Febbraio 2015 - Mensile - Nº 66
4 €

Cabines Italia Spa

L'informazione economica e tecnica de

forever
IL SEGRETO DELL'ETERNA GIOVINEZZA

Vi aspettiamo al COSMOPROF
PAD. 14 | STAND. A22 - B21

MAVEX

Servizio a pagina 14

Qualità e innovazione
segreti di un business dimostrabile

Quattromila centri estetici e SPA diventati clienti in soli cinque anni di attività in Italia, la scelta di creare un nuovo mercato, quello del cheratolitico e puntare su pochi prodotti, ma innovativi e di qualità, attraverso i quali i centri estetici riescono a moltiplicare i servizi offerti alla propria clientela, questa è la strategia di Maxico. Domenico Galiano, contitolare dell'azienda, spiega il segreto di questo successo.

Maxico è un'azienda giovane, nata da un'esperienza pluriennale nel settore dell'estetica professionale. Sig. Galiano ci racconta come avete cominciato e quali sono i risultati fin qui conseguiti?

Dopo aver contribuito per 20 anni allo sviluppo e alla crescita in Italia di alcuni dei principali brand del settore estetico, sentivamo la necessità di trovare nuove soluzioni che fossero in grado di dare nuova linfa all'estetica professionale, che era ormai entrata in crisi, principalmente di idee. Dopo un'attenta analisi del mercato estetico (aziende operanti, centri estetici, clienti finali) decidiamo di fondare Maxico, con l'obiettivo di trovare servizi e prodotti innovativi, che fossero in grado di rispondere alle mutate esigenze d'acquisto da parte dei clienti finali e quindi dei centri estetici. Da queste considerazioni abbiamo deciso di creare in Italia il mercato del cheratolitico per i piedi, che all'estero iniziava a muovere i primi passi; abbiamo ricercato il produttore migliore presente sul mercato mondiale trovandolo in svizzera con Mavex. Il risultato di questa scelta, si è tradotto per Maxico, in soli 5 anni, in 4000 centri estetici e SPA diventati clienti e 40 informatori tecnico/commerciali attivi sul territorio nazionale.

Quali sono le motivazioni che vi hanno spinto verso il brand Mavex?

Mavex rappresentava la piattaforma ideale per il nostro sviluppo, era una piccola azienda svizzera poco conosciuta, con il pallino della qualità e l'innovazione del prodotto (infatti Calluspeeling Ultra è un dispositivo medico CE, oggi distribuito in 30 paesi nel mondo), ma soprattutto rappresentava il partner ideale con cui era possibile sviluppare nuovi progetti e nuove soluzioni, dove il concetto di squadra e i rapporti umani avevano e hanno tuttora un valore reale.

Quali sono le peculiarità dei prodotti Mavex e quali linee trattate?

La caratteristica principale dei prodotti Mavex è la qualità, con la ricerca di principi attivi provenienti principalmente dalle Alpi svizzere e da coltivazione biologica. L'innovazione, però, rappresenta il reale punto di forza, con pochi "prodotti innovazione", che rispondono alle necessità del cliente finale di oggi, diventando magicamente prodotti acquistabili da tutto il parco clienti del centro estetico: + risultato + qualità + praticità (prodotti 2 in uno) + convenienza (ottimo rapporto qualità/prezzo) + seducenti perché supportati dal merchandising e dai materiali di comunicazione. Lo stesso vale per i trattamenti in cabina, che a queste caratteristiche uniscono la versatilità, infatti si eseguono quasi tutti durante le pose degli altri servizi, con risparmio di tempo e denaro sia per l'estetista che per il cliente finale; con soli 5 trattamenti da cabina e 17 prodotti di autocura siamo in grado di soddisfare le necessità nei trattamenti di piedi, mani e viso, in questo modo il centro estetico riesce a moltiplicare il numero dei servizi e dei prodotti venduti (maggior guadagno), ma con grande risparmio di costi sul magazzino (poche referenze) e sul personale che a parità di ore impiegate (vende più servizi e prodotti).

Ora parliamo del vostro cavallo di battaglia. Parliamo di Calluspeeling

Sicuramente, ancora oggi il Metodo Calluspeeling rappresenta un'opportunità unica di guadagno per un centro estetico, i 2 trattamenti per i piedi che lo compongono, permettono da soli di coprire i principali costi di gestione di un centro estetico che, mai come oggi, è diventato dipendente dai servizi di base (mani e piedi).

1° La Pedicure effettuata con il Metodo Calluspeeling assicura risultati unici su ipercheratosi, duroni, ragadi e calli, il trattamento è piacevole, non prevede l'uso di lame e micromotori, caratteristiche che soddisfano appieno i clienti finali, che pagano volentieri il supplemento di prezzo e i prodotti di autocura a casa.

2° Il Trattamento di Bellezza del piede rappresenta una vera nuova voce di ricavo per il centro estetico, si può effettuare su tutta la clientela, in particolare su chi i piedi non li ha mai trattati, ideale su piedi secchi e screpolati, si effettua sul lettino durante la posa di altri servizi estetici, in soli 15 minuti il cliente riscopre il piacere di piedi morbidi e vellutati, si abitua a richiedere durante l'anno questo servizio e inizia ad acquistare con regolarità l'autocura a casa.

> **Con soli 5 trattamenti da cabina e 17 prodotti di autocura, siamo in grado di soddisfare le necessità nei trattamenti di piedi, mani e viso**

Con Calluspeeling avete una distribuzione davvero capillare in tutta Italia, i numeri parlano di un vero e proprio successo, come proteggete questo business per voi e le vostre estetiste?

Maxico si accerta sempre di fornire la merce solo a centri estetici reali, che esistono davvero! Sembra una banalità, ma non è così! Inoltre vende i prodotti solo ai centri che hanno ricevuto adeguata formazione. Sentiamo sempre più parlare di abusivismo, di estetiste che lavorano "in casa", che fanno concorrenza sleale a prezzi stracciati e sono prive di ogni rispetto delle norme igieniche. Tutto questo per noi è out!

Detto questo, il segreto del successo è che il metodo Calluspeeling Mavex offre all'estetista, anche con una semplice pedicure, la possibilità di distinguersi con la qualità e la dignità di un prezzo adeguato alle proprie capacità professionali. Il nostro suggerimento a tutte le estetiste, quando vengono proposti prodotti similari a basso prezzo, è quello di porsi sempre questa

domanda: "Ma chi sono i distributori e le aziende che continuano a fornire questi centri abusivi?"

Nel vostro portafoglio ci sono anche cosmetici viso. Ci racconta di Ganoderma?

Dopo lo straordinario successo ottenuto con il lancio della linea Perla Nera, il nuovo trattamento Superdetox per il viso, il 2015 sarà caratterizzato dall'inserimento della nuova linea viso Forever, a base di Ganoderma Lucidum, prezioso principio attivo utilizzato già 4000 anni fa in Oriente e che oggi vanta ben 780 pubblicazioni scientifiche in tutto il mondo, uno straordinario elisir di bellezza e benessere, finalmente disponibile in un esclusivo trattamento di bellezza anti-aging per il viso da effettuare in istituto, supportato da una linea domiciliare "in stile Mavex", innovativa, semplice ed efficace. I trattamenti cosmetici sono supportati dalla linea di liofilizzati al Ganoderma Lucidum al gusto Caffè, Orzo e Te verde, che svolgono la loro benefica azione dall'interno.

Quale è il supporto che offrite alle estetiste?

La nostra rete tecnico/commerciale viene costantemente formata e aggiornata in modo da supportare al meglio l'estetista nel percorso di crescita del suo centro estetico. Tutte le linee sono supportate da materiali di merchandising (cartelli, poster, espositori tester, corner, campioni e brochure per il cliente finale) che ne migliorano la visibilità, oltre ai materiali di comunicazione (video del trattamento, immagini in 3D, pubblicità). Le costanti campagne di promozione sugli acquisti che proponiamo, consentono un notevole abbattimento dei costi in cabina per il centro estetico.

In che direzione andranno i vostri investimenti nel 2015. Quali gli obiettivi che vi siete posti?

I nostri investimenti per il 2015 sono totalmente volti al potenziamento della nostra rete tecnico commerciale, al completamento dell'informatizzazione dell'azienda e al potenziamento della campagna pubblicitaria in corso, tutte azioni per migliorare la qualità dei servizi offerti alla nostra clientela e ad aumentare la richiesta di prodotti e servizi Mavex da parte dell'utente finale.

Poche battute per concludere

Il nostro motto era ed è rimasto: richiedi la dimostrazione gratuita, perché la qualità è sempre dimostrabile! Aspettiamo le estetiste al Cosmoprof di Bologna, Pad. 14 – Stand A22-B21. ◆

www.maxicoestetica.com