

VADEMECUM E-COMMERCE

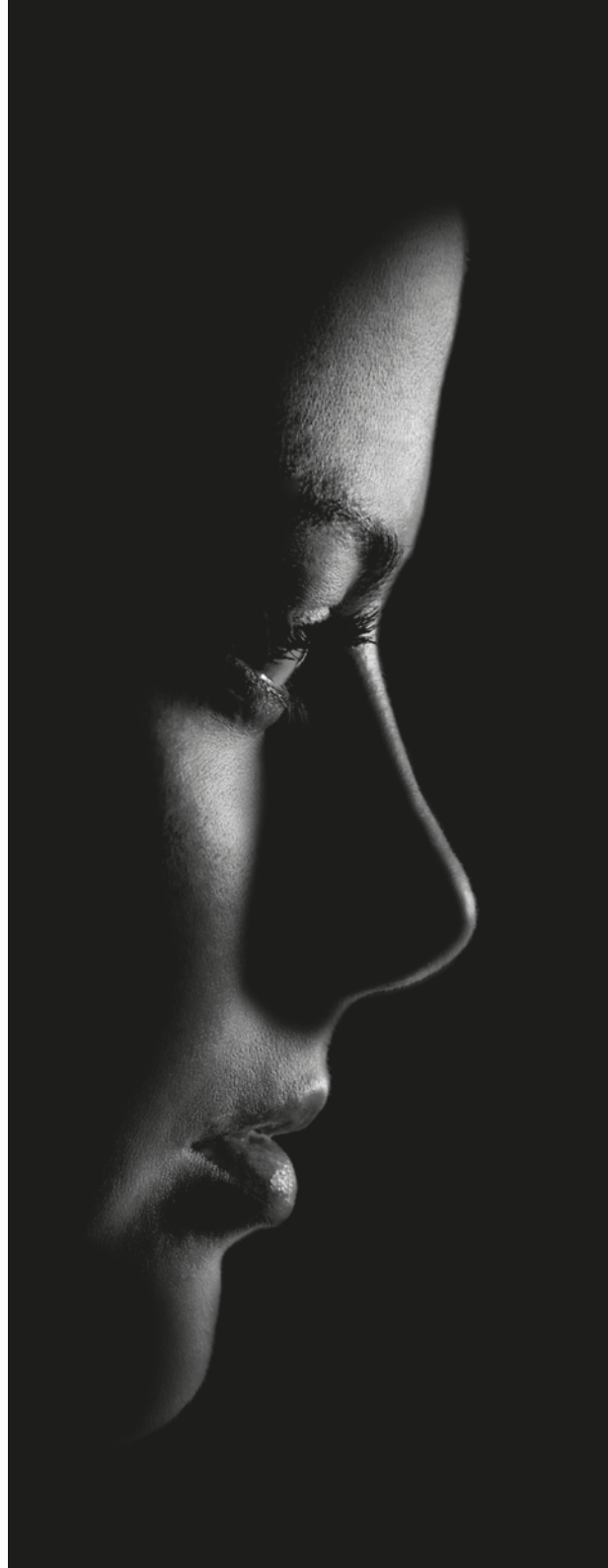
Cosa fare per farlo funzionare?

I nostri consigli per voi



NOI

L'emergenza sanitaria che stiamo vivendo ha imposto di chiudere tutte le attività ritenute non indispensabili e il vostro lavoro di Estetista è stato il primo ad essere sospeso.



Come Beatech, ci siamo da subito attivati per non perdere il contatto con Voi amiche clienti, perché del nostro lavoro poco riteniamo non indispensabile.

Con noi tantissime donne e uomini sono confinati in casa. Siamo fortemente convinti che le opportunità, che si nascondono dietro ogni grande crisi, siano nella narrazione dei fatti e nella loro interpretazione.

Come azienda abbiamo cercato "un modo di fare", non di tamponare. Per questo la produzione si sta dedicando ai gel igienizzanti mani, agli spray igienizzanti per le superfici e alle mascherine in tessuto Emanate.

Voi come Centri Estetici, però, avete la possibilità di continuare a mantenere una relazione con la vostra clientela e questo potete farlo col nostro sostegno e grazie all'iniziativa Beautech Prime, ovvero la possibilità di creare l'E-COMMERCE del vostro centro estetico.

In questo momento molte donne non hanno idea di come prendersi cura di sé stesse anche a casa.

Si sentono e leggono sul web battute ironiche tutti i giorni di come saranno le donne post clausura: ricoperte di peli e con la ricrescita. Questo momento è l'occasione per avvicinarvi alla vostra clientela.

Vi proponiamo di fare un censimento dei vostri contatti, di fare una prima chiamata ai/clienti manifestando la propria presenza anche se lontani fisicamente (caso mai approfittando della Pasqua) e vedere se tra i vostri prodotti ne esistono alcuni che richiedono spiegazioni video per l'utilizzo.

Sulle vostre pagine social provate a rimanere attive e propositive, utilizziamo l'ironia e la "capacità di fare il bello" come ci insegna il nostro lavoro.

Il tuo Centro Estetico ha compiuto il grande passo: aggiungere ai canali commerciali tradizionali anche quello online.

Bene, ora hai il tuo E-Commerce.

**NOI CI SIAMO...
ORA TOCCA A TE!**

VOI

Gli ordini non arrivano da soli

Basterà che tu ti sieda ad aspettare che gli ordini arrivino spontaneamente?

Magari fosse così semplice...

Il tuo portale di E-Commerce è come una bellissima auto che, però, ha bisogno del giusto carburante per correre e raggiungere la propria destinazione: questo carburante è **la promozione e la comunicazione.**

Abbiamo elaborato questo Vademecum che suggerisce tecniche per pubblicizzare il tuo sito E-Commerce.

Se anche tu, come pensiamo, stavi aspettando delle indicazioni in questo senso, nelle righe che seguono troverai sicuramente uno o più metodi che fanno al caso tuo. Sentiti quindi libera di leggerli tutti oppure di saltare direttamente ai paragrafi che ti sembrano più interessanti.

Ricorda inoltre che, per qualunque chiarimento o ulteriore dettaglio, puoi sempre contattare il tuo consulente di zona che ti fornirà ulteriori consigli.

Buona lettura!

1. Essere consapevoli di cosa significa avere una strategia di marketing online

Il marketing online è quella tipologia di pubblicità che prevede la creazione e condivisione di contenuti al fine di acquisire e fidelizzare clienti.

- Qualsiasi cosa tu faccia nella rete, Internet è formato interamente da contenuti. Quindi, per **pubblicizzare online con successo c'è bisogno di contenuti**. La creazione di contenuti online (come blog, video, immagini, GIF, info grafiche) non servono per vendere direttamente ma attira il pubblico di destinazione, informa i potenziali clienti sui prodotti e aumenta la consapevolezza del tuo Istituto e dei tuoi prodotti.
- Non significa soltanto scrivere dei post, ma si tratta di un qualsiasi contenuto online destinato ad istruire ed informare il tuo cliente. Creando e pubblicando contenuti originali ci si assicura che il pubblico riceva tutte le informazioni di cui necessita ed è importante che queste arrivino in modo costante (TUTTI I GIORNI).
- Tutti i contenuti pubblicati devono essere interessanti, pertinenti ed unici per coinvolgere il maggior numero possibile di persone, di tutte le età e sesso.
- La creazione di contenuti originali e di alta qualità permetterà di raggiungere il successo perché farà sì che i clienti abbiano voglia di interagire con te, acquistare dal tuo Shop Online e mantenere un seguito. La chiave è essere originali e creativi. In questo modo si mostra un'immagine convincente e si lascia un segno nella mente del cliente.



! RICORDA:

Puoi scaricare tantissimo materiale presso l'**Area Clienti** del nostro sito www.beautech.it, inserendo il tuo codice cliente (che trovi su tutte le fatture o DDT) e la tua Partita IVA come password.

Se non sei cliente diretta, ma di un distributore, puoi semplicemente richiedere di registrarti, compilare i tuoi dati e per mail ti arriveranno codice e password per poter accedere all'Area Clienti.

Basta farlo una volta sola!

Da qui, puoi scaricare tutto il materiale necessario ed utile per creare i tuoi contenuti, come materiale Marketing, immagini dei prodotti, schede tecniche di ogni singola linea cosmetica, video e tutorial.



**PROMUOVERSI E
COMUNICARE**

2. Whatsapp Marketing

WhatsApp non è solo l'app di messaggistica più popolare al mondo, è anche uno strumento di marketing capace di connettere le aziende ai clienti, in grado di generare risultati impressionanti. Non è facile come potresti pensare, ma è anche vero che vale la pena fare un tentativo, viste le enormi potenzialità. Attraverso WhatsApp, sarai in grado di offrire un servizio clienti in tempo reale. WhatsApp ha molteplici funzionalità, come la chat e le chiamate vocali o video, che puoi utilizzare per supportare i tuoi clienti. Ciò non solo ha il vantaggio di migliorare il servizio clienti, ma garantisce anche che tu sia in grado di fornire un trattamento diretto e personalizzato a chi ti contatta, e non è poco, ti assicuro.

→ Comunica il tuo numero Whatsapp ovunque ti è possibile (Facebook, Instagram, Sito, Post)

→ Usa lo **stato di WhatsApp** per raggiungere un vasto pubblico. Lo stato di WhatsApp è la versione del popolare formato Stories (ormai presente in ogni singolo social). Se non stai utilizzando lo stato di WhatsApp per comunicare con i tuoi contatti, perdi uno dei canali più grandi disponibili oggi in rete. Per fare una Storia su WhatsApp e aggiungere uno Stato devi semplicemente aprire l'App e premere in basso a sinistra sezione **Stato**, dove dovresti visualizzare gli Aggiornamenti recenti e, sopra, la voce **Il mio stato**. In questa schermata, puoi avviare la creazione delle Storie su WhatsApp. Per fare ciò, devi premere il pulsante **Aggiungi Stato**. Così facendo, partirà la **Fotocamera** del tuo dispositivo. Puoi scattare una foto toccando il tasto centrale, puoi registrare un video tenendo premuto il pulsante centrale oppure, puoi aggiungere **una foto, un video o una GIF** sfruttando la galleria o il Rullino. Per sceglierli, scorri con il dito e tocca l'anteprima che appare sopra il tasto centrale della fotocamera. Scelto il contenuto, puoi modificarlo aggiungendo **emoticon, scritte a mano libera e testi**. Effettua le personalizzazioni, aggiungi un commento e premi **Invia**. L'immagine, la GIF o il video, andrà in coda e verrà apposto il tag Condiviso, affiancato dal simbolo orologio. Non appena verrà concluso l'upload, visualizzerai data e ora d'invio.

Ma quale tipo di contenuto dovresti pubblicare?

Racconta storie divertenti e umane sulla vita di un'estetista a casa o quanto ti manca il tuo lavoro o l'iniziativa Beautech Prime a cui stai partecipando. Pensa a questo canale come una continuazione della tua strategia di marketing sui social, come Facebook e Instagram. Un altro modo è utilizzare il tuo stato in modo più "promozionale". Ad esempio, prova a pubblicare immagini o video che evidenziano promozioni flash.

⚠️ RICORDA:

Gli aggiornamenti allo stato hanno un limite di tempo, ossia 24 ore. Dopo una giornata, quindi, gli Stati scaduti verranno rimossi dal sistema automaticamente, quindi ogni giorno ne dovresti fare uno!





→ Quando scrivi un messaggio su Whatsapp, ricorda che puoi inviare **GIF, immagini e video** insieme al tuo messaggio testuale. Questo può rendere il tuo messaggio più attraente per i/le clienti che leggono. Puoi anche scegliere di aggiungere emoticon al tuo messaggio per aggiungere un tocco creativo. Assicurati di scrivere tutto ciò che vuoi trasmettere in un singolo messaggio, suddiviso in modo ordinato in più paragrafi in modo che sia più facile da leggere. Cerca di mantenere i tuoi contenuti brevi e interessanti. Parla come se stessi chattando ad una persona (in realtà è proprio così) ed evita il più possibile i messaggi formali. Se possibile, usa il "tu", anche se stai inviando messaggi broadcast!

! RICORDA:

Come primo approccio, contatta i/le clienti dell'Istituto chiedendo se hanno bisogno, per loro e per i loro cari, di mascherine protezione individuale, gel igienizzanti mani o creme mani e spiega a loro che hai attivato l'e-commerce! Consenti ai/alle clienti di contattarti privatamente per discutere di qualsiasi cosa sui prodotti che proponi. Ad esempio, puoi offrire loro consigli su come prendersi cura di sé stesse durante questo periodo, ascolta le loro preoccupazioni, condividi suggerimenti, fatti inviare una foto del loro viso per poter fare una consulenza personalizzata. Fai chiamate Whatsapp Video per controllare come sta la loro pelle e fare qualche chiacchiera. WhatsApp, ancor più che gli altri social media, non nasce per vendere: quella è una **conseguenza delle tue azioni!**



→ **Crea una lista broadcast su Whatsapp:** ti permette di inviare lo stesso messaggio a più utenti senza dover creare un gruppo. Basta creare una lista su WhatsApp contenente i contatti a cui spedire il messaggio e verrà recapitato a tutti gli utenti singolarmente. Quando si invia un messaggio broadcast viene recapitato come se fosse una chat singola e non un gruppo. **messaggio.** Per prima cosa bisogna entrare all'interno di WhatsApp e premere sull'icona con tre puntini verticali in alto a destra e poi su "Nuovo broadcast". Si aprirà una lista con tutti i contatti salvati sullo smartphone e si dovrà selezionare quelli a cui inviare il messaggio broadcast. Completato questo passaggio si dovrà premere sull'icona di colore verde in basso a destra e verrà creata una chat broadcast nella quale scrivere il messaggio da inviare.

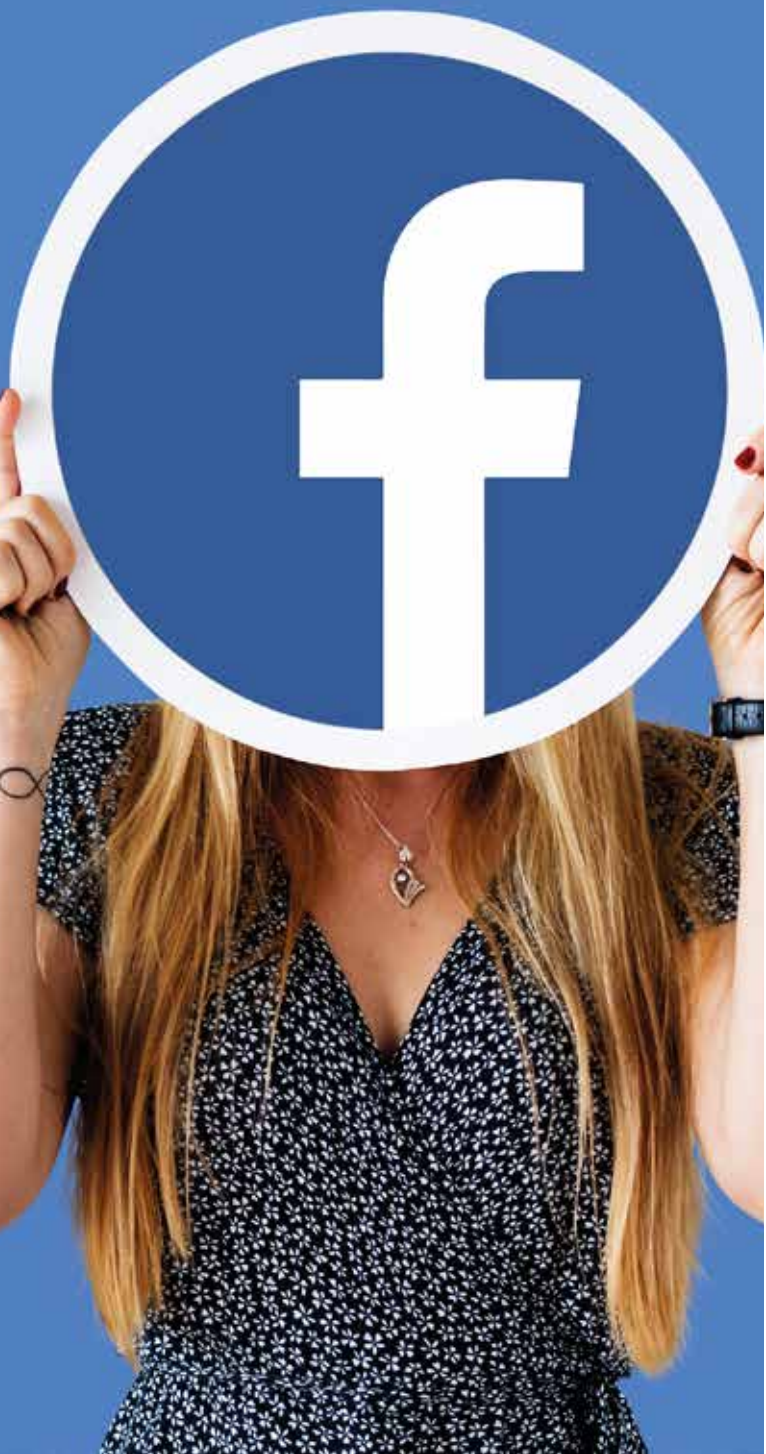
Una volta creata la lista broadcast, basterà entrare all'interno della chat dedicata, scrivere il testo del messaggio e inviarlo come si fa normalmente nelle conversazioni WhatsApp con i propri amici. Gli utenti inseriti nella lista broadcast riceveranno il messaggio singolarmente e la risposta apparirà nella propria schermata della Chat come se fosse un normale messaggio individuale. Se si invia un messaggio broadcast, è necessario che gli utenti inseriti nella lista abbiano il proprio numero salvato in rubrica altrimenti non lo riceveranno.

3. Sfrutta Facebook

Uno dei metodi più semplici, immediati ed economici per pubblicizzare il tuo E-Commerce è sfruttare **il potere di Facebook**. Questo strumento mette a tua disposizione due meccanismi differenti, ossia il tuo **profilo personale** (es. Maria Rossi) e la tua **pagina aziendale** di Facebook (es. Centro estetico Venere): il nostro consiglio è di agire su entrambi.

Se non hai ancora provveduto a fare la tua pagina aziendale, questo è il momento giusto ed invita tutte le tue clienti ed amici a mettere “Mi Piace” alla tua pagina. La chiave per ottenere il massimo da questo canale è di calibrare gli intenti commerciali con attenzione.

- Sul web la comunicazione è meno istituzionale e più informale. Il cliente o potenziale tale è a portata di click e quindi ogni messaggio diventa più rapido e veloce, immediato. Ecco perché sui social media, quello che dici non si deve limitare solo ad una mera presentazione dei prodotti che vendi, ma deve essere qualcosa in più. Quel “più” deve essere in grado di **dare un valore aggiunto al tuo prodotto**, una “chicca” che sai solo tu.
Ad esempio trasmettere ai/alle clienti la cura e la passione del tuo lavoro, quanto ti manca fare massaggi, trattamenti, parlare della tua Beauty Routine con cui le persone possono identificarsi. In breve, i social ti permettono di raccontare “il tuo valore aggiunto”. Cosa hai tu che i tuoi concorrenti non hanno? Perché le persone dovrebbero ricordarsi di te e non degli altri?
- Alterna i post che pubblicizzano i prodotti con contenuti di altra natura, ad esempio curiosità o altro ma sempre pertinenti al mondo del Beauty e del Benessere. .
- Sulla tua pagina aziendale, pubblica anche aggiornamenti su tematiche pertinenti, fai informazione e formazione ma non direttamente correlate alla vendita. In questo modo potrai incentivare l’instaurazione di un legame più forte tra le tue clienti e il tuo Centro Estetico.



-
- Assicurati di non pubblicare lo stesso contenuto sia sul tuo profilo personale che sulla tua pagina aziendale; aggiorna entrambi di frequente e cerca di intrattenere dei rapporti autentici con le clienti, moderando e rispondendo ad ogni commento e magari sfruttando anche i messaggi privati.
 - Inoltre, ti consigliamo di pubblicizzare il tuo E-Commerce attraverso i **video**, i quali ti offrono più di un vantaggio. In primo luogo, è chiaro a tutti il potere che immagini in movimento e audio assieme possono avere per promuovere un prodotto. In generale, i contenuti che funzionano di più su sono quelli **educativi** (come ti detergi la pelle? Fai le mosse giuste? Hai discromie cutanee?), i **tutorial** o le **dimostrazioni** che spiegano come risolvere un problema o forniscono istruzioni operative (fatevi un video di come si applicano le creme o di come si fa uno scrub). Non date mai per scontato, ad esempio, la maggior parte delle persone non sanno come si fa una corretta detersione e non conosce l'importanza dell'utilizzo del tonico.

! RICORDA:

Sulla pagina ufficiale Facebook di **Beautech Cosmetici**, nella categoria **“Post”** e nella categoria **“Video”** troverai post e video di vario genere, tra cui quelli informativi da cui puoi prendere spunto! Potrai condividere i nostri Post e i nostri Video, oppure copiarne i testi oppure copiare il modo in cui sono stati fatti i video Live dalle nostre Beauty.



→ Preparati per fare **le live sulla tua pagina Facebook** o sul tuo profilo. Clicca sul riquadro con su scritto **A cosa stai pensando?** situato in alto e, nella schermata che si apre, scorrendo troverai la voce **Video in diretta**. Premi Video in diretta.

Puoi dare inizio alla tua live su Facebook: compila, quindi, il campo **Tocca per aggiungere una descrizione...**, digitando una breve descrizione riguardante ciò che stai per trasmettere.

Scegli se utilizzare la fotocamera frontale oppure quella posteriore del tuo dispositivo, cliccando sul bottone raffigurante le **due frecce dentro la macchina fotografica** che trovi collocato in alto a sinistra e poi premi sul pulsante blu **Inizia un video in diretta** che trovi collocato in basso.

A diretta avviata, puoi divertirti inquadrando ciò che desideri e puoi parlare e commentare quello che visualizzi o quello che vuoi comunicare a chi ti sta guardando.

Nella parte bassa del display puoi invece visualizzare i nomi degli utenti che hanno preso parte alla tua sessione live e i loro commenti, in modo tale da poter rispondere alle loro domande o salutarli in diretta!

Quando desideri interrompere la diretta, pigia sul bottone **Termina** collocato in basso a destra. Fatto ciò, lo streaming verrà interrotto ed il tuo filmato verrà elaborato dopodiché puoi scegliere se pubblicare il video sul tuo profilo o sulla tua pagina. Se decidi di pubblicare il filmato precedentemente trasmesso in diretta sul tuo profilo o sulla tua pagina, in modo da renderlo sempre e comunque visibile anche in un secondo momento, pigia sul bottone **Condividi** che trovi in basso a destra nella nuova schermata che ti viene mostrata.



4. Diverti le tue clienti con Instagram

Il senso dell'attività su Instagram è pubblicare delle foto che possano generare una reazione positiva e magari anche virale negli utenti: non per niente Instagram è famoso perché fa Social Marketing con le immagini.

- La cosa peggiore che puoi fare come commerciante online è caricare su Instagram centinaia di foto prodotto a sfondo bianco e sperare che portino un sacco di traffico al tuo sito/E-Commerce. Dovete fare foto "artistiche", contestualizzare i prodotti in un set che possa generare sorpresa e divertimento. Serve investire una giusta dose di inventiva e di **creatività**. Non avere paura, osa!
- Fai un uso intelligente degli **hashtag**, con un misto di termini generici e specifici (taggare un'azienda come Beutech, ad esempio, potrà darti sicuramente più visibilità).
- Tieni inoltre presente che Instagram ti permette di aggiungere nella tua biografia il **link** del tuo sito e della landing page E-Commerce, andando sul tuo profilo Instagram, premendo il tasto "Modifica il profilo" e nel campo "Sito web" inserire il proprio link, infine salvare cliccando "Fine" in alto a destra!
- Crea più volte al giorno **Stories su Instagram**. Clicca su "la tua storia" (Icona con la tua immagine in alto a sinistra). A questo punto, puoi creare storie (contenuti di pochi secondi) con foto, video e sondaggi su quello che intendi promuovere. Utilizza i filtri trovi nella parte bassa dello schermo per personalizzare e rendere più divertenti le tue Instagram Stories.



⚠️ RICORDA:

Le Stories hanno un limite di tempo, ossia **24 ore**. Dopo una giornata, quindi, le Stories scadute verranno rimossi dal sistema automaticamente, quindi ogni giorno ne dovresti fare uno! Puoi comunque salvare la tua storia sul Rullino: una volta terminata la tua ripresa live, clicca “termina adesso”, successivamente con la freccia in alto a sinistra salvi sul Rullino ed infine cliccare “Condividi” nella storia.



DIVERTITI LE TUE CLIENTI CON INSTAGRAM

5. Domande e risposte estetista/cliente

La comunicazione sul web deve essere veloce ed attenta nei confronti dell'utente. Più si sarà veloci a rispondere, più il contatto e la fidelizzazione avranno un riscontro positivo.

- I social media e Whatsapp sono a portata di mano per qualsiasi dubbio o problematica che può insorgere nell'utilizzo del tuo E-Commerce, durante una transazione, o in una consegna, un dubbio su un prodotto cosmetico che hai pubblicizzato, per una consulenza. Le domande e le risposte sono visibili a tutti sulla pagina aziendale, rendendo la comunicazione Istituto-Cliente trasparente e affidabile per tutti quelli che leggono. Da una parte, quindi, puoi risolvere i problemi dei tuoi clienti in modo immediato offrendo un servizio aggiuntivo, dall'altro, invece, fidelizzi nuovi clienti.
- È fondamentale, quindi, prenderti cura dei tuoi visitatori ascoltandoli e rispondendo ai loro messaggi (ovunque e con qualsiasi mezzo i loro segnali arrivino). Quando si scrive un messaggio di risposta o una comunicazione tramite web, non c'è la gestualità o movimenti del corpo e del viso che aiutano la vendita, ma questo non vuol dire che nel commercio elettronico non si possa essere empatici e attenti al cliente.
- Quasi ogni contenuto che crei (dal post al video che presenta il tuo prodotto) può generare commenti. Mostra alla tua community che non solo leggi i commenti, ma li apprezzi. A volte la risposta sarà un semplice grazie. Spesso dovrai rispondere in maniera più estesa a una richiesta o un'osservazione. In entrambi i casi rileggi la risposta prima di pubblicarla. Soprattutto rispondi sempre!

⚠ RICORDA:

È necessario rispondere quasi immediatamente ai messaggi che ti arrivano, non aspettare il giorno successivo!

Inoltre rispondete sempre alle richieste con

il nome della persona

(es. “Buongiorno, buonasera Maria”)

e aggiungere qualche

Emoticon (ovvero le faccine sorridenti, ecc...)

aiuta ad essere più empatici.

**COME LANCIARE SUL MERCATO
IL TUO E-COMMERCE?**



6. Ulteriori consigli

- Nel tuo paese o nella tua città **potresti trovare il cliente perfetto**. Non si è ancora messo in contatto con te e forse neppure ti conosce, né sa che esisti, ma magari è alla ricerca, ad esempio, di mascherine protettive o gel igienizzanti, e guarda caso tu hai la possibilità di aiutarlo! Hai pensato a tutti i commercianti come gelaterie, pasticcerie, ristoranti che consegnano a domicilio e che sono sprovvisti di protezione? Sii diretto e renditi utile, ma non cercare di vendere a tutti i costi. L'approccio deve essere morbido. Comunica a quella persona che hai saputo che cerca protezioni individuali vista l'emergenza sanitaria e che tu puoi fare al caso suo. Poi digli come mettersi in contatto con te se desidera maggiori informazioni. L'avrai portato lungo la strada che conduce a te. Ora la mossa spetta a lui!
- Facebook e le altre piattaforme ti permettono di far conoscere in breve tempo ad un pubblico mirato e interessato tutti i tuoi prodotti e le **promozioni del tuo E-Commerce**. Una promozione, uno sconto, un piccolo premio aiutano sempre l'acquisto e invogliano il cliente a comprare. L'idea di fare un grande affare piace a tutti e se l'offerta è limitata nel tempo, allora subentra anche la paura di perdersela!

! RICORDA:

Abbiamo messo a disposizione un Coupon promozionale che ha l'obiettivo di incentivare le clienti ad acquistare nuovamente o per la prima volta presso il tuo Shop Online.

7. Ottieni testimonianze per i tuoi prodotti

Il business E-Commerce tiene conto anche delle recensioni che vengono fatte dei prodotti.

Le testimonianze sono un megafono per la pubblicità del tuo E-Commerce: non solo ne parlano, ma sono voci **spontanee**, che comunicano ai/clienti **un'opinione autentica e non un messaggio promozionale**. Ottenere e diffondere testimonianze può aumentare la credibilità del tuo Istituto e di te stessa come professionista e la relativa affidabilità. È inoltre una parte importante di un'antica e collaudata strategia di marketing: il **passa-parola**.

→ Crei una lista segnandoti (dove preferisci) il Nome, Cognome, Mail, data di effettuato ordine ed eventuale recapito telefonico della persona che ha effettuato un acquisto presso il tuo Shop Online. Contattali dopo una settimana dalla effettuata consegna, con un **messaggio breve**, mostrandoti interessata nel cercare di sapere come si sta trovando con i prodotti cosmetici e pubblica l'eventuale riscontro positivo.



**COME LANCIARE SUL MERCATO
IL TUO E-COMMERCE?**



BUON LAVORO!