

# Che cosa pubblicare sul proprio sito Internet

Ecco alcuni suggerimenti circa i contenuti che l'operatore del benessere può proporre sul proprio sito Internet o sulla sua pagina su social network per rendersi visibile e destare interesse e curiosità nei confronti del suo salone. Naturalmente, non tutti i consigli devono essere seguiti obbligatoriamente: il professionista potrà cogliere le idee più vicine all'immagine del proprio salone e utilizzarle per costruirne l'identità on-line.

▶ **Parlare delle tendenze del momento.**

Si possono pubblicare articoli o fotografie che mostrano le ultime acconciature e le tendenze del momento in fatto di trucco, manicure e trattamenti corpo, in modo da dimostrare di poter offrire servizi aggiornati e alla moda.

▶ **Mostrare gli ultimi lavori effettuati.**

Capita spesso di effettuare lavori molto diversi fra loro: pubblicare fotografie o descrizioni di quello più particolare, magari spiegando come si è ottenuto un determinato risultato, attrae la curiosità del cliente.

▶ **Puntare su un argomento innovativo o poco conosciuto.**

Formarsi il più possibile su un ambito specifico, acquisendo abilità particolari, permette al professionista di offrire servizi innovativi e differenti da quelli generalmente messi a disposizione da altri saloni. Esplicitando chiaramente le competenze innovative che si possiedono, si può raggiungere una nicchia di persone interessate.

▶ **Creare semplici video tutorial.**

I video tutorial possono suggerire, per esempio, accorgimenti per mantenere il trattamento a casa, indicando il modo migliore per curare i capelli e la pelle in ogni periodo dell'anno. Questo permette di mostrare le proprie competenze, di farsi vedere all'opera, oltre che di trasmettere l'immagine di un professionista degno di fiducia.

▶ **Creare nel sito una sezione con le domande frequenti.**

Spesso i clienti pongono domande sulla cura di sé o su diversi aspetti della professione. Riproporre queste domande e le relative risposte sul proprio sito, suddividendole per argomento, consentirà di disporre di un buon archivio di informazioni utili per soddisfare le curiosità dei clienti.

▶ **Coinvolgere i clienti più disinvolti trasformandoli in testimonial.**

Chiedere ai clienti particolarmente ben disposti di apparire nei contenuti visivi, cioè foto o video, creati appositamente per il sito, permette di rafforzare il rapporto di fidelizzazione, concedendo un piccola gratificazione, e di mostrare al pubblico un'atmosfera di attenzione e coinvolgimento del cliente nelle attività del salone.

