

Come introdurre il wellness nel nailstudio

# Sai regalare benessere?

**Frenesia e stress e caratterizzano la vita di tutti noi, e sempre di più ricerchiamo piccole fughe dal mondo che promettono relax e benessere. Wellness sembra essere la parola magica. Ma che cosa si nasconde dietro essa? E come si può portare la filosofia del benessere nel nailstudio in maniera efficace e profittevole?**

**D**ue fra le parole più abusate dei nostri tempi sono “wellness” e “bio”. Entrambe si riferiscono al benessere di corpo e mente, insieme. La prima è strettamente legata alla cura del corpo, mentre la seconda all'alimentazione, entrambe mirano alla salute psicofisica, e quindi ad una vita migliore.

La salute dell'uomo è sempre più compromessa dalle pressioni esterne, dallo stress e dalla velocità con cui si affronta ogni cosa. Per contrastare le inevitabili ripercussioni negative su corpo e mente è allora necessario un “ribilanciamento”, un percorso di benessere. Concetto questo, però, che ne- ▶



Photo: Kzenou/Fotolia.com

gli ultimi anni sembra ormai piuttosto inflazionato. Qualsiasi prodotto o esperienza, dalle marmellate alle bevande, dai tessuti alle vacanze, è “wellness” e “bio”. Se poi mantengano o meno le promesse fatte, è un altro discorso. E allora sorge la domanda: ha senso, e come si può, introdurre l'idea di wellness nel nailstudio?

### Che cos'è il wellness

Per molti l'idea di wellness è ancora oggi associata all'immagine di percorsi termali, massaggi, trattamenti estetici e tisane. Nel frattempo però il concetto si è evoluto e ha assunto significati più ampi. Wellness, la combinazione di “fitness” e “well-being”, è oggi sinonimo di qualsiasi forma di rilassamento, sia esso anche solo di pochi minuti. Ed è forse proprio questa la soluzione per scacciare, anche solo per qualche istante, lo stress che ci opprime in molti momenti della giornata. Piccole fughe dal quotidiano per ricaricare le batterie e sentirsi subito meglio! Sulla base di questo nuovo significato di wellness, che mantiene davvero le promesse, è possibile immaginarlo anche all'interno del nailstudio.

### Le condizioni necessarie

Come si può offrire benessere nel proprio centro? E ancora, un'offerta wellness può ampliare il giro di clientela? Un fatto certo è che solitamente in un nailstudio ci sono più tavoli da lavoro e di conseguenza rumori di fondo costanti. Condizione che sembra cozzare con silenzio e quiete, sinonimi di wellness. Ma: non deve per forza essere così! La premessa vincolante per uno stu-

dio che voglia offrire trattamenti wellness è un'ottima gestione e il rispetto delle norme di pulizia, igiene, e di un ambiente ordinato e accogliente. Questi centri dispongono di solito anche di un'area separata dedicata ai servizi di pedicure. Proprio quest'area può essere ben utilizzata per offrire privacy e tranquillità – aspetti importanti per consentire alla clientela di fuggire per alcuni istanti dal mondo esterno. Nei centri più piccoli è possibile ricavare un'area relax anche soltanto con dei pannelli separatori.

Ricrea in un'area separata un'atmosfera piacevole, che stimoli i sensi e inviti alla distensione: musica dolce, profumi delicati, una bevanda calda, magari un calice di spumante. Fai sempre attenzione ai desideri della cliente. Ti accorgi che vuole chiacchiere, o al contrario chiudere gli occhi e non sentire nulla? Qui entra in gioco la tua sensibilità e la capacità di interpretare i segnali che la persona di fronte ti lancia. Evita in ogni caso rumori e distrazioni. Attiva il profilo silenzioso del cellulare e la segreteria telefonica. Concentrati solo sulla cliente.

### Varietà di trattamenti

I servizi offerti non si vendono da soli, il tuo impegno per promuoverli alla clientela è cruciale. Offri trattamenti combinati – ad esempio, proponi dopo la pedicure una manicure express, da eseguire entro il tempo necessario perché lo smalto sulle unghie dei piedi si asciughi. Sfrutta questo lasso di tempo per illustrare alla cliente i nuovi trend e i trattamenti per mani e unghie,

senza dimenticare i prodotti di mantenimento a casa. I prodotti devono sempre essere esposti con cura e in maniera attraente, che invitino all'acquisto.

Se una cliente ha prenotato solo una manicure di base, offri al termine un piccolo massaggio defaticante, ricordandole i diversi trattamenti wellness che il tuo centro offre. Ad esempio, un massaggio benefico con oli essenziali è un ottimo plus dopo il servizio di ricostruzione o la manicure. La cosa importante è che la cliente si senta chiamata a rilassarsi, coccolata da mani esperte.

### Wellness come chance di crescita

In conclusione possiamo dire che: introdurre accorgimenti in chiave wellness nel proprio studio non è semplice, e non offre garanzie di successo da un giorno all'altro. Ma: tali innovazioni non faranno che consolidare l'impressione positiva della tua clientela, e un buon giudizio da parte di chi ha toccato con mano genera pubblicità positiva fra altri potenziali clienti.

Le clienti avranno un'idea del tuo centro come di un luogo piacevole da frequentare e dove ritornare. In questo senso il wellness è un ottimo strumento di fidelizzazione della clientela, e offre la reale possibilità di ampliarne il giro tramite il passaparola e la possibilità di differenziarsi dalla concorrenza.

È importante che la titolare del centro abbia la consapevolezza che molto del successo del suo studio dipende proprio da lei, dalla sua capacità di gestione, dal rapporto instaurato con la clientela, dall'atmosfera che saprà creare. Un atteggiamento amichevole ma discreto, professionalità e esperienza, personale formato adeguatamente, un ambiente curato, sono elementi cruciali che determinano il successo oppure il fallimento di un nailstudio. □



**Jenny Paulig**

Dopo la laurea in Germanistica e Scienze della

Comunicazione, l'autrice tedesca ha lavorato come ufficio stampa per Maha Cosmetics (CND). Ha poi aperto una sua agenzia di pr e comunicazione, specializzandosi nel mercato beauty e nail.