



ANTEPRIMA GRATUITA

GUIDA SOCIAL PER SETTORE · ESEMPIO: PARRUCCHIERI

Guarda **com'è fatta** prima di comprarla

Nelle pagine che seguono trovi alcune pagine reali della guida nel settore Parrucchieri: la copertina, l'indice, un capitolo, due mesi del calendario e il riepilogo dell'anno. Serve a farti vedere la qualità e il metodo.

La guida completa del **tuo settore** ha **31 pagine**: 10 capitoli e tutti i 12 mesi, settimana per settimana.

Questa è solo **un'anteprima**

La tua guida: **12€**

agenziafiico.com/shop



STRATEGIA DI MARKETING INTEGRATA

Parrucchieri e hairstylist

La guida completa per far crescere il tuo salone: obiettivi, clienti, contenuti, canali e un anno intero di cosa fare, settimana per settimana. Pensata per essere seguita da solo, anche partendo da zero.

agenziafiico.com

Marketing e pubblicità, dal 2016

**La tua presenza,
gestita con metodo**

Dieci capitoli, un sistema solo

Dalle fondamenta al calendario di tutto l'anno. Leggi le prime parti una volta per capire il metodo, poi vivi sul capitolo 7: è il cuore operativo, quello che apri ogni settimana.

1 Obiettivi e clienti	LA STRATEGIA
2 Gli strumenti della strategia	I CANALI
3 Le basi e i cinque pilastri	LE FONDAMENTA
4 I formati e cosa dire in ciascuno	I CONTENUTI
5 Come girare, montare e le storie	LA PRATICA
6 La banca delle trenta idee	GLI SPUNTI
7 Il calendario mese per mese	IL CUORE
8 Trasformare follower in clienti	LA CONVERSIONE
9 Misurare e migliorare	I NUMERI
10 Quanto tempo ci vuole davvero	LA VERITÀ

01 CAPITOLO UNO · LA STRATEGIA Obiettivi e clienti

Prima dei contenuti vengono due domande: dove vuoi arrivare e con chi stai parlando. Senza risposte chiare, pubblicare è solo rumore.

Gli obiettivi aziendali

Fatturato

Più clienti a settimana, scontrino medio più alto con trattamenti e prodotti per casa, pacchetti e abbonamenti piega e colore, buoni regalo nelle ricorrenze.

Visibilità e notorietà

Essere la prima scelta nella tua zona: presenza social forte, profilo Google curato, passaparola, collaborazioni locali.

Fidelizzazione

Tenere un cliente costa meno che trovarne uno nuovo. Programmi fedeltà, richiami per il prossimo appuntamento, ricordare colore e preferenze, piccole attenzioni.

Qualità e reputazione

La fiducia è tutto. Recensioni, risposte professionali, standard alti di qualità e cortesia, aggiornamento costante.

Rendi ogni obiettivo misurabile

Un obiettivo senza numero non si controlla. Esempi concreti: **+15% di fatturato in 6 mesi, 20 nuovi clienti al mese dai social, 50 recensioni Google a 5 stelle entro fine anno, scontrino medio +10%.** Scrivi i tuoi e rileggili ogni mese.

Dopo le feste i capelli sono stressati e c'è voglia di ripartire, con i buoni propositi a spingere. È il mese dei trattamenti ricostruzione, del nuovo look di inizio anno e dei clienti nuovi da fidelizzare subito.

SETTIMANA 1

REEL

Capelli dopo le feste: i 3 segnali di stress

Esempio: mostri secchezza, doppie punte e colore spento, chiudi con "prenota la ricostruzione di gennaio".

SETTIMANA 2

CAROSSELLO

Il trattamento ricostruzione spiegato

Esempio: slide 1 "I tuoi capelli dopo l'inverno", slide 2 a 4 cosa fa il trattamento, ultima slide "prenota su WhatsApp".

SETTIMANA 3

STORIE

Nuovo anno, nuovo look: sondaggio

Esempio: sondaggio "Cambio taglio o cambio colore?", poi un consiglio diverso in base alle risposte.

SETTIMANA 4

REEL

Anteprima San Valentino e buono regalo

Esempio: mostri un buono regalo per piega o trattamento, "il regalo che non sbaglia mai".

PROMO ONLINE

Campagna "Riparti dai tuoi capelli": sconto sulla ricostruzione di gennaio, sponsorizzata nel raggio di 10 km.

PROMO OFFLINE

Volantini e carta fedeltà in palestre e negozi di zona, cartello nuovo look in vetrina.

SPUNTI STORIE Sondaggio "cambio taglio o colore?" · dietro le quinte di una ricostruzione · countdown al buono di San Valentino.

HASHTAG [#capelli](#) [#ricostruzione](#) [#nuovolook](#) [#hairstylist](#) [#parrucchiere\[tuacittà\]](#)

Focus: gennaio serve a riempire l'agenda dei mesi vuoti. Spingi i pacchetti, non il singolo servizio.

Il mese del regalo. San Valentino è un'occasione forte per buoni regalo e per il cambio look prima di una serata speciale. Comunicalo dalla prima settimana.

SETTIMANA 1

CAROSSELLO

Idee regalo beauty per San Valentino

Esempio: 4 idee in 4 slide (buono piega, pacchetto colore, trattamento, cofanetto prodotti), ultima slide con l'invito.

SETTIMANA 2

REEL

Il buono regalo: come funziona

Esempio: mostri quanto è veloce prenderlo su WhatsApp e come viene confezionato.

SETTIMANA 3

STORIE

Pronta per la serata: countdown

Esempio: adesivo conto alla rovescia, "ultimi posti per piega e messa in piega prima del 14".

SETTIMANA 4

REEL

Capelli e inverno: il consiglio del mese

Esempio: "Perché d'inverno i capelli si elettrizzano" e i 2 gesti per rimediare.

PROMO ONLINE

Sponsorizzata sul buono regalo, countdown nelle storie negli ultimi giorni.

PROMO OFFLINE

Espositore buoni regalo in cassa, collaborazione con negozi e make up artist.

SPUNTI STORIE Idee regalo in una storia veloce · box domande "a chi faresti un cambio look?" · ultimi posti prima del 14.

HASHTAG **#sanvalentino #buonoregalo #capelli #cambiolook #hairstylist**

Focus: il buono regalo è incasso oggi per lavoro domani. Rendilo facilissimo da comprare.

L'anno in una pagina

Tutte le tematiche chiave in un quadro solo. Pianifica i contenuti forti con una o due settimane di anticipo: le occasioni si preparano prima.

MESE	TEMATICA	COSA SPINGERE
Gennaio	Ripartenza	Ricostruzione, nuovo look, pacchetti
Febbraio	Regali	Buoni regalo, cambio look coppia
Marzo	Primavera	Nuovo colore, cambio stagione
Aprile	Cerimonie	Comunioni, acconciature, prove
Maggio	Eventi	Spose, festa mamma, raccolti
Giugno	Estate	Tagli freschi, protezione, mare
Luglio	Pieno estate	Idratazione, recupero, acconciature
Agosto	Ritmo lento	Orari, semina settembre
Settembre	Rientro	Ricostruzione, abbonamenti, nuovo look
Ottobre	Cura	Caduta stagionale, trattamenti, colori caldi
Novembre	Black Friday	Pacchetti, buoni regalo Natale
Dicembre	Feste	Acconciature feste, buoni regalo

Le date variabili come Pasqua e Black Friday cambiano ogni anno: segnatele a gennaio sul calendario, così non ti trovi impreparato.