

Clari✓oo

IL TORNADO CHE
RIVOLUZIONA IL TUO
BUSINESS



Indice degli argomenti



03

**SMETTI DI RINCORRERE IL SUCCESSO:
INIZIA A PIANIFICARLO**



04

**GENERAZIONE LEAD: ATTRARRE IL CLIENTE
GIUSTO**



06

**PRIMO CONTATTO: TRASFORMARE
L'INTERESSE IN UN'OPPORTUNITÀ**



07

**FRONT END: LA PROVA CHE GENERA
REDDITO**



08

**PROPOSTA ABBONAMENTO:
LA CONVERSIONE STRATEGICA**



09

**PAGAMENTI SEMPLICI: RIMUOVI GLI
OSTACOLI ALL'ACQUISTO**



10

FIDELIZZAZIONE: IL TUO BENE PIÙ PREZIOSO



11

CROSS-SELLING E UP-SELLING: AUMENTA IL VALORE DEL CLIENTE

Vendite 2025		  
Vendite - Totali 2025	160.911,50 €	
Vendite - Mese	37.527,11 €	
Vendite - Mese precedente	19.482,00 €	
LTV - Ultimi 12 mesi		  
LTV Bresso - Ultimi 12 mesi	481	
LTV Chiavari - Ultimi 12 mesi	116	

12

GESTIONE DI REPORT E BILANCI: LA CRESCITA MISURABILE



13

COSA POSSIAMO FARE PER TE

Smetti di rincorrere il successo, inizia a pianificarlo.

La tua passione è insegnare, non perderti in scartoffie. Hai aperto il tuo centro di fitness, yoga o pilates per condividere la tua passione e aiutare gli altri, ma ti ritrovi sommerso dalla burocrazia e dalle vendite. Passi ore a rincorrere pagamenti, a rispondere a e-mail e a gestire le iscrizioni manualmente. Il tuo tempo è prezioso e senti che lo stai sprecando. Non hai una visione chiara dei tuoi guadagni e del tuo andamento, non riesci a capire come aumentare il fatturato e ti senti bloccato.

Ti muovi nel buio perché non hai dati certi, e ogni euro speso in marketing ti sembra un salto nel vuoto. La verità è che per far crescere la tua attività e investire in modo intelligente, devi prima di tutto conoscere i tuoi numeri. Per questo, abbiamo creato un sistema su misura per te, progettato per liberarti dal caos della gestione e darti il controllo totale.



Dimentica fogli sparsi e dati incompleti. Con un file excel organizzato e un funnel basato su un metodo comprovato, avrai un sistema testato e organizzato per la raccolta dati e la reportistica. Potrai finalmente avere una visione completa del tuo fatturato e monitorare l'andamento del centro. Ti aiuteremo a calcolare due dati fondamentali che ti daranno la sicurezza di cui hai bisogno:

- **LTV (Life Time Value):** Il valore totale che un cliente medio porta alla tua attività. Conoscere il tuo LTV ti permetterà di sapere esattamente quanto puoi permetterti di spendere per acquisire nuovi clienti, senza temere di rimetterci. È la chiave per un investimento in marketing calcolato e sicuro.
- **Margine:** La differenza tra il tuo fatturato e i tuoi costi. Analizzando quanto incidono i costi fissi e variabili, scoprirai la tua reale redditività. Ti accorgerai che non basta fatturare tanto, ma è fondamentale capire quanto ti resta in tasca.

La gestione dei tuoi iscritti non sarà più un peso grazie a una scheda clienti organizzata, uno script di vendita strutturato e una guida passo dopo passo per convertire più facilmente. Ti aiuteremo anche a creare una proposta diversificata e accattivante per distinguerti dai competitor.

Il tuo tempo è prezioso. Con il nostro sistema, potrai dedicarti a ciò che ami: insegnare e far crescere la tua comunità. Ti guideremo attraverso un sistema collaudato che ti garantisce una crescita continua e sostenibile.

Generazione Lead: Attrarre il Cliente Giusto

Il problema: dipendere dal passaparola

Hai bisogno di nuovi clienti, ma non sai dove trovarli. Ti affidi principalmente al passaparola, ma non puoi controllarlo e non ti garantisce un flusso costante di iscritti.

Pubblichi sui social con poca convinzione, i risultati sono scarsi e la tua lista contatti non cresce.

Se la tua strategia si basa sulla speranza, non avrai mai un'attività stabile. Le pubblicità non mirate sono soldi buttati, i volantini spesso vengono ignorati, e ti ritrovi a dipendere dalle "ondate" di settembre, senza sapere come riempire i corsi durante l'anno. Senza un sistema, il tuo centro non può crescere in modo prevedibile.



La soluzione: una strategia a 360°

È tempo di smettere di navigare a vista e di creare una strategia completa, che sfrutti sia i canali online che quelli offline per attirare costantemente il tuo cliente ideale.



Online: lancia pubblicità mirate sui social media come Facebook e Instagram e sfrutta campagne su Google Ads per raggiungere chi ti sta cercando in quel momento.

Lo sapevi che puoi ottimizzare il costo delle tue campagne, facendo comparire la tua pubblicità su Facebook o Google, solo a chi realmente è interessato al tuo prodotto o magari solo a chi è passato dal tuo sito? Fino ad ora le tue campagne sono cadute a "pioggia" su un pubblico "freddo" che probabilmente non è interessato ai tuoi servizi, perché le tue campagne non sono targettizzate.

in sostanza oggi probabilmente le tue campagne sono come quelle di un'azienda che vende prodotti per dimagrire, che fa pubblicità visibile anche a chi è sotto peso. Sono soldi buttati! Oggi è possibile targettizzare la campagna e farla vedere solo a chi realmente deve dimagrire. Ti è mai capitato di andare su un sito per cercare un prodotto che ti interessa, e di trovare poi in continuazione la pubblicità di questo articolo navigando per il web? Questa tecnica si chiama retargeting e ti permette di mandare a segno la tua pubblicità in modo mirato, solo a chi è realmente interessato al tuo servizio, facendoti risparmiare denaro ed ottimizzando il tuo investimento.

Crea contenuti di valore, come video o articoli del blog, che rispondano ai problemi del tuo pubblico e ,soprattutto, rendi il tuo sito web una macchina per acquisire contatti, in modo semplice e veloce.



Offline: non dimenticare il mondo reale. Collabora con negozi di alimenti sani, studi medici o altri esercizi locali per distribuire volantini in punti strategici. Crea un programma referral che premi i tuoi clienti attuali quando portano nuovi iscritti. Questo è il modo migliore per trasformare il passaparola in un sistema organizzato e controllabile.

Inizia subito a costruire la tua base solida con una strategia di marketing a 360 gradi e riempi il tuo centro tutto l'anno.

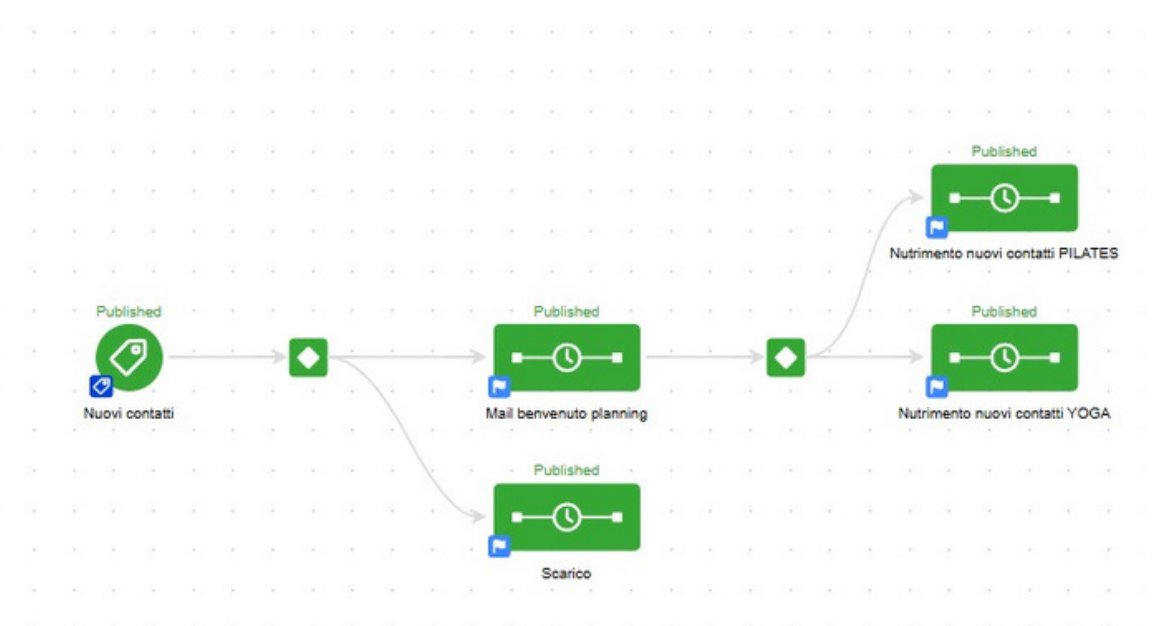
Primo Contatto: Trasformare l'Interesse in un'Opportunità

Spesso ricevi richieste di contatto, ma il potenziale cliente non risponde al telefono. Lo richiami una volta, due, e poi ti arrendi, convinto che non fosse davvero interessato. In realtà, stai perdendo un'opportunità preziosa prima ancora di averci parlato. Molte persone non rispondono a numeri sconosciuti pensando sia spam, anche se ti hanno appena cercato. Ogni mancata risposta è un'occasione persa, che vanifica tutto l'investimento fatto per acquisire quel contatto.



Non lasciare che le opportunità scivolino via

La soluzione è automatizzare e personalizzare il processo di primo contatto. Quando ricevi una richiesta, rispondi subito. Se il lead non risponde alla chiamata, invia immediatamente un messaggio personalizzato via WhatsApp: "Ciao [Nome], sono [Il tuo nome] del centro [Nome Centro]. Ho visto che hai richiesto informazioni e ti ho chiamato, ma forse eri impegnato. Fammi sapere quando posso richiamarti".



Quando finalmente riesci a parlare con loro, usa il nostro modello di servizi che ti aiuterà a capire i loro bisogni e obiettivi. Non si tratta di vendere, ma di ascoltare.

Innanzitutto, lascia parlare il cliente, e cerca di creare un clima di fiducia. Manifesta interesse in modo che il cliente si senta ascoltato, questo lo porterà ad aprirsi di più nei tuoi confronti. Potresti trovare un cliente poco incline a parlare, devi rompere il ghiaccio. Inizia da domande semplici come "dove ci hai trovato?", "Cosa ti ha spinto a cercarci?" o "Quali risultati speri di ottenere?".

Non imbeccare mai il cliente, dando un possibile ventaglio di risposte alla tua domanda, questo lo influenzerà e probabilmente non ti darà una risposta completamente sincera.

Annota queste informazioni nel tuo file Excel per creare una base dati preziosa e personalizzare ogni interazione futura.

Durante la trattativa fai emergere di nuovo il bisogno del tuo cliente, questo solleciterà in lui un senso di necessità verso la soluzione che gli stai proponendo e che gli permetterà di eliminare il suo disagio.

Controlla il tuo file Excel e chiama subito i tuoi nuovi contatti, non lasciare che le opportunità scivolino via.

Front End: La Prova che Genera Reddito

Il problema delle prove gratuite è che non funzionano. I potenziali clienti le percepiscono come un'opportunità per "provare e scappare", senza alcun impegno. Spesso non si presentano nemmeno e tu perdi tempo e risorse, vanificando tutto l'investimento fatto per acquisire quel contatto.

Una prova gratuita ha un tasso di conversione basso perché il cliente non si sente in dovere di impegnarsi, e tu non hai alcun ritorno sul costo di acquisizione. Se non hai un'offerta Front End che copra almeno in parte il tuo CAC (Costo di Acquisizione Cliente), stai perdendo soldi e non potrai mai scalare.

A proposito... sai come si calcola il CAC? Hai un'idea di quale sia il tuo CAC oggi? No? Allora i casi sono due: o stai sprecando soldi inutilmente oppure stai perdendo opportunità... Qualcuno ti sta rubando i clienti sotto al naso!

$$\text{CAC} = \frac{\text{Costi Totali di Marketing + Vendite}}{\text{Nuovi Clienti Acquisiti}}$$

La forza di un Front End diversificato

La soluzione è sostituire la prova gratuita con un'offerta Front End irresistibile e a basso costo. Un'offerta Front End ti permette di far entrare il cliente nel tuo mondo a un prezzo accessibile, creando un primo passo di fiducia che non lo spaventi. Questo approccio è cruciale per la sostenibilità del tuo business.

Se la prova gratuita ti costa tempo e denaro senza darti nulla in cambio, un Front End ben strutturato ti permette di recuperare almeno in parte il costo di acquisizione, riducendo il rischio e gettando le basi per un'attività che si sostiene da sola. In questo modo, il cliente si impegna a vivere un'esperienza completa e tu puoi dimostrare il valore del tuo servizio in modo più efficace.



La soluzione migliore è un pacchetto di 2-3 lezioni a un prezzo accessibile, supportato da una garanzia "Soddisfatto o Rimborsato". In questo modo il cliente si sente al sicuro, si impegna a frequentare le lezioni e tu ti impegni a dare il massimo. Non solo i tassi di conversione possono arrivare fino all'80-85%, ma puoi differenziarti dai competitor che continuano a sprecare tempo e risorse con le vecchie e inefficaci prove gratuite.

Prova il nostro modello di Front End: queste indicazioni ti aiuteranno a trovare quello più adatto a te per garantire la sostenibilità della tua attività.

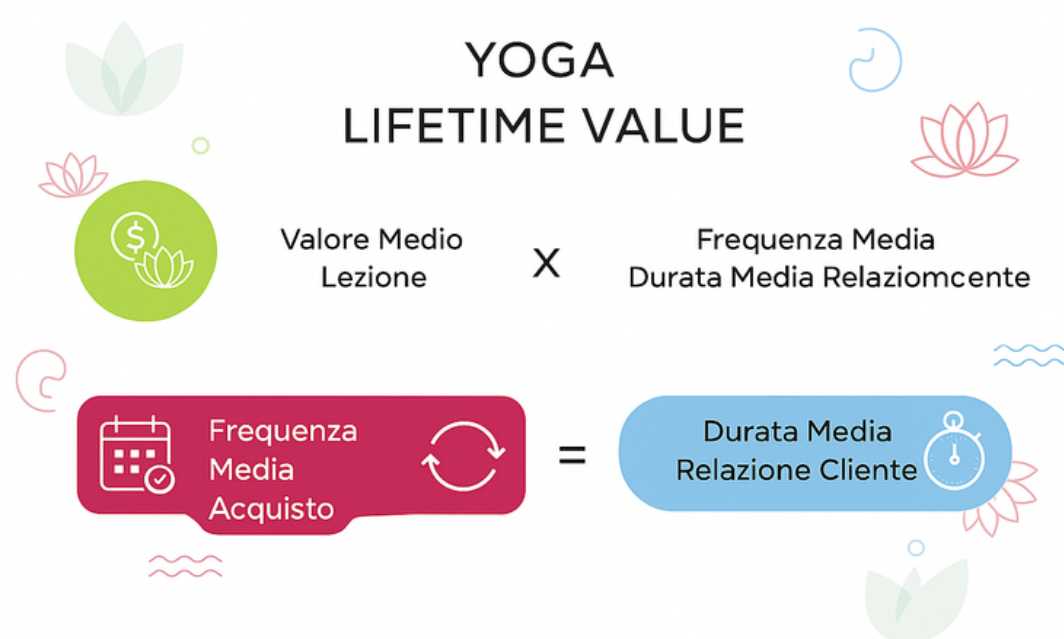
Fai dei test A-B, prepara due o tre pacchetti front end e testali, nella stessa area geografica e per un periodo di tempo analogo. Verifica le conversioni, definendo così quale sia la formula più performante.

Una volta trovato il front end giusto utilizzalo per le tue campagne e sfruttalo più a lungo possibile.

Proposta Abbonamento: La Conversione Strategica

A volte, un potenziale cliente fa una prova, si trova bene, ma poi sparisce. Lo richiami, offri sconti sull'abbonamento annuale, ma lui non si impegna o opta per la soluzione più economica. Quando l'unica leva che hai è il prezzo, stai perdendo il tuo margine. Un cliente alto-spendete non è interessato a risparmiare, ma a risolvere il suo problema. Fare sconti non solo ti fa perdere denaro, ma ti posiziona come un'attività che compete sul prezzo, e non sul valore.

La verità è che la tua attività non sarà mai davvero profittevole se non hai clienti fedeli, con un LTV (Life Time Value) elevato, in grado di coprire i costi di marketing e garantirti un guadagno.



Costruisci valore, non abbassare il prezzo

La leva per la conversione non è il vantaggio economico, ma il bisogno del cliente. L'obiettivo della chiamata di recall è rafforzare il bisogno che lo ha spinto a cercarti all'inizio. Presenta le tue opzioni di abbonamento non come un semplice pacchetto di lezioni, ma come la soluzione definitiva al suo problema.

Invece di offrire sconti, aggiungi valore. Costruisci proposte complete con bonus esclusivi, come l'accesso a workshop specializzati, sessioni private o sconti su prodotti. Questo non solo aumenta il valore percepito dal cliente, ma ti permette di mantenere il tuo margine senza svalutare il tuo servizio.



Inoltre, il passaggio da un abbonamento mensile a uno trimestrale o annuale deve farti guadagnare tempo e stabilità, non far spendere meno il cliente. Anziché sconti significativi, offri la comodità di un impegno a lungo termine, che lo porti a risultati concreti, e la garanzia di un percorso continuativo. Questo ti libera da incertezze e ti permette di concentrarti sull'insegnamento e sulla crescita del tuo centro.

Ricorda, la leva è il problema, non il prezzo. Fissa una chiamata con il tuo potenziale cliente per mostrargli come il tuo abbonamento risolve il suo problema una volta per tutte.

Pagamenti Semplici: Rimuovi gli Ostacoli all'Acquisto

Quando un potenziale cliente è convinto e pronto ad acquistare, ma il processo di pagamento è complicato, rischi di perderlo all'ultimo minuto. Chiedere un bonifico, non avere la possibilità di rateizzare, o non accettare carte rende l'acquisto una scocciatura. Un processo di pagamento macchinoso è un ostacolo al tuo fatturato. Se non rendi l'acquisto facile, il cliente potrebbe ripensarci o, peggio ancora, rivolgersi a un competitor più agile.



Rendi il pagamento un'opportunità, non un ostacolo

La soluzione è offrire una varietà di metodi di pagamento, tra cui carte di credito/debito, bonifici, e sistemi mobili come Apple Pay e Google Pay o meglio ancora transazioni online.

La vera forza, però, sta nel superare l'obiezione del costo elevato e incoraggiare l'acquisto di abbonamenti superiori (trimestrali o annuali) o con più servizi inclusi.

Come? Offrendo opzioni di pagamento flessibili, come la rateizzazione con Klarna. Questa soluzione ti permette di rendere accessibili anche gli abbonamenti più costosi e completi, abbattendo la barriera del prezzo e aumentando la fidelizzazione a lungo termine. Il cliente può godere dei benefici di un abbonamento più vantaggioso senza affrontare un esborso unico significativo, mentre tu ti assicuri un incasso sicuro e una maggiore stabilità.

Assicurati che il tuo sistema di pagamento sia il più semplice possibile per il cliente. Rendi l'acquisto un'esperienza senza intoppi, e vedrai che il tuo fatturato ne trarrà un enorme vantaggio.

Fidelizzazione: Il Tuo Bene Più Prezioso

Quando acquisisci nuovi clienti, ma dopo pochi mesi smettono di venire, ti ritrovi in un circolo vizioso. Il tuo tasso di abbandono (churn rate) è alto, e devi continuamente investire per rimpiazzare chi se ne va. Acquisire un nuovo cliente costa molto di più che mantenerne uno esistente. Se non hai un sistema di fidelizzazione, il tuo business non sarà mai stabile. Continuerai a correre dietro a nuovi clienti, spendendo soldi in marketing, invece di far crescere la tua base clienti attuale, che è la vera fonte di guadagno.

Costruisci una community, non una semplice lista clienti

La soluzione è sviluppare una strategia per mantenere i tuoi clienti coinvolti e trasformarli in una community. Non si tratta solo di offrire lezioni, ma di costruire relazioni solide. Per questo, devi implementare sistemi automatici e creare un ambiente che faccia sentire i tuoi clienti parte di una famiglia.



Inizia con una comunicazione costante e automatizzata. Invia aggiornamenti regolari con consigli di benessere, orari aggiornati e novità del centro. Subito dopo, implementa un sistema di raccolta recensioni automatico che, dopo ogni lezione o a fine mese, chieda ai clienti di lasciare un feedback online. Le recensioni sono la tua migliore "prova sociale" e un potente strumento per acquisire nuovi iscritti.

Per premiare la fedeltà, crea un programma referral automatico inviando e-mail e messaggi ai tuoi clienti per ringraziarli e premiarli quando portano un nuovo amico. In parallelo, sviluppa un programma fedeltà a punti per premiare la frequenza e le iscrizioni di amici. Infine, organizza eventi e workshop che vadano oltre la routine delle lezioni, come ritiri o serate a tema, per far sentire i tuoi clienti parte di una vera e propria community.

Inizia a implementare questi sistemi per ridurre il tasso di abbandono e trasformare i tuoi clienti in veri e propri fan del tuo centro.

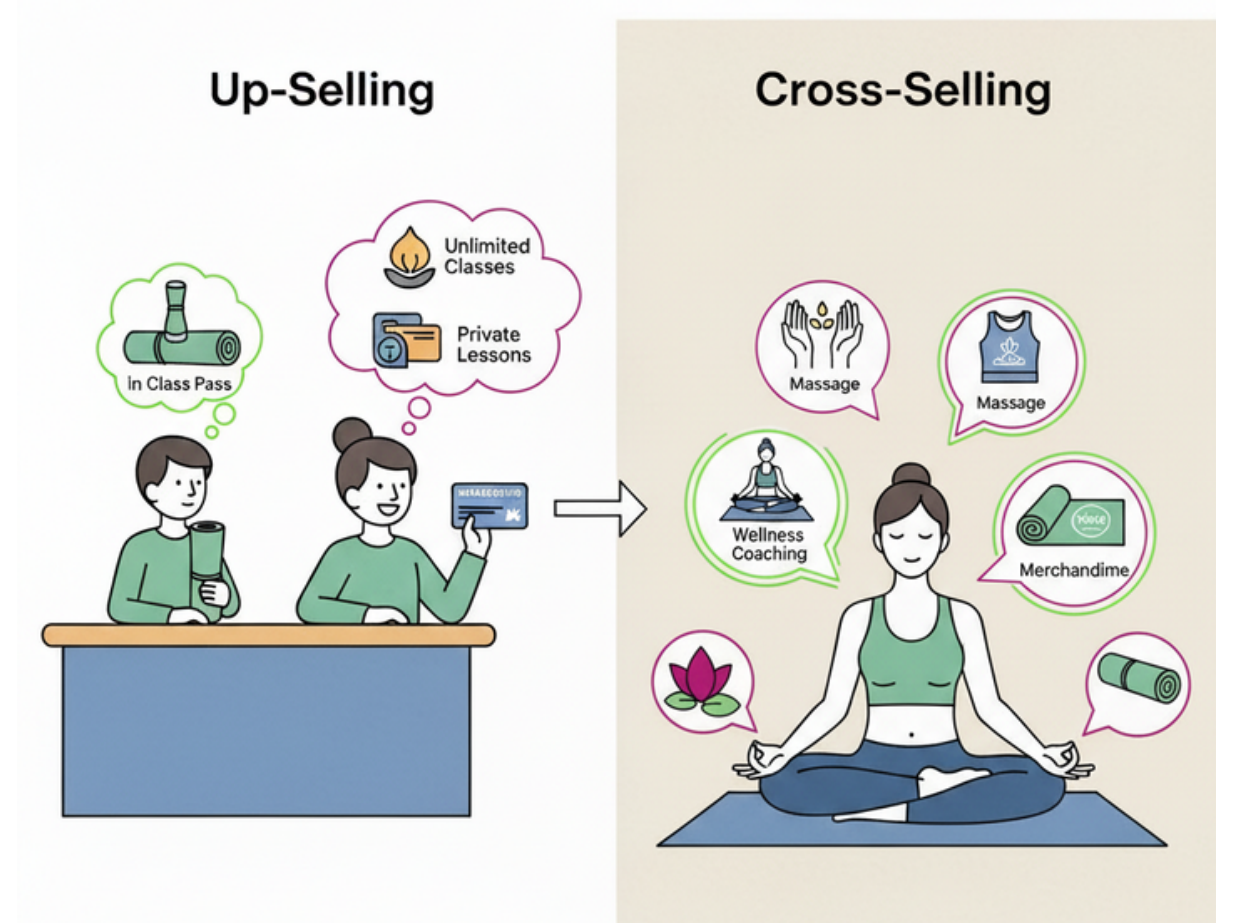
Cross-selling e Up-selling: Aumenta il Valore del Cliente

Il tuo centro è pieno, i tuoi clienti pagano il loro abbonamento mensile, ma i tuoi ricavi rimangono stabili e non hai modo di aumentare il loro valore di spesa. Se ti limiti a vendere l'abbonamento base, stai lasciando soldi sul tavolo. I clienti fedeli e soddisfatti sono pronti a spendere di più per migliorare la loro esperienza, ma se non offri servizi aggiuntivi, stai limitando il tuo potenziale di crescita e non soddisfi a pieno i loro bisogni.

Ottimizza i tuoi ricavi e il tuo tempo

È ora di smettere di faticare per acquisire continuamente nuovi clienti e iniziare a ottimizzare i ricavi da chi già si fida di te. Proponi servizi aggiuntivi in modo strategico per far crescere il tuo fatturato con meno sforzo.

Puoi iniziare con l'up-selling, offrendo un aggiornamento del pacchetto esistente, per esempio passando da 3 lezioni a settimana a un pacchetto illimitato, oppure aggiungendo servizi premium, come sessioni private. Un altro approccio vincente è il cross-selling, ovvero promuovere servizi complementari che arricchiscono l'esperienza del cliente, come workshop di meditazione, massaggi o la vendita di abbigliamento e integratori.



Questo approccio non solo incrementa i tuoi ricavi, ma rafforza anche il legame con il cliente, offrendogli un'esperienza più completa e personalizzata. Invece di sprecare tempo prezioso in nuove acquisizioni, ti concentri su un gruppo di clienti già convinti, che diventeranno la tua principale fonte di guadagno.

Se ci pensi, ogni volta che prendi un aereo per fare un viaggio, la maggior parte di passeggeri viaggia in economy ma alcuni volano in business ed altri ancora i first.

Esiste una percentuale di cliente che è disposta a spendere purché il servizio offerto sia assolutamente esclusivo. Questo permette alla compagnia aerea di fare upsell, aumentando notevolmente i margini di guadagno.

Pensa anche tu ad una "Wow experience", arricchisci il tuo servizio facendolo diventare un'esperienza esclusiva e di élite; probabilmente ne venderai poche ma ad un margine almeno cinque volte superiore allo standard.

Prepara il tuo prossimo workshop o una sessione speciale e invia subito una comunicazione ai tuoi clienti più fedeli.

Gestione di Report e Bilanci: La Crescita Misurabile

Il tuo business è in crescita, ma non sai quali sono i numeri chiave. Hai un'idea approssimativa di quanti iscritti hai, ma non conosci il tuo tasso di abbandono, l'LTV medio dei tuoi clienti, o quali sono i corsi più redditizi. Navigare senza dati è un suicidio per la tua attività. Non puoi prendere decisioni informate se non sai cosa funziona e cosa no. Rischi di investire tempo e denaro in servizi che non portano risultati e di non vedere i problemi prima che diventino insormontabili.

Vendite 2025	  
Vendite - Totali 2025	160.911,50 €
Vendite - Mese	37.527,10 €
Vendite - Mese precedente	19.482,00 €
LTV - Ultimi 12 mesi	  
LTV Bresso - Ultimi 12 mesi	481
LTV Chiavari - Ultimi 12 mesi	116

L'importanza dei dati per il successo del tuo business

Per non navigare più nel buio, devi analizzare i dati in tempo reale per monitorare l'andamento del tuo business. La soluzione è automatizzare la gestione delle informazioni utilizzando un file Excel organizzato.

Attraverso l'analisi dei dati, potrai tenere traccia delle metriche chiave, come il numero di nuovi iscritti, il tasso di abbandono, i ricavi mensili e l'andamento delle lezioni più popolari. Aggiungi una casella per il valore complessivo degli acquisti per calcolare l'LTV del cliente e capire il suo valore reale nel tempo. Utilizza la scheda cliente non solo per la fatturazione, ma per raccogliere informazioni utili per la personalizzazione delle offerte future. Solo monitorando costantemente questi dati, potrai intervenire dove necessario e garantire la crescita del tuo centro.

Inizia a compilare il tuo file oggi stesso. Sii il capitano della tua nave, non lasciare che sia il mare a portarti.

Cosa possiamo fare per te

AUTOMATIZZARE

Clarivoo ti aiuta a trasformare il tuo centro con l'automazione intelligente. Invece di perdere tempo prezioso in compiti ripetitivi come la gestione delle prenotazioni, l'invio di promemoria o la riscossione dei pagamenti, puoi delegare tutto a un sistema software. Questo ti permette di liberare tempo e risorse per concentrarti sui tuoi clienti e sulla qualità dei tuoi servizi.

Con l'automazione, offri un'esperienza più fluida e disponibile 24 ore su 24, riduci gli errori e puoi far crescere il tuo business in modo più efficace e sostenibile. Clarivoo ti guida in questo percorso per ottimizzare ogni processo, dalla comunicazione al marketing, così da permetterti di dedicare le tue energie alla tua passione..

MARKETING TARGETTIZATO

Nel mondo del benessere, il successo non sta nel raggiungere tutti, ma nel connettersi con le persone giuste. Il marketing mirato consiste nell'analizzare e individuare il tuo cliente ideale per rivolgerti a lui con messaggi precisi e personalizzati. Questo approccio non solo ti fa risparmiare tempo e denaro, ma rende ogni tua comunicazione più efficace, aumentando le iscrizioni e le vendite. Creando un forte legame con il tuo pubblico, costruisci una comunità solida e fedele, fondamentale per la crescita del tuo centro.

STRATEGIA COMMERCIALE SU MISURA

Nel mondo del benessere, un piano di crescita standardizzato non può funzionare per tutti. Noi di Clarivoo offriamo un servizio di consulenza commerciale mirata e personalizzata, che va oltre i modelli generici.

Significa che non applichiamo soluzioni predefinite, ma analizziamo attentamente la tua attività, la tua clientela e i tuoi obiettivi unici per costruire un piano d'azione su misura per te. Questo approccio non solo ottimizza le tue risorse e ti fa risparmiare tempo, ma ti garantisce una strategia di crescita più efficace e sostenibile, disegnata esclusivamente per il successo della tua realtà.

Contattaci!



www.clarivoo.it