

il salone del futuro

Taglia con il passato. Diventa multimediale!



Beauty Group sas

Il Salone del Futuro

- **L'idea**
 - Dotare il salone di uno strumento di comunicazione efficace e innovativo,
- **L"opportunità"**
 - Il Parrucchiere aumenta le vendite
 - L'Azienda aumenta la rotazione del prodotto/servizio
- **Il Potenziale**
 - Aumento dell'immagine
 - Clienti maggiormente fedeli
 - Aumento del fatturato

Obiettivi del progetto

- **Immagine del Salone:** creare un ambiente innovativo ed coinvolgente
- **Il Canvass dei prodotti Wella:** sviluppare uno strumento di promozione dinamico e flessibile
- **La Formazione Beauty:** dare valore aggiunto che sia oggettivamente tangibile dal parrucchiere
- **News e Contenuti Generalistici e tematici:** strumento di intrattenimento che consenta di migliorare il servizio offerto anche in situazione di attesa

Caratteristiche e benefici

- Progetto di Video comunicazione integrato ad un sistema di Fidelity Card e concorsi a Premi
 - DIGITAL SIGNAGE
 - FIDELITY CARD
 - MONTEPREMI PERIODICO (JACKPOT)
 - INSTANT WIN

Caratteristiche e benefici

- **Benefici tangibili per il cliente**, migliore accoglienza e valorizzazione della frequenza e della lealtà
- Aumentare il fatturato del **parrucchiere/stilista**
- Fidelizzare i **Clienti** del parrucchiere
- Aumentare l'offerta ed il fatturato di **Beauty Group**
- Fidelizzare il Parrucchiere a Beauty Group

Strumenti realizzati

- Strutture Eco-intelligenti



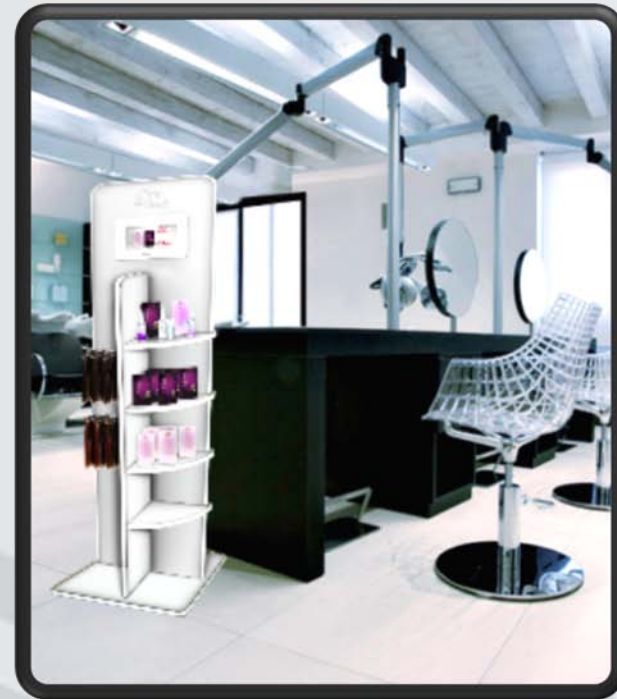
Strumenti realizzati

- Totem e strutture multimediali



Strumenti realizzati

- Grafica e stampa digitale



Alcune installazioni



Il nuovo brand



JACKPOT
€ 201.763

ALLUNGAMENTO CAPELLI



3.00 € a ciocca
Tecnica con Cheratina

10.00 € a ciocca
Tecnica con Asola

**“BEAUTY” 2009
PROGRAMMA**

28.09.09 WORKSHOP
Anticipazioni delle Novità WELLA
Relatore Biscetti G.
Hotel Giò - Perugia


WELLA
PROFESSIONALS

Sviluppo marketing e Comunicazione

- Comunicazione multimediale
- Strumenti di Marketing
 - Gestione concorsi a premio
- Personalizzazione del Punto vendita
- Consulenza e strategia per la comunicazione nel punto vendita

Andamento dei KPI (Key Performance Indicators)

	2009 Gen- Settembre	2010 Gen- Settembre	Variazioni
Passaggi di cassa (gg)	6540	6860	4,89%
Clienti serviti	1788	1733	-3,08%
Spesa media per cliente	144,69	156,23	7,98%
Frequenza media	3,66	3,96	8,22%
Fatturato	€ 258.699,00	€ 270.515,00	4,57%
gg lavorati nel periodo	237,00	237,96	0,40%
Passaggi di cassa (gg)	27,60	28,83	4,47%
Fatturato giornaliero	€ 1.091,56	€ 1.136,82	4,15%
Scontrino medio	€ 39,56	€ 39,64	0,20%

Confronto tra frequenza di clienti con Card e senza Card

Clienti che aumentano le visite	Clienti che diminuiscono le visite	Increment.	visite medie nel periodo	
104	74	28,85%	Med 2009	Med 2010
in % rispetto al 2009 del	in % rispetto al 2009 del		9,22	9,81
30,01%	24,00%			