TERAPISTA PERFETTO

— SECONDA CALL

Presentazione dell'Offerta

Alcuni concetti da chiarire insieme prima di costruire l'offerta giusta per il tuo studio.

PRIMA DI PRESENTARE L'OFFERTA

3 concetti da chiarire insieme



CONCETTO 1

L'offerta non è il tuo listino

L'offerta serve ad acquisire nuovi clienti, il listino a monetizzare il tuo lavoro di tutti i giorni.



CONCETTO 2

Conta anche ciò che si vede

Prima del trattamento, il cliente valuta la tua immagine: sito, recensioni, comunicazione.



CONCETTO 3

Il valore conta più del prezzo

Un cliente acquisito a 50€ può valere più di uno a 100€, lavorando sul valore nel tempo.

CONCETTO 1

L'offerta non è il tuo listino

Sono due strumenti diversi, con funzioni diverse, e possono tranquillamente convivere.

LEVA DI ACQUISIZIONE

L'offerta

Serve ad abbassare la barriera d'ingresso, farti conoscere e portare una nuova persona nel tuo studio. È il primo gradino, non tutta la scala.

MONETIZZAZIONE

Il listino

Sono i prezzi normali con cui vendi i tuoi servizi ogni giorno. Restano pienamente validi: l'offerta non li sostituisce.

✓ Avere un'offerta a **49€** e un listino a **70€** non è una contraddizione: hanno due obiettivi diversi.

CONCETTO 1 - ESEMPIO

Il valore del tuo cliente è nel tempo

Un'offerta d'ingresso bassa non significa lavorare a quel prezzo: è il modo per far entrare un nuovo cliente.

PRIMO INGRESSO

49€

con l'offerta "Gambe Leggere"

→

SEDUTE SUCCESSIVE

60€ x 4

al tuo listino normale

→

VALORE DEL CLIENTE

240€

nel tempo, non 49€

L'offerta deve comunque restare **economicamente sostenibile**: è una leva di ingresso, non una scusa per svendere.

Durante il percorso lavoreremo insieme per aumentare il valore del tuo cliente: **è qui che guadagni davvero**, fidelizzi di più e ottieni recensioni positive e passaparola.

CONCETTO 1 - I DUBBI

I dubbi più frequenti

Così svaluto il mio lavoro?

No. Non stiamo dicendo che il tuo servizio vale 49€: stiamo costruendo un ingresso per farti conoscere da chi oggi non ti conosce ancora.

Voglio un'offerta alta da subito

Comprensibile. Ma più alziamo l'offerta d'ingresso fin da subito, più diventa difficile la gestione iniziale: per giustificare un prezzo alto servono già recensioni, immagine e un percorso solidi. Meglio partire con un ingresso sostenibile e far crescere il valore nel tempo.

CONCETTO 2

Il cliente compra anche ciò che vede

Prima di entrare non può valutare la tua qualità tecnica: può giudicare solo gli elementi che ha davanti.

Sito web
curato e professionale

Recensioni
reali e positive

Foto
di te e dello studio

Comunicazione
risposte rapide e di qualità

Prenotazione
semplice e immediata

Ambiente e accoglienza
l'esperienza dal vivo

Devi essere **dimostrabile anche prima della prestazione**: se online sembri uno studio qualunque, un prezzo di 100-150€ non verrà percepito come giustificato.

CONCETTO 3

Un cliente da 50€ può valere più di uno da 100€

Non conta solo il prezzo del primo appuntamento, ma quanto quel cliente genera nel tempo.

ACQUISITO A 50€

Ingresso accessibile, poi percorso e fidelizzazione.

Primo ingresso	**50€**
5 sedute x 60€	**300€**

Valore nel tempo **350€**

+ recensioni positive e passaparola

VS

ACQUISITO A 100€

Prezzo alto da subito, ma una tantum e senza percorso.

Primo ingresso	**100€**
Sedute successive	**0€**

Valore nel tempo **100€**

nessun percorso, nessun passaparola

Un ingresso accessibile, gestito bene, vale più di un prezzo alto "one-shot". **È qui che lavoriamo insieme.**