



Open Week, soluzione multifunzionale.

L'idea dell'Open Week, che i centri Pevonia effettuano con cadenze ben definite durante l'anno, fa anche parte del sistema che PI.CO Wellness ha elaborato e testato in molti centri benessere e beauty center italiani per risolvere alcuni problemi legati all'apertura di nuove realtà imprenditoriali nel settore del benessere e alla gestione stagionale del planning. Il programma messo a punto dall'ingegner Salvatore Picucci, infatti, facendo leva sulla nuova formula del pre-opening, (un **evento** che si tiene esattamente trenta giorni prima dell'apertura reale) prevede che gli opinion leaders invitati alla kermesse ricevano un menù trattamenti che mette in evidenza la USP del centro e la possibilità di **provare gratis** qualsiasi servizio o trattamento del menù essi vogliono sperimentare *durante l'open week* successivo alla reale apertura del centro. Inoltre, l'idea si estende a qualsivoglia elemento di novità (tecnologica, di prodotto o di servizio) che il Centro voglia comunicare. In ambito gestionale, lo strumento è fondamentale per acquisire nuovi clienti nei tre mesi successivi e far provare trattamenti mai utilizzati prima.

Porte aperte al benessere.

Porte aperte al benessere.

Gli Open Week di Pevonia aiutano ad acquisire nuovi clienti e...

La certezza del planning è l'incubo ricorrente di ogni Beauty Manager al giorno d'oggi: essere sicuri di avere un determinato numero di appuntamenti in un lasso di tempo definito non è, infatti, solo un'esigenza economica ma serve ad innescare quel circolo virtuoso che, basandosi sul profitto, permette il reinvestimento delle risorse in tecnologie, personale e formazione professionale.

PI.CO Wellness ha elaborato e formalizzato per Pevonia Academy il sistema degli Open Week in maniera

tale che serva per acquisire nuovi clienti e *riempire il planning per i tre mesi successivi all'evento*. Di fatto, il Centro interessato si "veste a festa" per una settimana, proponendo lungo tutta la durata della manifestazione un check-up abbinato ad un trattamento prova assolutamente gratuiti.

È fondamentale allestire un kit di comunicazione qualitativamente elevato, che a sua volta Pevonia Academy ha definito per i centri aderenti, composto da display, totem, locandine, coupon e shopper ed anche un piano di comunicazione esterna. Il communication mix alla base degli Open Week comprende, per essere efficace, anche sistemi di comunicazione one-to-one, affissione statica e campagna radiofonica.

Il meccanismo, di per sé semplice, prevede un'accurata preparazione da parte della Spa Manager che almeno quindici giorni prima dell'inizio dell'evento deve sincerarsi di avere tutto quel che occorre sotto il profilo operativo, deve attivare il processo di comunicazione e gestire il recall telefonico degli appuntamenti. L'Open Week prevede anche l'attivazione delle principali procedure di accoglienza previste da Pevonia Academy e strutturate secondo i dettami definiti dall'ingegner Salvatore Picucci e da PI.CO Wellness che gli operatori dei centri conoscono per aver frequentato i corsi Academy. Per questo motivo, le operatrici seguiranno la cliente per tutto il percorso dell'Open Week e supporteranno la Beauty Manager avendo ben chiare e condividendo le informazioni relative alla cliente.

L'obiettivo minimo di un Open Week è avere, nei sette giorni, un appuntamento ogni mezz'ora: le porte aperte al benessere hanno un senso se sono "aperte" anche ad un reale sviluppo del business.