

TI RACCONTO UNA STORIA...

Storytelling e Digital Marketing

"C'ERA UNA VOLTA..." NASCONO COSÌ LE STORIE MIGLIORI. SONO QUELLE CHE CI RACCONTAVA LA NONNA FACENDOCI VIVERE UN MONDO FANTASTICO, PIENO DI PRINCIPESSA E PRINCIPI CHE SU ZUCCHE TRASFORMATE IN CARROZZE VENIVANO TRASPORTATI VERSO CASTELLI INCANTATI. NON STIAMO PARLANDO ESATTAMENTE DI QUESTO, MA UN ASPETTO IN COMUNE C'È. LA FIABA DI IERI È LO STORYTELLING DI OGGI CHE, CON L'AVVENTO DI INTERNET, SBARCA SULLA RETE. NON CI SONO PRINCIPI E PRINCIPESSA MA IMPRENDITORI CHE COMUNICANO UNA STORIA "FANTASTICA": LA PROPRIA STORIA, I PROPRI VALORI. IN EFFETTI, LO STORYTELLING È L'ARTE DI NARRARE UN RACCONTO PER CONDURRE I CONSUMATORI AD IMMEDESIMARSI NELLA NARRAZIONE, E SVILUPPARE UNA FEDELTA' AL BRAND FATTA DI "CONDIVISIONE".



Come progetto lo storytelling del mio centro estetico?

Come sempre, la risposta è: metodo. Ecco alcune indicazioni utili.

Obiettivi. Chiediti cosa vuoi ottenere dalla narrazione. Tutti potranno “ascoltarla e viverla” oppure solo un pubblico determinato? In quest’ultimo caso, la strategia sarà utilizzare linguaggi e immagini diverse.

Target. A chi vogliamo destinare il messaggio? Persone giovani o più adulte, uomini, donne, clienti fidelizzati, clientela potenziale? Scegli un linguaggio adatto e canali digitali focalizzati in base al target identificato.

Ascolto. Cosa coinvolge maggiormente il tuo pubblico? Foto, video, tutorial, articoli, sondaggi? Osserva e analizza i dati di “visualizzazione” e comprenderai quale aspetto della comunicazione motiva maggiormente chi ti segue. Adotta, a fasi alterne, strumenti di comunicazione diversi e monitora attentamente il feedback.

Media. Quali sono i *media* più adatti per raccontare la tua storia (sito, blog, social network)? Ogni canale ha caratteristiche precise e maggiormente adatte alla “narrazione”. Scegli facebook per un target più ampio, Instagram per comunicare con la forza delle immagini, il blog per narrare come se scrivessi un diario, il sito per creare una conoscenza più approfondita di chi sei, quali sono le tue competenze, quale è la storia della tua attività.

Tono. Meglio adottare un tono scherzoso, simpatico, serio, professionale o “di tutto in po’”? Trova un tono scherzoso ma gradevole, simpatico senza esagerare, serio quanto basta per essere credibile, professionale che trasferisca la proposta di valore di ciò che proponi. Il tutto caratterizzato da originalità, perché essere differenti è fondamentale.

Sembra tutto chiaro ma manca l’aspetto più importante, ovvero: ho la carrozza (in questo caso, il



web) ma la principessa? Quale è l'idea di storia che voglio raccontare?

E qui è fondamentale utilizzare tutta la creatività che possiedi. Sviluppa l'idea vincente: definisci cioè la trama ma, soprattutto, il significato attorno al quale ruoterà la storia; quali attori inserire, quali concetti far emergere. Mettere in evidenza il brand del centro estetico significa "raccontarsi" attraverso una narrazione efficace, coinvolgere emozionalmente il tuo pubblico.

Siamo pronti per partire adesso: "C'era una volta...?".

Eh no, la nostra storia inizia in un modo differente. Ci sei tu, ora, in questo momento, e vuoi parlare al tuo cliente di ciò che fai, di come lo fai, di quanta passione metti nel tuo lavoro e di quanto sia importante condividere le tue competenze, la formazione, gli obiettivi...

Racconta storie autentiche, al di là dell'autocelebrazione; fai conoscere il tuo team, la vita quotidiana del

centro attraverso la soddisfazione delle clienti. Soprattutto crea l'attesa, prometti al lettore che accadrà "qualcosa" prossimamente (un nuovo trattamento, un nuovo prodotto, una nuova iniziativa). Fantasia ed emozioni sono il binomio vincente perché ognuno di noi ha dentro un "Peter Pan" pronto ad uscire!

Stabiliamo il piano d'azione

La strategia è fondamentale, come sempre, per raggiungere l'obiettivo. L'improvvisazione è la causa dell'insuccesso. Qui di seguito, un esempio di piano d'azione.

Che cosa vuoi comunicare. La storia del tuo centro estetico: da quando sei partita con sogni e aspettative, attraverso le prime esperienze - a volte sbagliate ma con tanta voglia di farcela - fino ad oggi. Chi sei ora, dove vuoi andare e con quale determinazione, come lavori, come consideri la tua professione, sono i punti fondamentali da trasferire.



Come vuoi farlo. Trovando personaggi di fantasia che rendano la storia un po' "favola" e facciano emergere i concetti fondamentali del racconto per sviluppare conoscenza.

Dove vuoi farlo. Sui social con un tono di voce "divertente", scrivendo post arricchiti da foto "simpatiche" e aggiungendo il link per indirizzare al tuo sito internet come se fosse la continuazione più approfondita della storia. Ovviamente, il lettore dovrà trovare un sito aggiornatissimo ogni volta.

A chi vuoi comunicare. A potenziali clienti che ricerchino in un centro estetico la specializzazione, agli attuali clienti per sviluppare sempre più la fidelizzazione.

Quando vuoi farlo. Con una "puntata" settimanale per 6 settimane come partenza. Dopo aver analizzato i dati di ritorno, deciderai se continuare con la stessa storia oppure cambiare "favola". L'importante è che la narrazione coinvolga il lettore facendolo sentire parte del racconto attraverso percezioni, emozioni e voglia di scoprire il seguito della storia.

Nel prossimo numero di *esthetitaly* parleremo di *Canva*, il tool fondamentale per realizzare velocemente immagini grafiche di impatto e rendere la comunicazione visiva personalizzata con il logo del tuo centro estetico.

KPCommunication5.0

KPCommunication5.0 nasce per affiancare i titolari di centri estetici, spa e saloni di acconciatura in un percorso strategico verso il successo. La nostra filosofia di lavoro si fonda sulla personalizzazione assoluta e sul principio per cui "Non tutto è per tutti".

In un settore così competitivo come quello del wellness, non serve affidarsi a teorie e metodologie standardizzate. Crediamo fortemente nell'**unicità di ogni attività**. Per questo la nostra mission è quella di "tirare fuori" da ognuno dei nostri clienti le loro qualità migliori, esclusive e inimitabili. Quelle qualità che lo farà contraddistinguere dai suoi competitors.


Offriamo ai nostri clienti una **metodologia esclusiva** con strumenti pratici e facilmente applicabili: in "R.I.CREA" Beauty Business sono racchiuse le 6 aree di sviluppo (Formazione, Coaching, Comunicazione Integrata, Gestione Social, Organizzazione Eventi, Progettazione siti interattivi) attraverso le quali creiamo valore per l'imprenditore e l'attività.

Tel: 031 4631892

Whatsapp: +39 328 897 7349

info@kpcommunication.it

 www.kpcommunication.it

 KPCommunication5.0

@kpcommunication5.0



Caterina Panzeri

Titolare e CEO di KPCommunication5.0, ha conseguito la laurea in "Comunicazione e Gestione d'Impresa" presso la facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Milano. Si è specializzata in "Marketing e Comunicazione" presso "C. Lewis Consulting srl". Per anni, ha lavorato con aziende del settore Wellness & Beauty nell'ambito del make up e dell'estetica professionale.

Oggi dedica l'esperienza acquisita alla formazione e al coaching manageriale di centri estetici, spa e saloni di acconciatura, affiancando titolari e responsabili in un percorso di crescita personalizzata in ambito gestione e marketing. Ha partecipato come relatore ai più importanti congressi del settore. La sua mission personale rispecchia quella aziendale e si concentra nella frase: "Nel mondo nulla di grande è stato fatto senza passione".