



Vuoi continuare a perdere
clienti e ricavi
anche nei prossimi anni?

Exentyal s.n.c di Fumagalli Giuliana M. & C.

Via Dante Alighieri 8, 20065 Inzago (MI)
Telefono: 02.90967579 | Cellulare: 347.7542234 · 338.6430490
Email: info@exentyal.it

www.servizioepilazioneelaser.it | **f**

Contattaci senza impegno per qualsiasi informazione

“Cara Estetista”

Vuoi continuare a perdere clienti e ricavi
anche nei prossimi anni?

E se come immagino, la risposta a questo semplice domanda è **NO!!**
all'interno di questa brochure puoi trovare l'antidoto a questo gravoso
problema e come alcune tue colleghe, hanno bloccato l'emorragia di clienti
persi e di mancato incasso addirittura invertendo a proprio favore questa
dinamica con più clienti e più incasso per il proprio centro estetico.

Il tutto senza investimenti di nessun genere
né in denaro né in perdita di tempo

FORNENDO CONTEMPORANEAMENTE UN NUOVO

**SERVIZIO SPECIALIZZATO
DI EPILAZIONE DEFINITIVA**

**CHE ORAMAÌ È RICHIESTO DALLE CLIENTI STESSE
DEI CENTRI ESTETICI.**

E non ti preoccupare se sei un centro specializzato in trattamenti corpo o in
trattamenti anti-age o hai clienti di un certo livello e benestanti.

Anche se hai clienti molto esigenti, come a volte qualche nostra collega mi
risponde solo per farmi capire che le sue clienti, aggiungo io anche giustamen-
te, non le mette nelle mani della prima persona che passa e che non conosce
minimamente.

Risponderei anche io allo stesso modo.

Ma ... se mi permetti di farmi conoscere, scoprirai che anche io sono un'este-
tista come te che dal 2003 ad oggi opera quotidianamente sia personalmente
che con il proprio team di estetiste- Alessandra, Alice e Giorgia- nel campo
dell'epilazione definitiva.

Se continuerai la lettura capirai con chi hai a che fare realmente e se merito la
tua fiducia o meno.

Il nostro attuale team



Giuliana

La titolare



Alessandra

Mia figlia estetista che collabora con me dal 2008



Alice

Estetista che collabora con noi da gennaio 2017



Giorgia

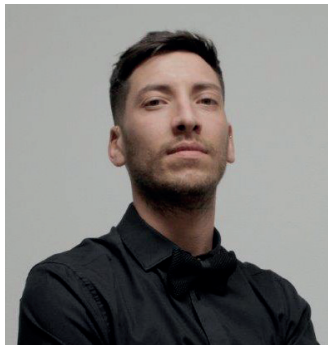
Estetista che per anni è stata una mia cliente e che chiusa l'attività, dopo un anno di meritato riposo, ha deciso di rimettersi in gioco.

Collabora con noi da 3 anni



Leonardo

Ufficio



Manuel

Ufficio

Ciao sono Giuliana

e visto che non ci conosciamo lascia che mi presenti brevemente in questa pagina per farmi conoscere meglio. Sono un'estetista proprio come te che opera da oramai 30 anni nel campo dell'estetica.

Dopo 17 anni di attività nel mio centro estetico di Cassano d'Adda (MI) che si chiamava PRIMADONNA (lo puoi trovare ancora digitando il nome su GOOGLE) , nel lontano 2005, per motivi diversi, ho deciso a malincuore di venderlo e di intraprendere un nuovo percorso.

A dire il vero, questa mia nuova avventura è iniziata un po' prima nel 2003, quando ho deciso di inserire nel mio centro estetico una nuova attrezzatura denominata LUCE PULSATA ed è da allora che molte cose hanno iniziato a cambiare nella mia vita.

Nel 2004 ho iniziato con questa attrezzatura Luce Pulsata delle collaborazioni esterne al mio negozio con delle estetiste che già conoscevo.

Successivamente, l'azienda produttrice di questa Luce Pulsata alla quale nel frattempo avevo fatto vendere ad alcune mie colleghe 3 attrezzature come la mia del valore di 29.900 € a pezzo, mi chiede in un primo momento di diventare il loro centro pilota di riferimento e successivamente di tenere i corsi per le estetiste che ai tempi erano di 2 tipi.

Il primo corso era dimostrativo, dove spiegavo al meglio le potenzialità di questa nuova attrezzatura alle estetiste interessate che erano circa una ventina per corso.

E devo dire che pur non essendo una venditrice e di non aver fatto nessun corso di vendita in vita mia, riesco comunque grazie alla mia passione che trasmettevo alle estetiste presenti a far prendere la decisione di acquistare l'attrezzatura a 3-4 estetiste alla volta e aggiungo anche non guadagnando un centesimo sulla vendita perché venivo pagata a giornata .

Il secondo invece era il corso vero e proprio. Veniva fatto all'estetista (che già avevo conosciuto al corso) quando questa acquistava il macchinario dove spiegavo i protocolli di utilizzo e seguivo l'estetista nella pratica. Solitamente, questo corso della durata di una giornata, veniva svolto singolarmente presso il centro estetico.

Successivamente l'azienda mi chiede poi di fare la BEAUTY nei Congressi di Bologna Fiere e di Milano.

E qui non ti dico che emozione ho provato. Ho pianto senza volerlo quando mi hanno chiesto o meglio più che chiedere mi hanno semplicemente detto ridendo che io ero la nuova BEAUTY.

QUESTO ERA IL SOGNO CHE SI ERA FORMATO NELLA TESTA DI UN'ESTETISTA RAGAZZINA TANTI ANNI PRIMA ALLE SUE PRIME ESPERIENZE LAVORATIVE CHE AVEVA RIPOSTO NEL CASSETTO PERCHÉ SEMBRAVA IRREALIZZABILE.

Successivamente, mi ritrovo a viaggiare in EUROPA accompagnata dal titolare dell'azienda che conosceva abbastanza bene diverse lingue da alcuni suoi rivenditori di macchinari estetici.

Nello stesso periodo si recano presso il mio centro pilota sempre accompagnati dal titolare, rivenditori provenienti da tutto il mondo, Brasile, Giappone, Emirati Arabi.

Sono anni molto intensi ma bellissimi e con tanta e tanta soddisfazione personale.

Nel frattempo, nel 2005 ho dovuto cedere la mia attività che è rimasta come centro pilota dell'azienda anche con la nuova titolare. Questo perché il numero delle estetiste esterne in cui lavoravo come collaborazione SERVICE continuava ad aumentare tanto che ho dovuta farmi dare una mano da altre due estetiste negli anni a seguire.

Poi purtroppo viene a mancare il titolare dell'azienda con cui collaboravo, ne arriva uno nuovo con il quale dopo un anno decido di cessare la collaborazione e di continuare con la mia piccola azienda a propormi presso i centri estetici fornendo il SERVIZIO DI EPILAZIONE.

Facendo un breve riassunto ho utilizzato per questo servizio presso i centri estetici l'attrezzatura denominata LUCE PULSATA dal 2003 al 2013 quasi quotidianamente e successivamente ho continuato con una nuova attrezzatura denominata LASER A DIODO dal 2014 sino ai giorni odierni.

Ritornando ora al tema principale del titolo di questa brochure, quello che voglio sottoporvi oggi è un'indagine che avevo svolto nel lontano 2008 e che ti può servire come spunto di riflessione su questo importante argomento della perdita dei clienti e di fatturato.

Pensa che i fogli di questo sondaggio che non sapevo dove fossero finiti, me li sono ritrovati in mano quasi per caso mentre risistemavo l'ufficio proprio durante il primo lock-down.

Mi ero proprio dimenticata di questo sondaggio e visto che il tempo libero non mancava, me lo sono riguardato e immediatamente mi sono accorta che poteva essere un punto importante, un punto di riflessione da prendere in considerazione per molte estetiste.

MA QUALE ERA IL MOTIVO DI QUESTA INDAGINE SVOLTA NEL 2008 MI VORRAI CHIEDERE ???

Ti rispondo subito.

Come donna saprai che noi abbiamo un intuito perspicace un sesto senso e proprio per questo sentivo che qualcosa mi sfuggiva, c'era qualcosa che non riuscivo a capire fino in fondo.

Continuavo a chiedermi il perché molte estetiste con cui stavo collaborando (con alcune di esse sto ancora collaborando oggi che siamo nel 2021), abbiano deciso di collaborare con una figura esterna che non conoscevano minimamente.

Certo una risposta ovvia che tu mi dirai è che così facendo non dovevano spendere ulteriore denaro nell'ennesimo nuovo macchinario estetico e questo potrebbe essere anche vero.

Oppure che erano già piene del loro lavoro e anche questo può essere vero anche perché posso dire che tra i centri con cui noi collaboriamo, troviamo situazioni opposte, cioè abbiamo estetiste con 3 dipendenti che sono strapiene di lavoro e estetiste che lavorano da sole senza più l'aiuto di nessuna ragazza perché insoddisfatte dal loro modo di lavorare e proprio perché sole sono oberate di lavoro 9-10 ore al giorno quando va bene.

Un ulteriore motivo poteva essere quello che essendo un'attrezzatura estetica nuova, le estetiste non erano almeno inizialmente, sicure della reale efficacia del trattamento con tutte le implicazioni positive o negative annesse.

Tutti questi punti possono essere veri anche perché sono stati anche i miei dubbi e pensieri iniziali e, sicuramente hanno contribuito a far sì che le tue colleghe decidessero di non acquistare questa nuova attrezzatura ma la vera risposta che mi ha lasciata stupita e che non ti aspetterai mai di sentire è un'altra.

Certo che sono importanti anche i motivi che abbiamo descritto fino ad ora ma, la goccia che ha fatto traboccare il vaso e che ha spinto molte estetiste ad agire e prendere la decisione di inserire il SERVIZIO DI EPILAZIONE presso il proprio centro è stata

LA FUGA DELLE PROPRIE CLIENTI VERSO ALTRI CENTRI ESTETICI.

Hai capito bene ??

Dal sondaggio fatto il 45 % delle estetiste che stavano collaborando con me, alla mia semplice domanda dove chiedevo il perché della loro scelta, la risposta è stata proprio questa.

E pensare che il tutto è nato da un'estetista appena conosciuta che all'incontro della mia presentazione che faccio ogni volta prima di ogni collaborazione mi ha detto senza giri di parole che aveva perso diverse sue clienti e che per questo motivo voleva inserire senza acquistare nulla perché non era il momento il SERVIZIO di EPILAZIONE nel proprio Istituto di Bellezza.

Credimi che come te che in questo momento stai leggendo queste pagine, sono rimasta un po' sorpresa da questa risposta alla quale non avevo pensato.

Non ci ero minimamente arrivata.

Certo questa è stata la scintilla che ha fatto prendere fuoco anche alle altre motivazioni elencate prima, ma ti assicuro che senza questa scintilla alcune estetiste che in un primo momento avevano rifiutato la mia proposta di collaborazione, successivamente mi hanno ricontattata per usufruire del mio SERVIZIO di EPILAZIONE.

Lì per lì ero molto contenta di essere ricontattata da un'estetista che avevo visitato. Certo erano solo una parte di quelle visitate circa il 20% ma credimi che in cuor mio pensavo che il merito di tutto ciò fosse solo mio, invece non era così e non lo avevo capito.

Certamente se mi hanno ricontattata comunque

è perché hanno visto in me una figura preparata, a modo, gentile, professionale e soprattutto non il solito rompiscatole di rappresentante insistente ma un' estetista proprio come loro, che aveva le loro stesse paure e subito le stesse angherie da parte delle aziende del settore.

Altrimenti non penso proprio che mi avrebbero richiamato.

Ora che ti ho spiegato il reale motivo, andiamo a misurare con dei numeri tutto ciò.

In un corso di marketing fatto per aziende basato sull'acquisizione di nuovi clienti a cui ho partecipato nel 2015, mettevano in evidenza l'importanza che prima di prendere e cercare nuovi clienti, la prima cosa che un' azienda deve fare è quella di non perdere i clienti che ha già nel proprio portafoglio.

Perché questo? Semplice, perché i clienti nuovi costano, i clienti nuovi se vuoi prenderli hanno un costo non solo per il denaro da spendere in vari tipi di pubblicità, ma anche il tempo che ci devi dedicare a fare tutto questo è da considerare un costo.

Senza contare poi il reale ritorno che di solito è molto scarso anche se ti rivolgi ad una Web Agency di grido che solitamente si fa pagare profumatamente.

Se un piccolo turn over è anche normale per mille motivi diversi, non è normale se la perdita di clienti è continua e con una percentuale alta fuori da ogni logica. Ovviamente i dati possono essere diversi tra loro a seconda del tipo di business aziendale, se operi nel B2B o nel B2C, dal prodotto, dal servizio e così via.

Ti scrivo questo anche se a me personalmente non colpiva questo problema direttamente, in quanto, perdite reali di clienti non ne avevo mai avute. Considera che perdo un cliente solo quando decide di acquistare (da noi) il macchinario oppure dopo 4 – 5 anni perché termina il lavoro in quanto le clienti erano terminate o anche per la chiusura o vendita del centro stesso.

Quindi direttamente non mi interessava ma, poteva interessarmi indirettamente.

Proprio, durante il primo lock-down, ho fatto un ragionamento basato da una parte sul sondaggio del 2008 che avevo eseguito presso le estetiste con cui collaboravo e che avevo ritrovato e dall'altro su quanto ho imparato in un corso di Marketing fatto nel 2015 ed ho così creato una tabella semplice e chiara.

Partendo dall'inizio come ti dicevo, il problema era quello della perdita di clienti quindi successivamente al sondaggio iniziale ho approfondito con alcune estetiste questo ragionamento e ho trasformato il tutto in numeri.

Mi è stata molto di aiuto soprattutto un'estetista, che anni prima, aveva fatto un corso di formazione e in seguito a questo aveva deciso di introdurre nel proprio Istituto un gestionale i cui dati parlavano molto

chiaramente.

Da quel grafico ho preso spunto e ne ho creato uno tutto mio personalizzato su alcune estetiste che collaborano con me.

Si sa che una piccola percentuale delle clienti specialmente le nuove arrivate nell'anno si possono perdere e queste non le consideriamo nel grafico.

Differente invece quando si perdono le tue clienti storiche che conosci molto bene e che soprattutto sai cosa spendono da te ogni anno.

Cosa è successo ?? E' successo che il centro estetico ha perso nel 2006 3 clienti storiche, nel 2007 5 clienti storiche e nel 2008 altre 4. Tieni presente che sono dati reali estrapolati dal programma gestionale del centro estetico.

L'estetista successivamente ha saputo che le clienti perse, si erano recate in un altro centro estetico del paese a sottoporsi al trattamento di Epilazione di Luce Pulsata.

E SAI DA CHI HA SAPUTO TUTTO QUESTO?

Proprio da una parte delle proprie clienti che si erano sottoposte al trattamento di epilazione e che poi erano ritornate dall'estetista per gli altri trattamenti.

Alcune di queste, hanno raccontato di aver incontrato nell'altro centro diverse cliente proprio del centro che conoscevano bene di persona. I dati forniti dal gestionale erano molto chiari perché bastava sommare la cifra che ogni anno le clienti perse spendevano per arrivare ad una cifra molto interessante di incasso perso.

Restiamo con i piedi per terra e ora guarda questa tabella che riporta come risultato la perdita di fatturato.

Tieni presente che ho arrotondato per comodità di calcolo le cifre reali e o ridotto anche il numero di clienti perse perché ho fatto una media con la perdita di clienti di 8 centri estetici.

Mi spiego meglio in questa tabella c'è la media di centri estetici con 2 collaboratrici assunte a tempo pieno e centri estetici con la sola titolare, quindi dentro questa tabella ci si può rispecchiare qualsiasi estetista.

Ovviamente i centri con più collaboratrici avendo più clienti hanno perso in percentuale più clienti e meno invece chi aveva molti meno clienti, mi sembra del

tutto logico questo.

Alcune tue colleghe, quando ho parlato di questo argomento con tanto di tabella in mano (la prima fatta da me), hanno storto un po' il naso.

Un paio, mi hanno detto come mai un'estetista che si poteva permettere un gestionale e così attenta, non avesse la possibilità di acquistare l'attrezzatura direttamente visto il calcolo della perdita di fatturato.

Una domanda lecita se vogliamo dirla tutta ma, ti spiego subito il perché ?

Perché aveva appena fatto da poco un grosso investimento in macchinari corpo e soprattutto perché non era sicura di che luce pulsata acquistare visto che aveva delle proposte di questa attrezzatura che erano molto discordanti tra loro.

Si passava da un massimo di 90.000 euro ad un minimo di 20.000 euro come quotazione per la stessa attrezzatura.

Mettici anche come contorno, aziende molto conosciute del settore estetico, che affermavano che la Luce Pulsata fosse un'attrezzatura che non poteva funzionare, che non poteva dare risultati definitivi e che i peli sarebbero ricresciuti immediatamente appena finite le sedute e così abbiamo fatto bingo.

Quindi per comodità, per paura di gettare soldi dalla finestra, per maggior sicurezza ha preferito non rischiare.

Sentite poi al telefono un paio di estetiste (come avevo suggerito di fare dove io collaboravo già da tempo), ha così deciso di inserire una figura esterna per offrire un servizio alle proprie clienti che altrimenti si sarebbero rivolte altrove.

Finito di pagare l'investimento fatto in precedenza, al nostro terzo anno di collaborazione, l'estetista ha deciso di acquistare la luce pulsata visto che tutte le sue clienti erano molto contente e pienamente soddisfatte.

In più, clienti nuove mai conosciute, erano arrivate grazie al passaparola positivo proprio per sottoporsi a questo nuovo trattamento di epilazione.

Qualche anno fa, ho saputo che l'estetista di Milano di cui vi sto parlando che era già in pensione da qualche anno, è venuta a mancare improvvisamente ed è per rispetto che non voglio citarla per nome.

Come puoi vedere in questa tabella ho preso in considerazione solo 5 anni contro i 10 anni che prendeva in considerazione la tabella del mio corso di Marketing e, già con solo questi dati la perdita di fatturato è molto evidente.

Occorre tener conto in prima analisi un parametro che viene chiamato in gergo Marketing il LTV cioè il Life Time Value del cliente.

Sai cos'è il LTV, ne hai mai sentito parlare ??? NO !!!

Nessun problema te lo spiego velocemente. Il LTV non è altro quanto spende il cliente nel tuo centro estetico anno dopo anno per i trattamenti e i cosmetici.

LIFE = VITA , TIME = TEMPO , VALUE = VALORE

E' un dato che se valutato così come è può essere un parametro importante da valutare per l'estetista ma se inquadrato in un'azione di Marketing diventa fondamentale.

Ma tralasciamo il discorso di Marketing che per il momento non ci interessa.

Ora diamo un'occhiata alla tabella qui sotto riportata.

ANNO	CLIENTI PERSI	TOTALE ANNO	TOTALE	TOTALE
2006	2 1 x 500 1 x 1000	1500	1500	1500
2007	2 1 x 1000 1 x 1000	2000	1500 2000	3500
2008	2 1 x 1000 1 x 2000	3000	1500 2000 3000	6500
TOTALE			11.500	11.500
2008				- 11.500
2009				- 11.500
2010				- 11.500
			TOTALE	- 34.500
				DI ENTRATE PERSE

Come puoi vedere la proiezione dei dati è allarmante.

*Facendo un minimo calcolo, la perdita di 6 clienti storiche che in 3 anni si sono perse, porta ad una **perdita di fatturato di 34.500 euro in soli 5 anni.***

Proprio in quegli anni, era aumentata di molto la richiesta di collaborazione da parte delle estetiste e quindi, avevo inserito nel mio organico in un primo momento 1 collaboratrice più un'altra successivamente proprio per poter svolgere questa mole di lavoro.

Ma pensa che ad alcune tue colleghe è successo esattamente l'opposto cioè invece di perdere clienti, ne hanno acquisite di nuove e questo sta succedendo ancora ai giorni nostri con il LASER a DIODO.

Non credere a me, credi però a ciò che hanno scritto alcune tue colleghe su questo argomento che ritengo molto interessante in queste recensioni che trovi di seguito.

CIAMPINO 04/12/2020

Buongiorno,

sono Loredana del centro estetico NOVAVENUS di Ciampino in provincia di Roma.

Collaboro con Giuliana e il suo team di ragazze dal lontano 2006 e inizialmente la collaborazione è nata con l'attrezzatura LUCE PULSATA. Il suo nominativo mi era stato dato da una mia collaboratrice di Milano che si recava presso il mio centro a fare il TPC una volta al mese. Visto che me ne parlava così bene di Giuliana perché la conosceva da molti anni l'ho chiamata immediatamente e dal mese successivo abbiamo iniziato la nostra collaborazione.

Successivamente abbiamo deciso di introdurre nel mio centro anche altre apparecchiature come Cavitazione, Radiofrequenza e Ossigeno sempre con ottimi risultati.

Personalmente ritengo Giuliana una bella persona, sincera, leale, sempre disponibile e soprattutto molto solare sia con me che con le mie clienti che oramai sono anche sue.

Oggi stiamo trattando con il LASER a DIODO le figlie delle mie clienti che anni fa avevamo trattato con la Luce Pulsata.

Ritengo lei e il suo team un gruppo molto preparato e che utilizza prodotti e macchinari validissimi.

In questi anni mi sono confrontata con alcune mie colleghe della zona di Roma che conosco oramai da molto tempo che mi hanno riferito di aver avuto molti problemi con le clienti perché non soddisfatte dal risultato finale. E' successo anni fa con la Luce Pulsata e con il Laser a Diodo sta succedendo la stessa cosa. Alcune hanno speso cifre folli per questi macchinari. Un paio di loro che hanno seguito il mio consiglio di non comprare nulla ma di avvalersi della collaborazione di Giuliana, sono molto contente della scelta fatta.

Mi ritengo quindi ancor più soddisfatta visto che a differenza loro, non ho più acquistato un'attrezzatura negli ultimi 15 anni.

In più, grazie al semplice passaparola positivo delle mie clienti che mi hanno mandato amiche, colleghe di lavoro, parenti e conoscenti, ho incrementato notevolmente il numero di clienti nuove di anno in anno. Molte di queste arrivate incavolate perché avendo già fatto i trattamenti senza nessun risultato presso altri centri, una volta visto il risultato tanto atteso sono diventate clienti del mio centro anche per altri trattamenti.

Consiglierei quindi senza alcun dubbio Giuliana e il suo Team a qualsiasi Centro Estetico.

Grazie Giuliana

Centro Estetico
NOVAVENUS
V.le Roma, 57 - Ciampino (Rm)
Tel. 06.7917051



Ammirato,
seguito il consiglio di una mia amica di Roma,
ho deciso di curare il servizio di epilazione
e le sue vacanze per quanto riguarda l'epilazione
visto la ripetuta richiesta da parte di alcuni
miei clienti.

Abbiamo iniziato con la LUCE PULSATA per
passare successivamente al LASER A SODIO.
Risultati ottimi con entrambe le attrezzature.
Sull'umore i risultati migliori ci sono stati
proprio con il LASER.

Ritengo funzionare e per tempo pensare molto
preparate, disponibili con le clienti e con
molta esperienza sull'argomento epilazione.
Ti seguono le clienti dalla consulenza fino
al termine dei trattamenti.

Ho sempre visto sia le mie clienti che quelle
nuove soddisfatte x il risultato ottenuto.

Come Titobone, consiglieri questa azienda a
qualcun mia collega che non voglia fare un
investimento economico molto importante.

2020. FREQUENZE.

MIDAEARS
LABORATORIO ESTETICO
di Miale Simona Serenella
Sede e domicilio fiscale
Via Ortona, 1 - 00050 FREGENE
Cod. Fisc. MLI/SNS 0747 15016
Part. IVA 05527371004

BODY LINE SUN - SAN PELLEGRINO TERME-

HO INIZIATO A LAVORARE CON LEONARDO E IL SUO TEAM
CIRCA TRE ANNI FA.

INIZIALMENTE ERO MOLTO SCETTICA SU QUESTO MACCHINARIO,
VISTO E CONSIDERATO CHE ERA UNA NOVITÀ.

AD OGGI SONO MOLTO CONTENTA DI AVERLO INSERITO
COME SERVIZIO; TECNICHE MOLTO PREPARATE E DISPONIBILI
NEI CONFRONTI ANCHE DEVE CLIENTI PIU' ESIGENTI.

IL LASER RISULTA ESSERE MOLTO EFFICIENTE; LE CLIENTI
SONO SODDISFATTE ED ALCUNE NON POSSONO PIU' FARNE A
MENO.

INOLTRE MI HA PERMESSO DI ACQUISIRE NUOVE CLIENTI
CHE NON FREQUENTAVANO IL MIO CENTRO.

UNA MANNA DAL CIELO!

BODY LINE SUN

di Chiara Corlinovis s.a.s.

Sede Leg.: 24016 SAN PELLEGRINO T. (BG)

Via Aldo Moro, 36 - Tel e Fax 0345 20072

C.F. e P. IVA e Reg. Imp. 03671840167

REA BG 398341

20 - MAGGIO 2011

"DA MILLY ESTETICA"
di MORIGGI EMILIA
Sede Fisc.: Via Gramsci, 4 - 26019 VAIATE (CR)
Ubicaz. Eserc.: Via Morango, 72
24040 PAGAZZANO (BG)
Cod. Fisc. MRG MLE 75R61 L400X
Partita IVA 01360230195

Con la presente

io Morigi Emilie Titolare del centro
"DA MILLY ESTETICA" sito in Poggiansi (BG)
via Morango 72 dichiaro anche a nome
delle mie clienti di essere soddisfatta
del servizio di "LASER" per depilazione
definitiva da ormai 8 anni da voi
offerta.

Per quanto riguarda l'opporchitura, ottiene
per il servizio molto buono

i risultati evidenti e duraturi per questo
si crea un rapporto fondamentale
per la continuazione del nostro rapporto di lavoro

DISTINTI SALUTI
GRATIE,
Morigi Emilie

Come vedi ti ho messo delle testimonianze di alcuni centri estetici dove noi collaboriamo.

Al riguardo ti dico anche che queste tue colleghe hanno evidenziato il fatto che sono arrivati nuovi clienti proprio per sottoporsi ai trattamenti di epilazione con il Laser a Diodo, ma credimi, che altre estetiste dove noi collaboriamo non dico tutte ma una parte di loro ha notato l'incremento di nuovi clienti ma lo considera come se fosse una cosa scontata che debba succedere.

Nella realtà non è così. Qui ora non è il momento di approfondire questo argomento ma se ti può interessare contattaci pure per avere una seconda brochure molto più dettagliata di questa che ti può far capire esattamente cose c'è la fuori che devi assolutamente sapere prima di prendere qualsiasi decisione di inserire nel tuo centro estetico un qualsiasi Laser a Diodo.

PER INFORMAZIONI CONTATTACI AI NUMERI:

Giuliana
347/7542234

Leonardo
338/6430490

Bene, dopo questa carrellata, proviamo a fare una tabella che è l'opposto della precedente.

Ora, teniamo in considerazione non le entrate del centro estetico dovute ai trattamenti di EPILAZIONE, ma solo quanto alcune clienti nuove che sono poi rimaste fedeli al centro estetico anche per i trattamenti di viso e corpo, hanno speso presso il centro.

ANNO	CLIENTI NUOVI 2018	CLIENTI NUOVI 2019	CLIENTI NUOVI 2020	TOTALE
2018	1 x 480 2 x 1120			1.600
2019	1 x 650 2 x 1425	3 x 455 4 x 878 5 x 1423		4.831
2020	1 x 850 2 x 1200	3 x 650 4 x 0 5 x 1220	6 x 915 7 x 380 8 x 595	5.810
TOTALE	5.725	4.626	1.890	12.241
2020				12.241
2021				12.241
2022				12.241
			TOTALE	+36.723 DI ENTRATE

Adesso ti spiego questa tabella.

Prima di tutto non è una media ma una fotografia reale di un solo centro estetico che collabora con noi di cui poco sopra hai letto una sua recensione. (Per motivi di privacy non posso scrivere il nome)

E devo dire, che quando le cose vanno bene tutti siamo contenti.

Da una parte l'estetista perché ha nuove clienti che sono arrivate grazie al passaparola positivo e dall'altra parte ci siamo noi azienda che abbiamo la giornata di laser piena di lavoro.

Ma non sempre si pone l'attenzione dovuta su questi dati.

Si lascia passare come se tutto fosse normale ma, non è normale proprio per niente.

Quindi come ti stavo dicendo questa non è una media ma una fotografia reale di un centro estetico che collabora con noi e che non usa un gestionale perché alla titolare sembrava troppo complicato, ma utilizza ancora il vecchio sistema delle schede clienti che tiene sempre aggiornate giorno per giorno, mese per mese e anno con anno.

Tieni presente che le clienti poi rimaste presso il centro erano almeno il triplo come numero rispetto a quelle segnate in tabella ma non sono state considerate in quanto usufruiscono solo dell'estetica di base.

Come puoi constatare dalle tabelle anche se la prima è una media di più centri e può essere considerata più attendibile e la seconda invece è riferita ad un solo centro estetico, poco importa perché questa situazione in modo simile come puoi vedere dalle recensioni si è verificata anche in altri centri estetici.

Quindi se mettiamo a confronto le due tabelle che ripeto possono essere se vogliamo molto vicine alla realtà non dico di tutti ma sicuramente della maggioranza di molti centri estetici, la differenza è molta perché si passa da un saldo negativo di -34.500 euro in 5 anni ad un saldo positivo di 36.723 in 5 anni.

La differenza reale di queste due cifre è di 71.223 euro.

Certamente questa cifra magari non è reale per un piccolo centro estetico con la sola titolare ma non è questa la cosa importante. Ciò che c'è da capire in queste tabelle è il ragionamento che c'è dentro.

Questa è la realtà di oggi sia che tu la voglia vedere o non vedere.

E ricordati sempre che prima di essere un'estetista sei una partita iva che deve affrontare mensilmente molte spese come affitto, iva, stipendio collaboratrice, prodotti, macchinari, inps, luce, riscaldamento, spese condominiali e chissà cosa altro ancora.

Quindi visto l'interesse che c'è sul mercato riguardo l'argomento epilazione se per caso hai deciso di acquistare il Laser a Diodo per inserirlo nel tuo centro estetico, l'unico consiglio che ti posso dare è di provarlo prima per sei mesi ed eventualmente acquistarlo successivamente.

In più, prova almeno tre laser di aziende differenti e non solo quello del tuo rappresentante di fiducia.

Ti prego non mi dire come è già successo con altre estetiste che il tuo rappresentante non può darti un laser che non sia più che valido perché, poi ti ritroverai costretta a cambiare rappresentante ed azienda e con un laser che non da risultati sperati, con clienti incazzate che poi sicuramente perderai nel giro di breve tempo come è già successo a molte tue colleghe.

Non ti voglio dire che solo il nostro laser a diodo funziona molto bene ed è ottimo. In commercio potrai trovare laser di ottima qualità e per ottima qualità intendo che rispetto ad un luce pulsata, con il laser si fanno meno sedute ma, potrai anche trovare molti laser che funzionano peggio di una luce pulsata.

Credimi che se non hai un po' di esperienza, viene molto difficile capire tutto questo.

Se invece non sei interessata all'acquisto dell'attrezzatura o perché non vuoi fare un investimento oneroso o perché hai un centro specializzato in altri trattamenti o ancora perché sei sola nel tuo centro estetico e non hai ne tempo ne voglia ne energia per inserire una nuova attrezzatura e preferisci avvalerti di un'azienda specializzata che con il suo team di ragazze utilizza quotidianamente questa attrezzatura,

ECCO CHE LA NOSTRA AZIENDA PUÒ SODDISFARE QUESTA TUA ESIGENZA

BENE, DETTO QUESTO, C'È ANCORA UN NODO DA SCOGLIERE E QUESTO NODO SEI TU!

PUOI SCEGLIERE TRANQUILLAMENTE DI NON FARE NIENTE E FARE FINTA CHE QUESTO ARGOMENTO NON TI INTERESSA E NON TI TOCCA MINIMAMENTE

OPPURE

PRENDERE UNA DECISIONE CHE TI PERMETTA DI:

1. Non perdere più clienti,
2. Non perdere più incasso.
3. Non avere costi fissi.
4. Non lavorare solo per pagare il costo dell'attrezzatura.
5. Non perdere 1 giorno intero di lavoro ogni mese.
6. Incrementare i tuoi incassi.
7. Incrementare il numero di nuovi clienti.
8. Inserire una nuova attrezzatura all'avanguardia che dia ottimi risultati.

Quindi se sei interessata non ti resta che prendere in mano il telefono e chiamare questi numeri per fissare un primo appuntamento, eventualmente se non ti possiamo rispondere in quel momento lascia un messaggio in segreteria che sarai ricontattata appena possibile.

CONTATTACI AI NUMERI:

Giuliana

347/7542234

Leonardo

338/6430490

TABELLA PROVVISORIA PER IL CENTRO ESTETICO

Ora parliamo del piano compensi dell'estetista.

L'estetista quando ha preso la decisione di collaborare con la nostra azienda, può scegliere tra 3 OPZIONI.

La prima opzione, con una percentuale che varia a seconda dell'importo della giornata.

La seconda opzione invece ha una percentuale fissa anche con il variare dell'importo.

La terza opzione invece, è stata introdotta nel 2020 su richiesta di un paio di centri estetici che hanno dei costi di gestione molto alti come: affitto del locale perché ubicato in zone molto belle di alcune città e anche il costo del personale composto da personale molto preparato con molta esperienza e di conseguenza propongono dei trattamenti con prezzi diversi.

OPZIONE N 1

9 % ca.	Da 2000 in avanti	40%
18 % ca.	Da 1500 a 2000	35%
46 % ca.	Da 1000 a 1500	30%
19 % ca.	Da 750 a 1000	25%
6 % ca.	Da 500 a 750	20%
2 % ca.	Da 0 a 500	15%

OPZIONE N 2

30 % FISSO SU QUALUNQUE RISULTATO OTTENUTO

OPZIONE N 3

**PERCENTUALE DA DEFINIRE CON IL CENTRO ESTETICO
IN BASE ALLA RICARICA DEI PREZZI CONCORDATI**

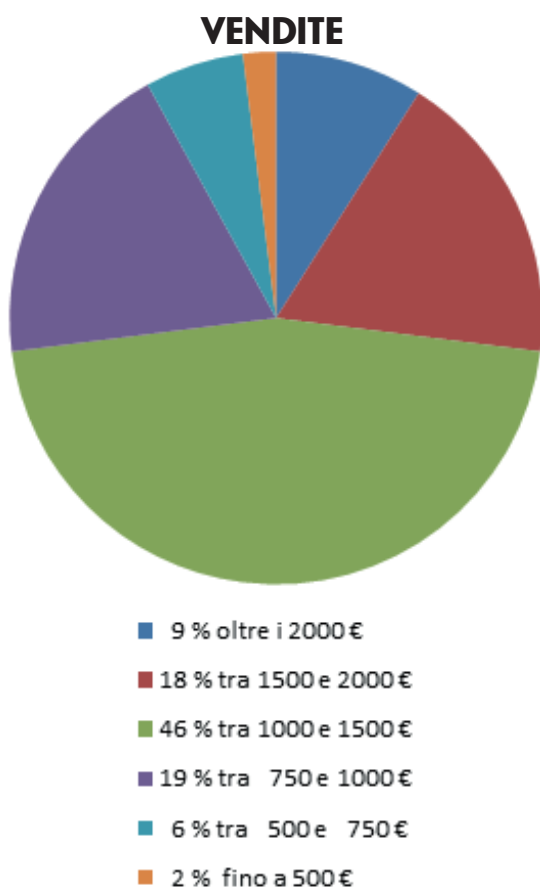
Ti spiego queste opzioni.

Nella prima opzione, le percentuali sulla sinistra quelle segnate in rosso, sono la media dei primi 3 anni di lavoro nei centri estetici che collaborano con noi.

Per essere vera, in questo caso, ho considerato solo i centri estetici di nuova collaborazione e non quelli che già lavoravano con noi con la Luce Pulsata e che poi sono passati al LASER A DIODO.

Gli anni presi in considerazione partono dal 2014 anno in cui abbiamo inserito il LASER A DIODO al posto della Luce Pulsata sino al 2019.

Ho preso in considerazione solo i primi tre anni perché nella maggioranza dei casi dal 4 – 5 anno il lavoro diminuisce e solo in pochi casi abbiamo un lavoro costante per più tempo.



Come puoi notare il 2% dei centri ha avuto una media che era inferiore ai 500 € di lavoro al mese e quindi possiamo dire che praticamente non c'è un lavoro reale. La causa di tutto ciò, può essere attribuita al fatto che il centro estetico è aperto da pochi anni o che è un centro dove si fa prevalentemente estetica di base con prezzi molto bassi.

Comunque vista la nostra esperienza oramai di 15 anni di SERVICE presso i centri estetici nel colloquio iniziale con l'estetista chiediamo sempre da quanti anni è in attività il centro.

SE LA RISPOSTA È:

“Siamo aperti da 5 anni”

OPPURE

“sono subentrata da poco ad un estetista che mi ha venduto il negozio”

LA NOSTRA RISPOSTA AL RIGUARDO È ?

Nel primo caso

diciamo che, non essendoci clienti affezionate che si fidano ad occhi chiusi di tè estetista, è difficile che le clienti si fidino di un'azienda esterna che si presenta alle clienti, ed infatti, succede che nel 90 % dei casi l'adesione alla GIORNATA PORTE APERTE è sempre di 4 – 5 clienti al massimo.

In questo caso, visto il numero esiguo, sospendiamo la giornata e diciamo all'estetista di ricontattarci in caso ci fosse un numero almeno di una decina di clienti interessate. Solo in pochi casi siamo stati ricontattati e questo spiega il 2 % di centri con una media inferiore ai 500 € mensili altrimenti questa quota sarebbe più alta.

Nel secondo caso

invece, guardiamo come sta procedendo l'attività. Esempio se l'estetista non ha delle collaboratrici all'interno vuol dire che non c'è una grande mole di lavoro mentre, potrebbe essere diverso, se la nuova titolare già lavorava presso il centro da qualche anno oppure se lavorava da qualche altra estetista della zona e come tante volte succede, riesce a prendere una fetta importante di clientela alla sua titolare precedente e se le porta nel suo centro nuovo.

Gli altri dati da prendere in considerazione sono il 46 % dei centri che ha avuto una media che oscilla tra i 1000 € e i 1500 € e il 18 % dei centri che ha avuto una media tra i 1500 € e i 2000 € e poi abbiamo il 9% che arriva a fatturare oltre i 2000 €. Se facciamo la somma arriviamo a $46+18+9 = 73$ % di centri dove si arriva a toccare cifre importanti.

Il segreto di questi centri è che hanno alle spalle molti anni di attività sempre con la stessa titolare.

Quello che ti ho scritto non è per spaventarti ma è solo la realtà nuda e cruda poi, ci sono stati anche dei casi dove in centri estetici aperti da pochi anni comunque si è lavorato molto bene.

Mi pare ovvio dire che nel primo anno c'è un incremento di lavoro mese per mese che si mantiene abbastanza costante nel secondo e terzo ed incomincia a calare dal terzo anno in poi.

In più considera anche il fatto che non hai nessun costo fisso per le prime giornate operative anche se i risultati economici sono scarsi perché per raccogliere, prima di tutto occorre seminare.

Ora so che vorrai farmi una domanda come questa

Scusa ma secondo te quale è l'opzione più giusta da scegliere ??

Ti posso dare come risposta dei dati numerici, il 92% dei centri che collaborano con noi ha scelto la seconda opzione e ha fatto bene. Solo l'8% ha scelto la prima opzione e ti aggiungo che di questi solo al 2% è andata meglio perché ha guadagnato qualcosa in più mentre l'altro 6% nel lungo periodo ci ha rimesso.

A questo punto se ti rimangono ancora dei dubbi non ti resta che contattarci per fissare un appuntamento dove ci potremo conoscere personalmente e senza nessun obbligo potrai decidere cosa fare per te e per la tua attività.

Un saluto da Giuliana
e il suo team di estetiste

CONTATTACI AI NUMERI:

Giuliana
347/7542234

Leonardo
338/6430490



Exentyal s.n.c di Fumagalli Giuliana M. & C.

Via Dante Alighieri 8, 20065 Inzago (MI)
Telefono: 02.90967579 | Cellulare: 347.7542234 · 338.6430490
Email: info@exentyal.it

www.servizioepilazionelaser.it | 

Contattaci senza impegno per qualsiasi informazione