungimento di tale livello minimo.

Go!, il gestionale proposto da **Boss**, prevede la possibilità di inserimento dei prodotti acquistati, lo scarico automatico tramite l'emissione dei documenti fiscali, permettendo all'operatore anche

sms per annunciare nuove promozioni e scadenze.

"Ultimamente sta crescendo, in maniera progressiva, la richiesta di essere online- afferma il manager di **Passepartout**- di avere un sito integrato al gestionale da cui il cliente possa acquistare i prodotti disponibili presso l'Istituto di bellezza e prenotare i trattamenti consultando un planning di giorni e orari disponibili".

Per **Braggion** la vera innovazione è quella di poter avere una serie di statistiche sull'andamento dell'attività per essere in grado di estrapolare i dati essenziali su cui basare poi future attività promozionali.

"Per fidelizzare il cliente finale proponiamo specifiche tessere - prosegue l'imprenditore- tramite le quali è possibile accumulare un certo numero di punti per euro di spesa e, raggiunto l'obiettivo, fornire in premio un servizio o un prodotto del Centro estetico. All'interno dell'Istituto, inoltre, possono essere

uno scarico manuale dei prodotti a uso cabina. Il tutto corredato di statistiche e valorizzazioni ad hoc, con la possibilità di generare un documento d'ordine al fornitore dei prodotti in esaurimento.

**Passepartout Beauty** organizza il magazzino in base a scorta minima e scorta massima per ciascun magazzino utilizzato. I prodotti vengono scalati in conseguenza a vendite e trattamenti effettuati e gli ordini sono compilati in automatico, calcolando queste variabili. È poi possibile gestire un magazzino principale e i magazzini secondari, collegati alle varie cabine trattamenti con la possibilità di tracciare gli spostamenti di merce da una all'altra.



**Venere è il programma sviluppato da Soluzioni Informatiche che supporta i Centri nell'ottimizzazione del business**

utilizzate formule come gli abbonamenti o i prepagati che permettono di avere un'entrata immediata per servizi che verranno erogati nel tempo".

Avere un sito internet e operare sui social network oggi è ormai diventato indispensabile in un piano marketing digitale che ogni centro estetico dovrebbe avere. Facebook, per esempio, permette di tenere costantemente aggiornati tutti i clienti rispetto alle novità del proprio salone.

"Va detto, però, che gestire una comunicazione interattiva di questo tipo - puntualizza il titolare di BOSS - richiede tempo e dedizione. Spieghiamo ai nostri clienti, che ci chiedono come integrare il loro lavoro con un social network o con un sito internet, che è necessario individuare tra i membri dello staff una figura che possa occuparsi in modo continuativo di gestire il flusso di notizie e novità da pubblicare in rete".

#### **VICINI ALLE ESTETISTE**

Organizzare il Centro estetico in maniera moderna e professionale è possibile grazie all'ausilio di aziende

specializzate che operano nel settore dell'estetica.

"Quello che Soluzioni Informatiche è in grado di offrire al cliente - precisa Vincenzo Bernardo - non è un software gestionale ma una vera e propria consulenza di gestione attraverso il programma Venere. In ogni versione del software è sempre incluso un corso di formazione, che consente a tutti, esperti e meno esperti, di imparare a utilizzare lo strumento. Vogliamo essere sempre più vicini ai clienti e, in quest'ottica, l'apertura della sede di Varese consente una maggiore copertura del territorio e la possibilità di raggiungere i clienti su tutto il territorio nazionale".

È fondamentale che il cliente abbia a disposizione una persona sul territorio, che conosca le esigenze del mercato locale, come.

"Per questo rivendiamo il nostro software unicamente tramite partner dislocati su tutto il territorio nazionale - sostiene Capriotti -. I partner fanno parte di una struttura certificata Passepartout, vicina al cliente, in grado di seguirlo in ogni sua esigenza, dalla progettazione all'installazione, dalla formazione

all'assistenza. Prevediamo poi uno strumento di consultazione per gli operatori, il sito [www.edupass.it](http://www.edupass.it), contenente video tutorial, faq, tips&tricks sulle funzionalità di ognuno dei nostri prodotti, disponibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7".

Per l'amministratore delegato di Boss è importante offrire, oltre alla vendita del software, l'orientamento al supporto gestionale e formativo.

"Garantiamo un'assistenza tecnica 6 giorni su 7 - conclude - oltre alla possibilità di approfondire step by step le diverse funzionalità del software. Inoltre, supportiamo il cliente telefonicamente con assistenza remota per l'utilizzo consapevole del nostro software Go! A questi affianchiamo corsi di formazione gestionale rispondendo alle differenti richieste. Infine, abbiamo stretto una partnership con l'Unione Artigiani delle provincie di Milano e Monza/Brianza che prevede lo svolgimento, a gennaio 2013, di un seminario dedicato ai centri estetici. Nei prossimi mesi svilupperemo collaborazioni di tipo istituzionale al fine di sensibilizzare i centri benessere ad informatizzarsi".

**Sabina Rosso**