



SWISS WEB
STUDIO

PLANEMA

CORRETTA STRATEGIA = SUCCESSO

Strumenti di analisi e di marketing progettati per raggiungere il successo con il tuo istituto di bellezza

AGENDA & BOOKING ONLINE

L'AGENDA INTELLIGENTE che organizza gli appuntamenti del salone!

Il cliente potrà **prenotare** dal proprio **Smartphone, Tablet o Pc** anche senza chiamare in Salone.

23/09/2023 Venerdì			
Fabio	Eduardo	Michela	Nicolò
MARCO TAGLIO SHAMPOO UOMO	MANUELA TAGLIO DONNA		
GIACOMO TAGLIO SHAMPOO UOMO	ROMINA RITUEL BAY	MANUELA ASCIUGATURA NATURALE	
	ROMINA BRUSHING SPECIALE	MADDALENA COLOR BASIC	
	MADDALENA ORIBE SHAMPOO	Pausa	
MADDALENA TAGLIO DONNA		SAMANTA IDRATAZIONE PIEDI	
MADDALENA BRUSHING + PIASTRA		SAMANTA MASSAGGIO PIEDI	

IL CLIENTE

- Sceglie tra i servizi proposti dal Salone
- Sceglie l'operatore
- Sceglie data e ora tra quelle disponibili del Salone
- Invia la prenotazione

IL SALONE

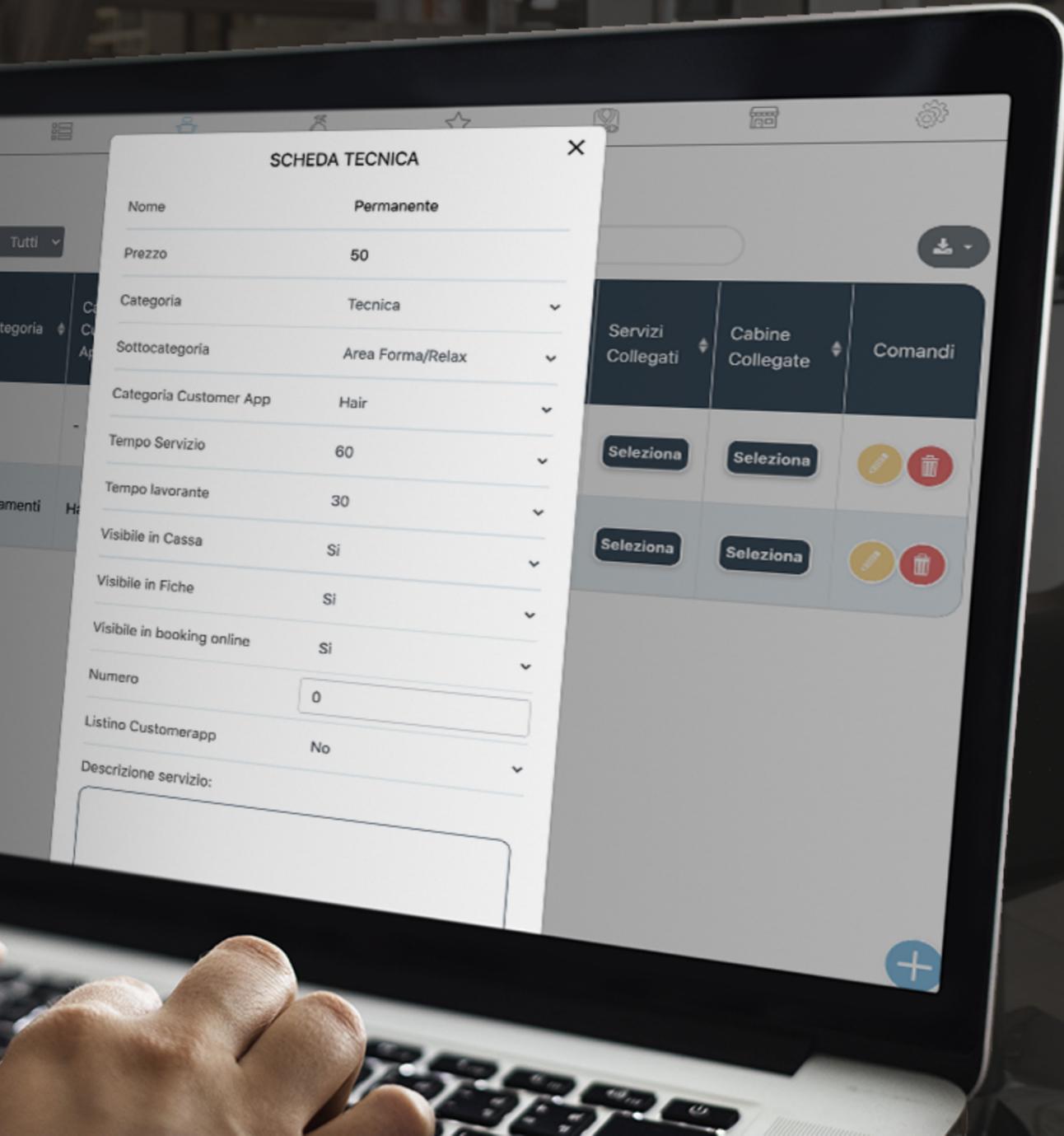
- Crea i servizi da proporre ai clienti
- Decide la priorità con cui vengono effettuati i servizi
- Imposta la durata, i tempi di posa e gli operatori addetti a tali servizi

PROVA IL BOOKING!

Inquadra il **qr code** dal tuo smartphone e **scopri** come funziona la **prenotazione** online.



L'IMPORTANZA DELL'INSERIMENTO DEI DATI



CLIENTE

- Nome
- Cognome
- Sesso
- Numero di telefono
- Email
- Anamnesi

COLLABORATORI

- Nome e Cognome
- Numero di telefono
- Email
- Categoria
- Codice di accesso
- Turni

SERVIZI

- Nome e prezzo del servizio
- Collegamento con categoria e sottocategoria
- Tempi del servizio e Tempi del lavorante
- Visibilità e priorità per il Booking Online
- Operatore addetto al servizio



INFO necessarie per conoscere il cliente, per un marketing mirato, proposta intelligente ed automatizzata dei servizi, monitoraggio dello staff.

CASSA & GESTIONE CLIENTE

Un'unica pagina per velocizzare l'**emissione** dello **scontrino fiscale**. **Riconosce** il **cliente** all'ingresso aiutando nella corretta **proposta** di **Servizi e Prodotti**.

Collegamento con le principali marche produttrici di **Registratori di Cassa Telematici**

RUBRICA CLIENTI

Registrazione dei **dati** personali come il **numero** di telefono e la **mail** per **fidelizzazione** e **marketing**

NOTE TECNICHE

Una dettagliata **scheda tecnica** per avere **un'anamnesi** completa del cliente. **Prodotti** e **strumenti** utilizzati, **tipologia** di **capello** e step effettuati

STORICO

Lo **storico** del **cliente**, con tutte le **ricevute**, **insoluti** e **info importanti**

PROMOZIONI

Riconosce, crea ed assegna **Promozioni, Gift card** ed **Abbonamenti** ai Clienti



Chiusura cassa giornaliera e controllo del fondo cassa

INTEGRAZIONE LISTINI AZIENDALI CON TUTTI I SALONI

Collegamento diretto tra
Azienda e Salone
per la **gestione automatizzata**
del magazzino

**MAGAZZINO E LISTINI
PRODOTTI SEMPRE
AGGIORNATI**



Gestire alla perfezione il
proprio **magazzino**
imparando a conoscere
la **marginalità** sui
servizi e sulle **vendite**



CREAZIONE E GESTIONE DELLE SPESE

Per prendere decisioni **informate** e mantenere il business **redditizio** e **sostenibile** è importante:

Monitorare, registrare e **analizzare** tutte le **spese** dell'istituto di bellezza e tenere traccia dei **costi** operativi e sottocontrollo le **uscite/entrate** finanziarie



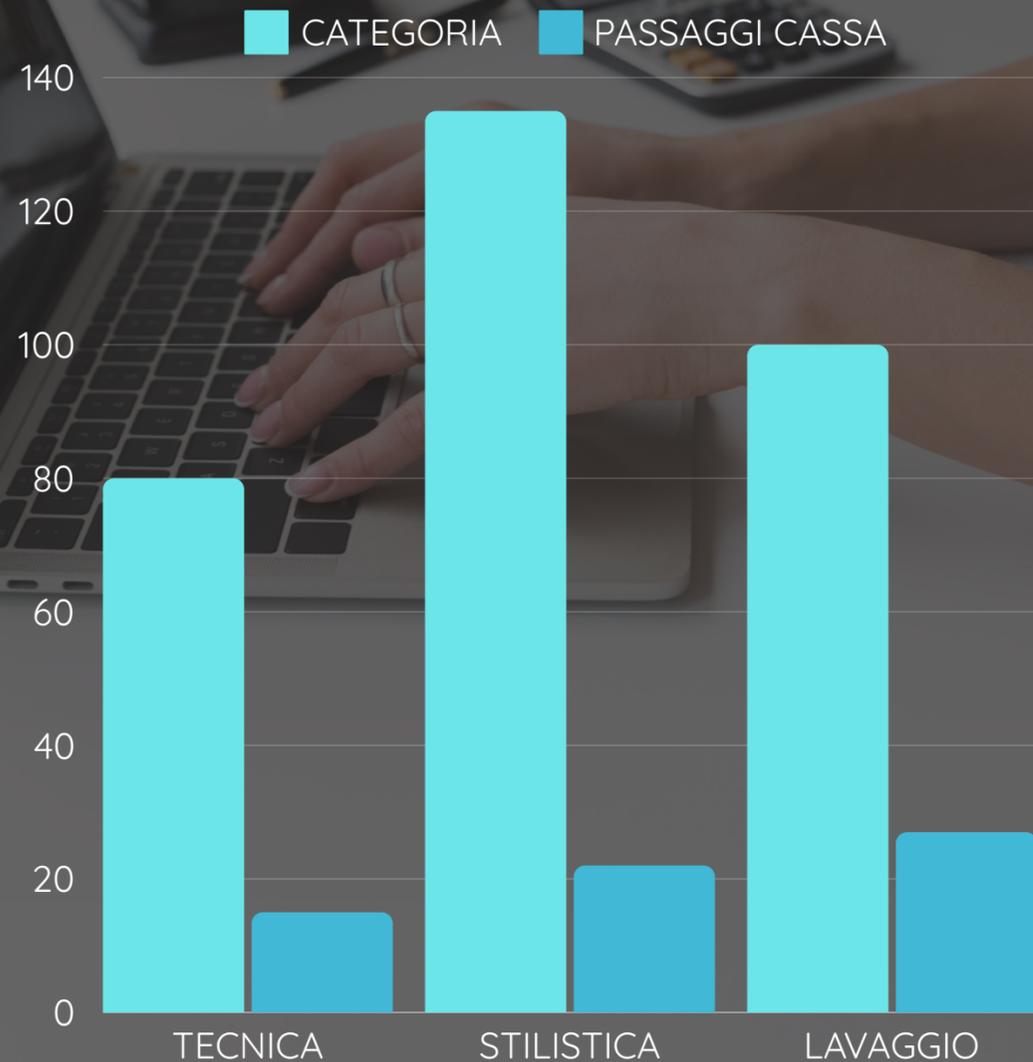
Creazione di **categorie** e **sottocategorie** di **spesa** ES. Categoria "imposte e tasse", sottocategoria "Iva" "inps" o categoria "fornitori", sottocategoria "Alfaparf"

AGGIUNGI SPESE

TIPOLOGIA	N° FATT				
Uscite	1020				
TEST	DATA FATT				
No	05/06/2024				
CATEGORIA	RISORSA				
Acquisto Prodotti	Banca				
FORNITORE/SOTTOCATEGORIA	IMPORTO SPESA				
Fornitori	500.00				
CERCA SOTTOCATEGORIA	NOTA				
ALFAPARF	Nota				
12/06/2024	250.00			12/06/2024	
19/06/2024	250.00			19/06/2024	



ANALISI DELLE ENTRATE



Conoscendo il **Cliente**, da quale **collaboratore** è stato servito e su quali **servizi** e quanto ha **speso**,

ABBIAMO TUTTO QUELLO CHE CI SERVE PER ANALIZZARE LE ENTRATE

- Media fiche e marginalità
- Abitudini di consumo delle Clienti
- Chi spende di più e chi meno
- La frequenza
- Che tipo di servizi svolgono e quali no
- Chi sono i clienti nuovi
- Quanti quelli che fidelizziamo
- Chi sono i clienti che non frequentano più il salone
- Incasso del salone
- Percentuali di incasso sui vari settori della vostra attività
- % di rivendita
- Produzione e produttività dei nostri collaboratori

Conoscendo bene tutte le **entrate** bisogna anche **concentrarsi** sulle **uscite**.

Inserendo **giornalmente** le nostre **spese** e gestendo la “**Cassa evoluta**” avremo una situazione perfetta della nostra attività.

- **Spese** legate ad ogni **settore** dell'attività. Per esempio **SPESE** in un determinato **periodo** in **formazione**, spese per il **lavoro**, **pulizie**, **imposte**
- Monitorare il **fondo cassa** con la certezza che **in cassa non manchi mai neanche un euro**.
- Lavorare sulla “**Marginalità**”

ANALISI DELLE USCITE



LA MARGINALITA'

Molti Istituti di Bellezza conoscono la “**media Fiche**” ma quasi nessuno conosce la “**Marginalità**” che solo un **software gestionale** ci potrà fornire

$\text{Incasso/passaggi cassa} = \text{media fiche}$

$\text{Spese/Passaggi cassa} = \text{costo medio a passaggio cassa}$

$\text{Marginalità} = \text{media fiche} - \text{costo passaggio cassa in \%}$

Questo valore che si deve calcolare sul netto dell'incasso e delle spese (**importante ricordarsi che il 22% è l'iva da versare allo Stato**) non deve mai essere **inferiore** al **25%**.

Da qui tutte le considerazioni che bisognerà fare su:

- Listino prezzi adeguato
- Massificazioni dei profitti
- Gestione oculata delle spese

Cosa deve fare un parrucchiere
evoluto per immaginare un futuro
differente rispetto ai propri competitor?



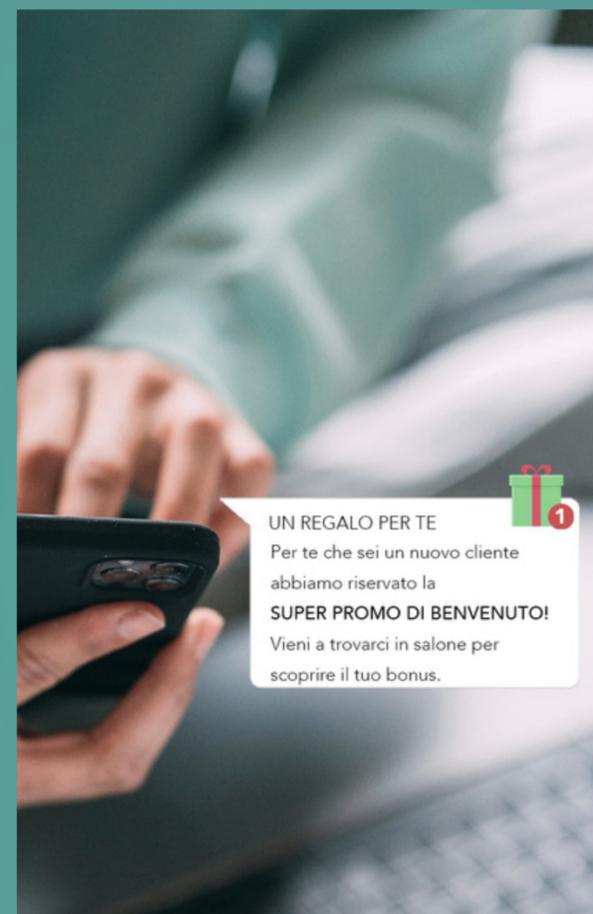
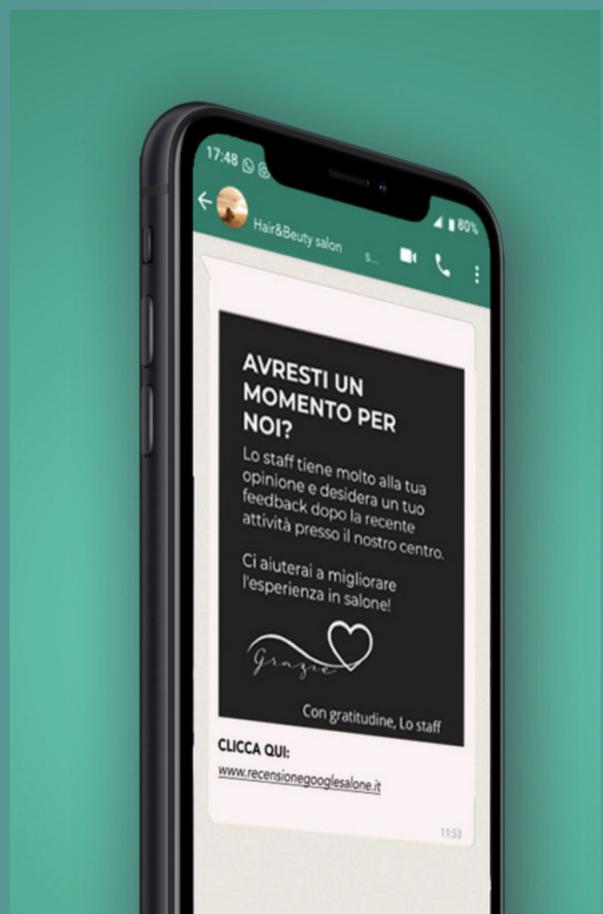
COMUNICAZIONE E MARKETING!

- Avere un **Sito Internet** che sia **interattivo** con il **Software**
- Gestire con pazienza e cura l'attività di **SEO** registrando le **parole chiave**
- Stabilire un piccolo **budget mensile** da dedicare a **Google** per **sponsorizzarlo**
- Avere una pagina interattiva e sempre aggiornata su **Facebook, Instagram, Tik Tok. Pubblicare** costantemente immagini del Salone, **iniziative, lavori** su Tagli e Colorazioni, immagini moda e **collezioni** da richiedere al rappresentante Alfaparf.
- Periodicamente **sponsorizzare** i **post** migliori



UN BUON SITO WEB E I SOCIAL
AGGIORNATI GARANTISCONO
FIDELIZZAZIONE E NUOVI CLIENTI

INTEGRAZIONE WHATSAPP



L'IDEA IN PIU'
Esporre una locandina in salone con il **qr code** che rimandi alla pagina **google** del salone

PROVA LA RECENSIONE GOOGLE

Inquadra il **qr code** dal tuo smartphone e **scopri** come scrivere una recensione



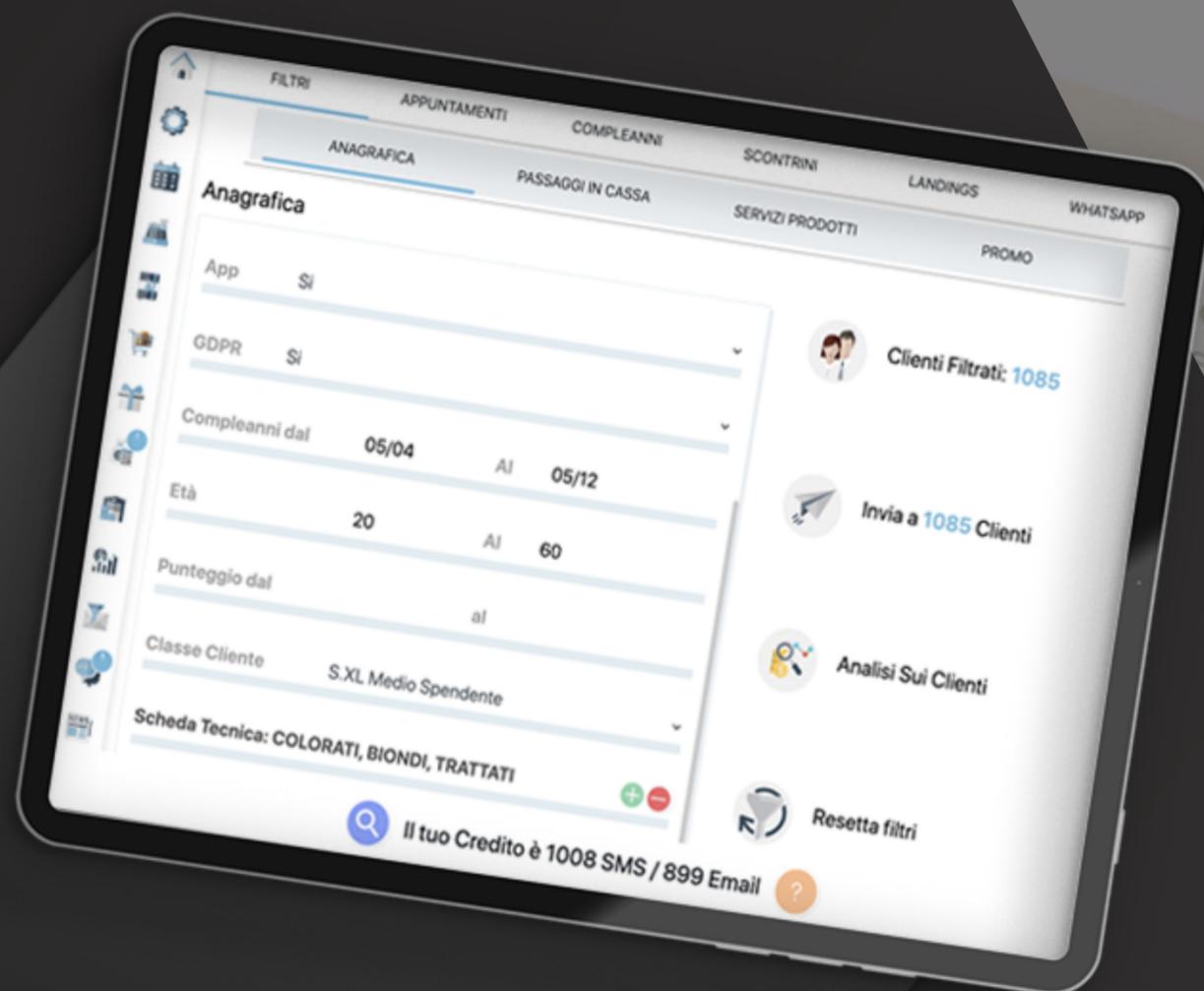
- Messaggio di conferma prenotazione
- Reminder appuntamento
- Messaggio di ringraziamento post scontrino e recensione google
- Promo nuove clienti
- Certificazione privacy
- Scontrino digitale

 Per il servizio WhatsApp è necessario avere un account di WhatsApp Business e sottoscrivere un abbonamento

MARKETING 3.0 CON INTEGRAZIONI LANDING PAGE

Il Marketing Strategico è un processo di pianificazione mirato a sviluppare un vantaggio competitivo.

Per poter **agire** nel modo più **efficace**, viene fatta un'accurata **lettura** dei **dati** del **salone** e in base alle **analisi reportistiche** e alle **abitudini di consumo dei clienti** si crea la **strategia di marketing ideale**



PANNELLO CREAZIONE LANDING

L'impatto grafico e visivo di una landing page **cattura l'interesse** del consumatore e assicura un contatto più immediato e produttivo

PROVA LA LANDING PAGE

Inquadra il **qr code** dal tuo smartphone e **Scopri** l'efficacia di una **promozione** in versione **Landing Page**



COME USARE LE LANDING PAGE

La **landing page** permette di **stupire** il consumatore e se utilizzata nel modo più corretto è un **eccezionale strumento** di condivisione **promozionale**.

Si può copiare lo smart link creato dal pannello landing e utilizzarlo:

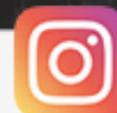
- FACEBOOK
- INSTAGRAM
- SITO WEB DELL'ISTITUTO DI BELLEZZA
- SU WHATSAPP



SUPER PROMO PER TE
Abbiamo il piacere di invitarti in salone a scoprire il nostro trattamento TOP!
PRENOTA: <https://wwwp/3apkZ1>
Scarica l'app per uno sconto ulteriore!



SUPER PROMO PER TE
Abbiamo il piacere di invitarti in salone a scoprire il nostro trattamento TOP!
PRENOTA: <https://wwwp/3apkZ1>
Scarica l'app per uno sconto ulteriore!



SUPER PROMO PER TE
Abbiamo il piacere di invitarti in salone a scoprire il nostro trattamento TOP!
PRENOTA: <https://wwwp/3apkZ1>
Scarica l'app per uno sconto ulteriore!



SUPER PROMO PER TE
Abbiamo il piacere di invitarti in salone a scoprire il nostro trattamento TOP!
PRENOTA: <https://wwwp/3apkZ1>
Scarica l'app per uno sconto ulteriore!



BUSINESS INTELLIGENCE & REPORT COLLABORATORI



Roxy



Dustin



Karen

ANALISI SUL TEAM
ED OBIETTIVI A PREMIO



Conoscendo l'**andamento dell'attività** si può organizzare il **Business Plan** e modificarlo nel tempo per **ottenere** maggiori **PROFITTI**.



ANALISI

Sulle entrate e le uscite e sull'operatività dei collaboratori



VENDITE

Statistiche su Servizi e Prodotti



FATTURATO

Incassi di fine giornata, Insoluti e obiettivi da raggiungere



REPORT PERIODICI

Produttività suddivisa per brevi periodi, Mese, Anno.



L'analisi sull'andamento va svolta mensilmente



STUDIO ED ANALISI DEI DATI DI MERCATO

1

Analisi delle Prestazioni degli Istituti di Bellezza

Monitorare le metriche chiave, come il **numero di visite attese**, il **valore dello scontrino medio** e l'**incasso previsto**, per identificare le aree di miglioramento e **ottimizzare l'efficienza operativa**.

Un'analisi accurata delle prestazioni **fornisce** gli **strumenti** necessari per aumentare la **redditività** e migliorare la **qualità** del servizio offerto

FORMULE:

- $\text{Visite attese} = (120 D \times \text{nr Operatori} \times \%D) + (240 U \times \text{nr Operatori} \times \% U)$
- $\text{Scontrino atteso} = \text{valore Piega} \times 2.5$
- $\text{Incasso previsto} = \text{Visite attese} \times \text{Scontrino atteso}$
- $\% \text{ attrattività} = \text{numero clienti nuove} / \text{Visite} (7.5 \%)$

STUDIO ED ANALISI DEI DATI DI MERCATO

2

Fidelizzazione ed Acquisizione dei Clienti negli Istituti di Bellezza

Analizzare la **frequenza media** per identificare i **clienti fedeli** e mantenerli soddisfatti. Valutare la percentuale di **clienti persi** dopo la prima visita per **migliorare** l'esperienza iniziale ed aumentare il **tasso di ritorno**. Inoltre, tenere traccia dei **clienti passivi**, che non tornano per lunghi periodi, per recuperare questi clienti e ridurre l'abbandono.

FORMULE:

- Fidelizzazione= Clienti con frequenza media inferiore a 40gg = 15%
- % clienti persi = clienti prima visita = ultima visita = 50%
- % passivi = Clienti Passivi (clienti che non vengono tra 6 mesi ed un anno)
/ clienti attivi = 7.5%

STUDIO ED ANALISI DEI DATI DI MERCATO

3

Performance sulla
Produttività negli
Istituti di Bellezza

Monitorare le **performance** sulla **produttività** per ottimizzare **l'efficienza** e la **redditività**.

Analizzare il **coefficiente** di **produttività** per servizi effettuati da donne e uomini aiuta a **bilanciare** il **carico** di **lavoro**. Valutare la **percentuale** di **rivendita** e di **upgrade** consente di misurare l'efficacia delle **strategie** di **vendita**.

FORMULE:

- Coefficiente Donna = numero servizi effettuati dalle donne / Numero pieghe = 2.25
- Coefficiente Uomo = numero servizi effettuati dall'uomo / numero tagli uomo = 1.7
- % rivendita = 9% dell'incasso complessivo
- % Upgrade = servizi plus / totale servizi tecnici = 10%

STUDIO ED ANALISI DEI DATI DI MERCATO

4

Monitorare i Costi e le Risorse negli Istituti di Bellezza

Monitorare i **costi** per una **gestione finanziaria** efficace.

Analizzare il **costo medio** per **passaggio cassa** e il **marginale netto** operativo in euro per comprendere la **redditività** dell'attività.

Valutare il margine netto in percentuale indica **salute finanziaria complessiva**.

RAPPORTO costo dei prodotti consumati/ fatturato dei servizi e costo dei prodotti venduti/l'incasso dalla rivendita, indica l'efficienza operativa ma anche **uso corretto** delle **RISORSE**

VALUTAZIONI:

- Costo medio per passaggio cassa
- Margine netto operativo in euro
- Margine netto in % = superiore al 25-30%
- Rapporto tra il costo dei prodotti consumati sul fatturato servizi
- Rapporto tra il costo dei prodotti venduti e incasso rivendita

**G
E
S
T
I
O
N
E**

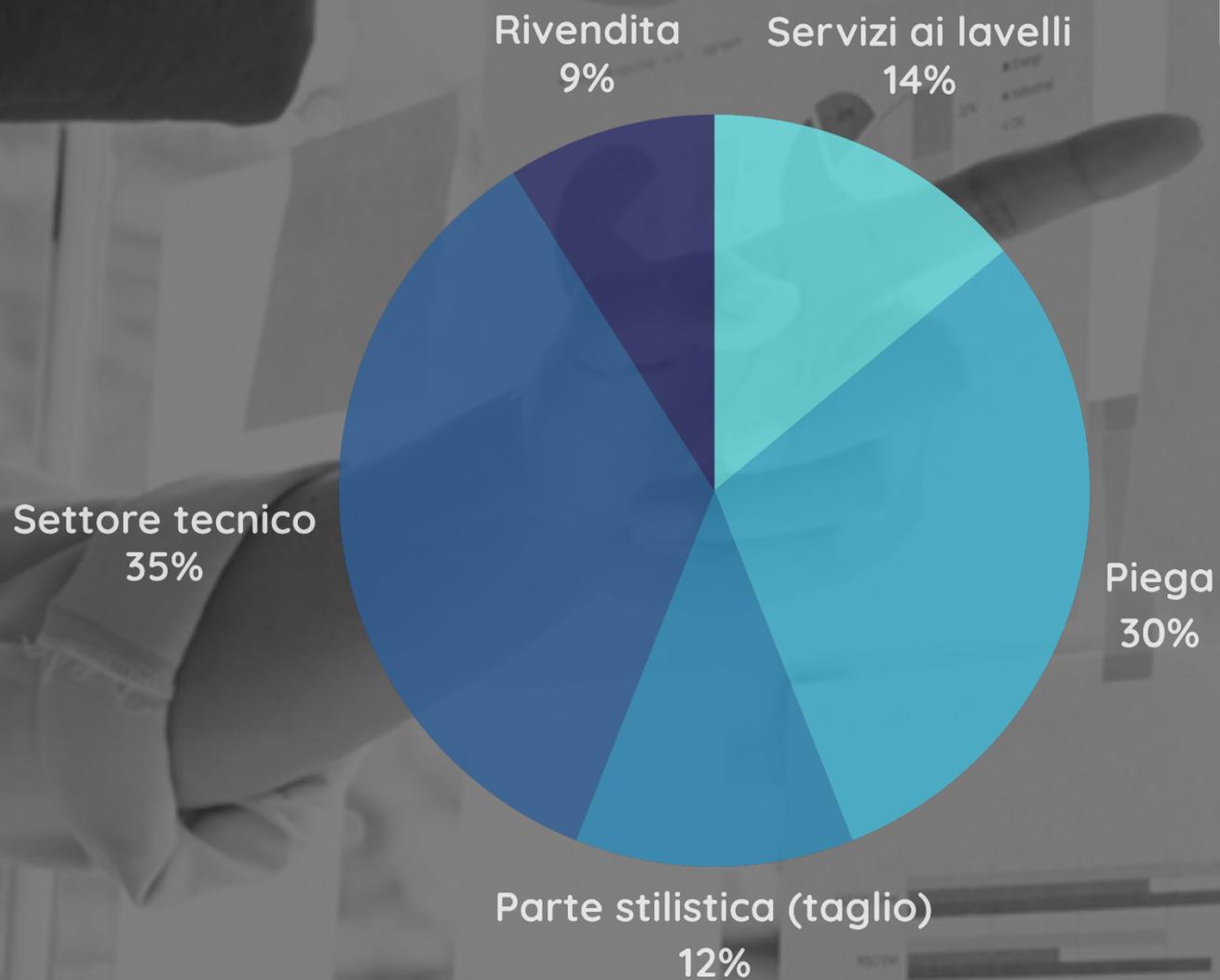
- % lavoro effettivo di un collaboratore = superiore al 50% del tempo di lavoro
- Indice di produttività oraria in euro confrontata con la ral di quel collaboratore

COLLABORATORI

STUDIO ED ANALISI DEI DATI DI MERCATO

5

Distribuzione dell'incasso medio NAZIONALE



Indice sull'incasso rispetto alle categorie servizi:

- Servizi ai lavelli 14%
- Piegatura 30%
- Parte stilistica (taglio) 12%
- Settore tecnico 35%
- Rivendita 9%

CONTATTI



Via San Jorio 15, 6600 Locarno



Commerciale: +41 79 197 44 59 Ivo Protrkic



Scrivici una mail: info@swisswebstudio.com



CONTATTACI SU WHATSAPP



**SWISS WEB
STUDIO**



swisswebstudio.com



swisswebstudio



swisswebstudio

