



PROTOCOLLO HIGH-TICKET

Ingegneria dell'Offerta Premium e Strategie di Vendita
Consulenziale per l'Estetica Avanzata.



*Dalla vendita del tempo alla monetizzazione del risultato: la guida definitiva per
scalare il valore medio di ogni cliente.*

PROTOCOLLO HIGH-TICKET

Sistemi di Vendita e Ingegnierizzazione dell'Offerta Premium

SEZIONE 1: EXECUTIVE SUMMARY (Protocollo Operativo)

- **1.1 Il Cambio di Paradigma:** Dall'estetica dei servizi all'estetica dei risultati.
- **1.2 La Matrice dei Prezzi:** Architettura di un'offerta da €2.000 a €5.000.
- **1.3 Checklist di Configurazione:** Componenti obbligatorie del pacchetto High-Ticket.
- **1.4 Il Modello di Presentazione:** Schema grafico in 3 fasi per l'esposizione del prezzo.
- **1.5 Roadmap Strategica:** Azioni prioritarie per le prime 72 ore.

SEZIONE 2: APPROFONDIMENTO STRATEGICO (Mastery)

CAPITOLO I: PSICOLOGIA DEL CONSUMATORE ALTOSPENDENTE

- *I.I La Percezione del Valore:* Perché il prezzo alto riduce il rischio percepito dalla cliente.
- *I.II Autorità vs Disponibilità:* Come il posizionamento consulenziale annulla la negoziazione.

CAPITOLO II: INGEGNERIZZAZIONE DEL PROTOCOLLO

- *II.I La Diagnosi Avanzata:* Protocollo di anamnesi tecnica come strumento di vendita.
- *II.II Integrazione Domiciliare:* L'autocura come clausola vincolante per la garanzia del risultato.
- *II.III Scarcity & Urgency:* Gestione dei volumi e delle liste d'attesa per i percorsi Elite.

CAPITOLO III: IL PROCESSO DI VENDITA CONSULENZIALE

- *III.I Il Gancio Emotivo:* Individuazione del "punto di rottura" della cliente.
- *III.II Il Pitch di Vendita:* Tecnica della transizione dal problema tecnico alla soluzione economica.
- *III.III Closing Tools:* Gestione avanzata delle obiezioni (Budget, Tempo, Terzi decisori).

CAPITOLO IV: GESTIONE FINANZIARIA E LEGALE

- *IV.I Il Contratto di Impegno:* Formalizzazione della vendita per elevare lo status del servizio.
- *IV.II Cash Flow Management:* Strategie di incasso anticipato e dilazioni a tasso zero interno.

CAPITOLO V: APPLICAZIONI PRATICHE (CASI STUDIO)

- **V.I Protocollo "Total Face Rejuvenation":** Analisi di un caso da €2.500.
- **V.II Protocollo "Body Transformation 90 Days":** Analisi di un caso da €4.000.

CAPITOLO I: LA PSICOLOGIA DEL CONSUMATORE ALTOSPENDENTE

Strategie di riposizionamento percettivo e ingegneria del valore

La vendita di un protocollo High-Ticket (superiore ai 2.000€) non inizia nel momento in cui apri bocca in consulenza, ma mesi prima, nel modo in cui il tuo centro "vibra" nel mercato. Per vendere a prezzi elevati, devi comprendere che la cliente che spende molto non sta cercando il "risparmio", sta cercando la **sicurezza**. In un mercato saturo di offerte low-cost e macchinari cinesi, il prezzo alto diventa il primo segnale di qualità.

I.I La Percezione del Valore: Il prezzo come filtro di rassicurazione

Nella mente del consumatore medio, esiste un'equazione inscindibile: **Prezzo = Qualità = Risultato**. Quando una titolare abbassa i prezzi per "essere competitiva", sta involontariamente comunicando che il suo lavoro vale poco.

Per la cliente High-Ticket, il risparmio è un rischio. Se deve trattare una macchia sul viso o una cellulite fibrosa, la sua paura più grande non è spendere 2.000€, ma spenderne 500€ e non vedere risultati, o peggio, subire un danno.

- **Il paradosso del Lusso:** Un prezzo di €2.500 funge da "filtro di fiducia". Comunica alla cliente che hai investito in tecnologie d'avanguardia, in formazione continua e che non stai "facendo esperimenti" sulla sua pelle.
- **L'effetto Placebo Finanziario:** Gli studi sul comportamento d'acquisto dimostrano che un cliente che paga una cifra importante è più propenso a seguire rigorosamente le istruzioni di autocura. Pagare tanto rende la cliente una "partner" disciplinata, aumentando esponenzialmente le probabilità di successo del trattamento.

I.II Autorità vs Disponibilità: La costruzione della Distanza Professionale

*Il problema principale dei centri estetici tradizionali è l'eccessiva vicinanza emotiva e disponibilità della titolare. Se sei l'amica di tutti, se rispondi ai messaggi alle 10 di sera, se sposti gli appuntamenti per fare un favore, hai distrutto la tua **Autorità**. E nessuno paga 3.000€ a un'amica.*

L'Autorità è una "distanza" necessaria. Deve esserci un divario tecnico e professionale percepito tra te e la cliente.

1. **L'uso del Linguaggio Tecnico-Scientifico:** Non dire mai "questa crema ammorbidisce". Di: "Questo formulato agisce sulla coesione dei corneociti e stimola la sintesi del collagene endogeno attraverso l'attivazione dei fibroblasti". Anche se la cliente non capisce ogni parola, percepisce che tu possiedi una conoscenza che lei non ha. Questo giustifica il premio di prezzo.
2. **La Scarsità e l'Esclusività:** Il lusso è, per definizione, per pochi. Devi comunicare che il tuo protocollo High-Ticket non è per chiunque. È un percorso d'élite. "Seguo personalmente solo 4 trasformazioni totali al mese, perché la mia attenzione deve essere millimetrica su ogni caso". Questa frase sposta la dinamica: non sei tu che cerchi i suoi soldi, è lei che spera di essere accettata nel tuo programma.
3. **Il Controllo dell'Ambiente:** Durante la consulenza High-Ticket, non devono esserci interruzioni. Niente telefoni che squillano, niente dipendenti che entrano a chiedere dove sono gli asciugamani. Il silenzio e l'ordine trasmettono un valore che il caos del low-cost non può permettersi.

I.III La Psicologia della Trasformazione vs La Psicologia della Manutenzione

Bisogna distinguere tra due tipi di acquisti nell'estetica:

- **Manutenzione:** Cera, pulizia viso base, manicure. È un acquisto ricorrente, a basso coinvolgimento emotivo, dove la cliente cerca la comodità e il prezzo onesto.
- **Trasformazione (EGIMA):** Risoluzione di un inestetismo che genera insicurezza. Questo è un acquisto emotivo profondo.

Nel High-Ticket, vendiamo Trasformazione. Devi smettere di elencare le "caratteristiche" (quanti minuti dura il massaggio, che tecnologia usi) e iniziare a vendere i **benefici futuri**. La cliente non paga per il laser, paga per potersi guardare allo specchio e non vedere più quelle rughe che le ricordano l'età che avanza. Devi imparare a dipingere il quadro della sua vita "dopo" il trattamento.

CAPITOLO II: INGEGNERIZZAZIONE DEL PROTOCOLLO

L'architettura tecnica dietro l'offerta High-Ticket

Costruire un protocollo da migliaia di euro non significa semplicemente "sommare" tanti trattamenti singoli sperando che la cifra finale sia alta. Questa è una strategia fallimentare che porta la cliente a percepire il pacchetto come un "ingrosso" di estetica. L'ingegnerizzazione EGIMA prevede la creazione di un'entità nuova, un ecosistema chiuso dove ogni elemento è interdipendente.

II.1 La Diagnosi Oggettiva: Il protocollo di Anamnesi come asset di vendita

In un percorso High-Ticket, la vendita non avviene durante la presentazione del prezzo, ma durante la diagnosi. La diagnosi deve essere un'esperienza catartica per la cliente: deve passare dal "sospettare di avere un problema" al "comprendere l'urgenza di risolverlo".

1. **L'oggettivazione del dato:** Non puoi basarti solo sulla tua vista. Devi utilizzare strumenti che rendano il problema "misurabile" (microcamere, impedenziometria, analisi visuale polarizzata). Mostrare alla cliente la profondità di una macchia o il grado di fibrosità della sua cellulite attraverso uno schermo trasforma la tua opinione in un dato scientifico.
2. **Il "Costo dell'Inazione":** Durante la diagnosi, la tua analisi deve proiettare la cliente nel futuro. "Se oggi non interveniamo su questo cedimento tissutale, tra 12 mesi la gravità avrà reso inutile qualsiasi tecnologia non chirurgica". Devi far capire che non agire oggi costerà il triplo domani.

3. **Il Gap Tecnico:** La diagnosi serve a stabilire che il problema della cliente è troppo complesso per essere risolto con trattamenti standard. Devi "invalidare" le soluzioni economiche o i tentativi fatti in precedenza, non criticandoli, ma spiegandone i limiti biochimici.

II.II La Struttura a Tre Fasi: Reset, Attacco, Stabilizzazione

Un protocollo High-Ticket deve avere una narrazione tecnica. Non è una serie di appuntamenti uguali, ma un viaggio diviso in fasi logiche che giustificano la durata del percorso (spesso 3-6 mesi).

- **FASE 1: RESET (Preparazione Tissutale):** Molti trattamenti falliscono perché il tessuto non è ricettivo. In questa fase (solitamente le prime 2-4 settimane), ci concentriamo sulla detossinazione, il riequilibrio del pH e l'apertura delle vie linfatiche. Stiamo "preparando il terreno". Senza questa fase, i macchinari costosi lavorerebbero al 30% della loro potenza.
- **FASE 2: ATTACCO (L'Urto Tecnologico):** Qui entrano in gioco le tecnologie di punta (Laser, Radiofrequenza, Onde d'urto, ecc.) con frequenze ravvicinate. È la fase della trasformazione visibile, dove il tessuto viene forzato al cambiamento.
- **FASE 3: STABILIZZAZIONE (Mantenimento del Risultato):** Questa è la fase che le titolari spesso dimenticano, ma è quella che giustifica il prezzo High-Ticket. Qui educiamo il tessuto a mantenere la nuova forma o texture, prevenendo il ritorno all'inestetismo iniziale.

II.III L'Integrazione Domiciliare: La clausola vincolante

Nel metodo EGIMA, l'autocura non è un "optional" venduto a parte, ma una **componente obbligatoria del protocollo**.

- **La Logica del Carburante:** Devi spiegare alla cliente che il trattamento in cabina è come un allenamento intensivo in palestra, ma i prodotti domiciliari sono la dieta quotidiana. Senza la "dieta", l'allenamento è inutile.
- **Il Valore Incluso:** Il kit di prodotti (almeno 3-5 referenze specifiche) deve essere fisicamente consegnato alla cliente nel momento in cui firma il

contratto. Vedere una scatola di prodotti di lusso tra le mani attenua immediatamente il "dolore" del pagamento appena effettuato (gratificazione istantanea).

- **Decadenza della Garanzia:** Una titolare High-Ticket deve avere il coraggio di dire: "Se non utilizzi questi attivi ogni mattina come ti ho prescritto, non posso garantire il risultato promesso e il protocollo perde la sua efficacia". Questo eleva lo status del prodotto da "cosmetico" a "prescrizione professionale".

II.IV Il Supporto e il Monitoraggio: L'Elite Concierge

Ciò che differenzia un pacchetto da un Protocollo di Lusso è l'assistenza.

- **Check-up di controllo:** Ogni 4 settimane, il percorso prevede una sosta per rifare la diagnosi e mostrare alla cliente (dati alla mano) quanto è migliorata. Questo "ri-vende" il percorso alla cliente ogni mese, evitando i cali di motivazione.
- **Accesso Privilegiato:** Fornire una linea WhatsApp dedicata o un orario di reperibilità per dubbi sull'autocura fa sentire la cliente parte di un club esclusivo, non solo una delle tante clienti del centro.

CAPITOLO III: IL PROCESSO DI VENDITA CONSULENZIALE

Dall'approccio empatico alla chiusura del contratto High-Ticket

Vendere un protocollo da 3.000€ richiede una ritualità differente rispetto alla vendita di un servizio da 50€. La vendita High-Ticket è un processo di **trasferimento di certezza**. Se la titolare mostra la minima esitazione o dubbio, la cliente percepirà il rischio e si ritirerà. La struttura della consulenza EGIMA è studiata per eliminare l'attrito e posizionare il prezzo come la logica conseguenza di un'analisi inappuntabile.

III.I La Teoria del "Punto di Rottura" (Break Point Emotivo)

Nessuna donna investe 3.000€ per una generica "bellezza". Lo fa per risolvere un conflitto interiore o sociale. Durante la consulenza, il tuo compito è individuare il **Punto di Rottura**.

- **La Ricerca del Dolore:** Devi scavare oltre l'inetetismo. Se una cliente lamenta un rilassamento cutaneo del viso, la domanda non è "quanto le dà fastidio?", ma "In che modo questa cosa sta influenzando la sua sicurezza quando parla con i clienti o con il suo partner?".
- **Il Valore della Soluzione:** Nel momento in cui la cliente ammette che quel problema le impedisce di sentirsi sicura o attraente, il prezzo di 3.000€ non è più confrontato con il costo di una crema, ma con il valore di tornare a sentirsi "al top". Chi non trova il Punto di Rottura, finirà sempre a discutere di listini e sconti.

III.II La Sceneggiatura della Consulenza: Le 4 Fasi

Una consulenza professionale deve seguire un binario rigido. Non deve essere una chiacchierata informale, ma un'intervista clinica.

1. **Fase Investigativa (80% ascolto):** Fai domande aperte. "Cosa ha provato in passato per questo problema? Cosa non ha funzionato? Perché ha deciso di rivolgersi a me proprio ora?". In questa fase, la cliente ti sta dando tutte le "armi" per chiudere la vendita dopo.
2. **Fase Educativa (Il Gap Tecnico):** Spiega il "perché" biochimico del suo problema. Usa termini come infiammazione silente, stress ossidativo, glicazione del collagene. Se la cliente capisce che il suo problema è complesso, accetterà solo una soluzione complessa (e costosa).
3. **Fase della Soluzione (Il Protocollo):** Non presentare "12 sedute", presenta un "Progetto di Trasformazione in 3 Step". Descrivi il percorso come se fosse già iniziato. "Nella prima fase andremo a disinfiammare, poi colpiremo il cuore del problema con la tecnologia X...".
4. **Fase Economica (L'Ancoraggio):** Mai dire il prezzo e fermarsi. Bisogna sempre presentare il **Valore Totale** prima dell'**Investimento Agevolato**.
 - Esempio: "Il valore complessivo di questa trasformazione, inclusi i 5 mesi di cabina, i 4 check-up digitali e l'intero set di attivi domiciliari,

è di €3.850. Tuttavia, inserendola nel programma di trasformazione di questo mese, il suo investimento sarà di €2.600."

III.III Gestione Professionale delle Obiezioni: Il "Closing" senza sforzo

L'obiezione non è un muro, è un gradino. Se la cliente dice "Ci devo pensare", non dire "Va bene".

- **La Tecnica del Dubbio Reale:** Rispondi: "Certamente, un investimento sulla propria immagine merita riflessione. Mi dica però: il suo dubbio è sulla validità del metodo per il suo caso specifico, o è una questione di gestione del budget?".
 - Se è il **metodo**, torna a spiegare la diagnosi (non hai venduto abbastanza autorità).
 - Se è il **budget**, offri la soluzione finanziaria (dilazione), ma non abbassare mai il prezzo.
- **L'Obiezione del Marito:** "Capisco, è importante condividere le decisioni. Ma mi dica, suo marito è un esperto di fisiologia della pelle o si fida della sua volontà di risolvere un problema che la fa stare male? Perché se blocchiamo il percorso oggi, possiamo iniziare subito la fase di Reset e non perdere altro tempo prezioso."

III.IV Il Linguaggio Non Verbale e l'Ambiente di Vendita

*Vendere High-Ticket in una cabina con la cliente mezza nuda o sul lettino è un errore fatale. La vendita si fa **scrivania contro scrivania**.*

- **Posizione di Autorità:** La titolare deve essere seduta dietro una scrivania ordinata, con un camice impeccabile o una divisa professionale di alto livello.
- **Supporti Fisici:** Mostra grafici, foto prima/dopo (reali e tue), e il contratto cartaceo già pronto sul tavolo. La vista del contratto comunica che "questa è una cosa seria".
- **Il Silenzio Post-Prezzo:** Dopo aver pronunciato la cifra dell'investimento, **stai in silenzio**. Il primo che parla perde. Lascia che la cliente elabori

l'informazione. Il silenzio comunica che sei sicura del valore che stai offrendo.

CAPITOLO IV: GESTIONE FINANZIARIA E LEGALE

L'architettura del profitto: Blindare il fatturato e innalzare lo status attraverso la contrattualistica

Nel mercato dell'estetica High-Ticket, l'informalità è il nemico numero uno del profitto e dell'autorità. Molte titolari operano ancora con "accordi verbali" o semplici schede clienti, convinte che la burocrazia possa allontanare la cliente o rovinare l'incanto dell'esperienza di benessere. La realtà è l'esatto opposto: nel segmento del lusso, il rigore procedurale e la chiarezza contrattuale sono percepiti come segnali di estrema professionalità e serietà. Chi non tutela il proprio lavoro con un contratto, comunica implicitamente che quel lavoro non ha un valore reale.

IV.1 Il Protocollo di Intesa e Garanzia (Il Contratto EGIMA)

*Non chiamarlo mai "contratto di vendita" davanti alla cliente; usa la formula **"Protocollo di Intesa e Garanzia"**. Questo documento non è un mero pezzo di carta per incassare soldi, ma lo strumento psicologico che sancisce il passaggio della cliente da "ospite occasionale" a "membro di un programma di trasformazione d'élite".*

Gli elementi tecnici imprescindibili del documento:

1. **L'Oggetto della Prestazione:** *Devi descrivere l'obiettivo tecnico (es. Rimodellamento dei profili dell'ovale e stimolazione della neocollagenesi) piuttosto che il numero di sedute. Questo sposta l'attenzione giuridica e psicologica sul risultato, non sul tempo.*
2. **La Clausola di Corresponsabilità (Fondamentale):** *Questo è il cuore del metodo EGIMA. Il contratto deve citare testualmente: "Il raggiungimento dell'obiettivo prefissato è subordinato alla stretta osservanza del protocollo domiciliare e alla puntualità del calendario dei trattamenti. L'istituto*

decade da ogni responsabilità circa il risultato finale in caso di utilizzo di prodotti non prescritti o interruzione ingiustificata del piano di cura".

Questa clausola trasforma la cliente in una partner attiva e protegge la tua reputazione da chi pretende miracoli senza impegno.

3. **Politica di Gestione del Tempo (Cancellation Policy):** Nel segmento High-Ticket, la tua ora di lavoro ha un valore altissimo. Il contratto deve prevedere che le disdette comunicate con meno di 48 ore di preavviso comportino l'addebito automatico della seduta o una penale fissa. Questo educa la cliente al rispetto della tua professionalità e garantisce la saturazione produttiva dell'agenda.

IV.II Ingegneria degli Incassi: Massimizzare il Cash Flow

Vendere un protocollo da 3.000€ significa dover gestire un flusso di cassa importante. La tua priorità deve essere l'**anticipazione del capitale**. Incassare subito ti permette di coprire i costi vivi (prodotti domiciliari, materiali di consumo, provvigioni staff) e generare liquidità immediata per il marketing.

- **La Strategia del Saldo Unico (Up-Front):** È l'opzione che devi sempre presentare per prima. Per incentivare il pagamento totale anticipato, non offrire mai sconti percentuali (lo sconto "svilisce" il valore). Offri invece un **"Bonus di Eccellenza Tecnologica"**. Ad esempio: "Per chi sceglie il saldo unico oggi, aggiungiamo al protocollo due sedute di mantenimento post-percorso del valore di 400€, per blindare il risultato per i prossimi 12 mesi".
- **Le Dilazioni Interne (Tasso Zero Interno):** Se la cliente non può saldare tutto subito, evita di passare attraverso finanziarie esterne che potrebbero rifiutare la pratica o appesantire il processo con troppi documenti. Gestisci la dilazione internamente con una struttura fissa:
 - **50% Acconto di Attivazione:** Deve coprire ampiamente tutti i tuoi costi vivi iniziali.
 - **25% al 30° giorno.**
 - **25% al 60° giorno.** In questo modo, entro i primi due mesi di trattamento, hai già incassato il 100% del valore, anche se il percorso dura 6 mesi.

IV.III La Psicologia dell'Acconto di Impegno Immediato

Un "Sì" pronunciato in consulenza ha una validità psicologica di circa 12 ore. Passato questo tempo, subentra il "rimorso dell'acquirente" o l'influenza negativa di mariti o amiche scettiche. Per questo motivo, la firma del protocollo deve essere sempre accompagnata da un **Acconto di Impegno Immediato** (anche solo 200€ o 500€).

- **La Giustificazione Professionale:** "Per bloccare le date delle tecnologie che sono contingentate e per permettermi di ordinare il tuo kit di attivi personalizzati che arriverà tra 48 ore, procediamo ora con l'attivazione della pratica".
- **L'Ancoraggio Mentale:** Una volta che la cliente ha strisciato la carta, il suo cervello chiude il processo decisionale. Non è più "in dubbio", è "già partita". Questo elimina drasticamente il tasso di rinuncia post-consulenza.

IV.IV La Gestione Fiscale e la Percezione di Trasparenza

La chiarezza fiscale è parte dell'esperienza di lusso. Ogni pagamento deve essere seguito dall'emissione immediata del documento commerciale o fattura.

- **Consiglio Pro:** Presenta i costi in modo trasparente ma sintetico. Non spezzettare ogni singola voce (es. 20€ per il latte detergente, 80€ per il massaggio). Presenta blocchi di valore: "Protocollo Integrato Visto + Sistema Domiciliare Bio-Attivo". La frammentazione dei prezzi invita la cliente a fare "cherry picking" (scegliere cosa fare e cosa no), distruggendo l'efficacia del tuo metodo.

CAPITOLO V: APPLICAZIONI PRATICHE (CASI STUDIO ESTRATTI DAL METODO EGIMA)

Dalla diagnosi al closing: Anatomia di due protocolli High-Ticket di successo

In questo capitolo analizzeremo due casi studio reali, sviscerando ogni singolo passaggio: dalla problematica iniziale della cliente alla struttura tecnica del percorso, fino al calcolo del margine economico. Questi esempi servono come "blueprint" (modello) che la titolare può replicare immediatamente nel proprio centro.

V.I CASO STUDIO 1: Protocollo "BIO-LIFTING TOTALE" **(Ringiovanimento Strutturale)**

- **Target:** Cliente donna, 52 anni, libera professionista. Presenta un invecchiamento di grado III con ptosi (cedimento) del profilo mandibolare, svuotamento dei volumi malari e discromie diffuse (macchie senili).
- **Obiettivo del Protocollo:** Ripristinare i volumi, ridefinire l'ovale e uniformare il colorito agendo sulla giunzione dermo-epidermica.

1. La Struttura Tecnica (18 Settimane)

Il percorso non è una serie di sedute laser, ma un'alternanza strategica di stimoli:

- **Fase di Reset (Settimana 1-2):** 2 sedute di esfoliazione enzimatica profonda e ossigenazione tissutale. Obiettivo: eliminare lo strato corneo ispessito per rendere la pelle permeabile.
- **Fase di Attacco (Settimana 3-12):** Alternanza di Radiofrequenza Multipolare (per la contrazione delle fibre di collagene) e Needling o Veicolazione Transdermica (per l'immissione di peptidi biomimetici). Frequenza: 1 seduta ogni 10 giorni.
- **Fase di Stabilizzazione (Settimana 13-18):** 3 sedute di massaggio endodermico e maschere alginato bio-attive per fissare i risultati e drenare le tossine liberate.

2. Il Kit Domiciliare Obbligatorio (Incluso)

La cliente riceve: Detergente specifico acido, Siero ai fattori di crescita, Crema ridensificante notte, Protezione solare 50+ (totale valore commerciale: €380).

3. Analisi Economica

- **Valore dei singoli servizi a listino:** €3.650
- **Investimento Protocollo EGIMA:** €2.800
- **Margine Operativo:** Tolte le spese per prodotti e costi vivi (circa €600), il centro genera un utile netto di **€2.200** per una singola cliente.

V.II CASO STUDIO 2: Protocollo "BODY SCULPT 360" (Rimodellamento e Tonificazione)

- **Target:** Cliente donna, 38 anni, post-gravidanza (12 mesi). Presenta adiposità localizzata sull'addome, atonia dei tessuti interni coscia e ritenzione idrica importante (cellulite edematosa).
- **Obiettivo del Protocollo:** Riduzione della circonferenza addominale, miglioramento del microcircolo e ricompattamento cutaneo.

1. La Struttura Tecnica (24 Settimane)

Un percorso semestrale che lavora sulla fisiologia profonda:

- **Fase 1: Sblocco Linfatico (Settimana 1-4):** 6 sedute di pressoterapia avanzata abbinata a bendaggi salini osmotici. Dobbiamo "svuotare" i tessuti prima di modellarli.
- **Fase 2: Lipolisi e Tono (Settimana 5-18):** 10 sedute di tecnologia d'urto (Onde d'urto o Ultrasuoni cavitazionali) focalizzate sull'addome, alternate a sedute di stimolazione muscolare profonda per le gambe.
- **Fase 3: Rifinitura (Settimana 19-24):** 4 sedute di massaggio manuale modellante e impacchi di fango freddo per ricompattare i tessuti ed evitare l'effetto "pelle svuotata".

2. Il Kit Domiciliare Obbligatorio (Incluso)

La cliente riceve: Spazzola per dry brushing, Fango attivo senza risciacquo, Crema lipolitica notte, Integratore drenante e detossinante (totale valore commerciale: €420).

3. Analisi Economica

- **Valore dei singoli servizi a listino:** €4.800
 - **Investimento Protocollo EGIMA:** €3.400
 - **Punto di Forza:** Il pagamento viene suddiviso in 3 tranches (50% - 25% - 25%). Il centro incassa subito €1.700, coprendo istantaneamente tutti i costi dell'intero semestre.
-

V.III Conclusione: La Potenza della Standardizzazione High-Ticket

*Questi casi studio dimostrano che vendere High-Ticket non è "fortuna", ma l'applicazione di un modello matematico. Se la titolare impara a costruire queste architetture, smette di essere un'operatrice e diventa un'**Ingegnere del Risultato**.*

Il successo di questi protocolli risiede nella loro rigidità: la cliente accetta il percorso perché è presentato come l'unica soluzione scientifica al suo problema. Non c'è spazio per "togliere una seduta" o "non prendere la crema". È un sistema chiuso che garantisce eccellenza alla cliente e prosperità economica al centro.

AVVERTENZE E DISCLAIMER LEGALE

Il presente manuale operativo, i protocolli e le strategie contenute nel programma **EGIMA Academy** hanno scopo puramente informativo e formativo nell'ambito del marketing strategico e della gestione aziendale per il settore dell'estetica avanzata.

Limitazione di Responsabilità: EGIMA e i suoi consulenti non forniscono consulenza legale, fiscale, contabile o finanziaria professionale. Le strategie di gestione degli incassi, la contrattualistica suggerita e i modelli di gestione fiscale presentati sono da intendersi come **suggerimenti strategici di business** e non sostituiscono in alcun modo il parere di professionisti abilitati.

Implementazione dei Protocolli: Prima di implementare qualsiasi protocollo contrattuale, modulo di consenso informato o strategia di dilazione dei pagamenti, è responsabilità esclusiva della Titolare dell'Istituto sottoporre tali documenti e procedure alla revisione e all'approvazione del proprio:

Consulente del Lavoro / Commercialista: Per la verifica della conformità fiscale e della gestione degli incassi.

Legale di fiducia: Per l'adeguamento dei contratti alle normative vigenti in materia di tutela del consumatore, privacy (GDPR) e diritto civile.

EGIMA declina ogni responsabilità per eventuali danni, perdite finanziarie o controversie legali derivanti dall'applicazione delle strategie contenute in questo manuale senza la preventiva supervisione dei professionisti di riferimento della cliente.

Il successo del metodo EGIMA risiede nell'unione tra la nostra strategia di marketing e la solidità legale/fiscale garantita dai vostri consulenti di fiducia.

EGIMA
Experience