

Operazione Rif. PA 2024-23638/RER approvata con DGR 575/2025 in data 22/04/2025 e realizzata grazie ai Fondi Europei della Regione Emilia-Romagna



## SOCIAL MEDIA STRATEGY PER IL SETTORE WELLNESS

Innovazione sostenibile nel marketing e vendite dei servizi – PG3

Marketing

**Attrai, colpisci, converti sul web**

**FORMAZIONE FINANZIATA PER L'INNOVAZIONE**  
SERVIZI ALLE PERSONE: COMMERCIO, DISTRIBUZIONE,  
TURISMO E RISTORAZIONE, BENESSERE E CURA

### Obiettivi

Il corso fornisce ai professionisti dell'estetica e dell'acconciatura un metodo chiaro e strutturato per utilizzare i social media come strumento professionale integrato nella customer experience, superando logiche improvvisate e puramente promozionali. Il valore aggiunto consiste in un approccio orientato alla coerenza comunicativa, alla definizione del target ideale e alla costruzione di relazioni di fiducia e fidelizzazione nel tempo, con strumenti semplici e indicatori di efficacia concreti.

### Argomenti

Perché oggi i social sono fondamentali nel settore wellness

- Differenza tra:
  - o social come hobby
  - o social come strumento professionale
- Cosa sono e cosa non sono i social per un centro estetico
- Social ≠ vendita diretta ≠ promozione continua
- Il ruolo dei social nel percorso reale della cliente
- Social come estensione dell'esperienza in cabina
- Errori più comuni delle estetiste sui social
- Paure, blocchi e falsi miti ("non sono capace", "non sono portata",

### DURATA TOTALE:

24 ore

### NUMERO

### PARTECIPANTI:

8

### CALENDARIO:

dal: 09/03/2026

al : 03/04/2026

### TERMINE

### ISCRIZIONI:

05/02/2026

### SEDE DI

### SVOLGIMENTO:

PIACENZA

### REFERENTE DEL

### CORSO:

LUCIANO LA PENNA

luciano.lapenna@formart.it

3466800415

### QUOTA DI

### PARTECIPAZIONE:

Finanziato



FORMart sede di PIACENZA, via Gaetano Modonesi, 14 29122  
Piacenza

**T. 0523-606613** - info.piacenza@formart.it - www.formart.it



Cercaci su



“ci vuole troppo tempo”)

- Perché non puoi parlare a tutte sui social
- Il concetto di cliente ideale applicato ai social
- Come riconoscere il proprio target online
- Coerenza tra:
  - o centro estetico
  - o comunicazione social
  - o tipo di cliente attratto
- Il linguaggio giusto nel wellness:
  - o semplice
  - o rassicurante
  - o umano
- Cosa comunicare:
  - o competenza
  - o empatia
  - o professionalità
- Differenza tra contenuti tecnici e contenuti comprensibili
- Costruire fiducia prima di vendere
- Perché “pubblicare a caso” non funziona
- Le principali tipologie di contenuti wellness:
  - o educativi
  - o esperienziali
  - o relazionali
  - o testimonianze
  - o risultati
- Prima/dopo: come usarli correttamente
- Dietro le quinte: perché funzionano
- Raccontare i percorsi, non solo i trattamenti

Il corso sarà  
realizzato solo al  
raggiungimento del  
numero minimo di  
iscritti.  
Le date potrebbero  
subire variazioni.



- Errori frequenti nei contenuti:
  - o solo promozioni
  - o solo immagini senza spiegazioni
  - o copia-incolla da altri profili
- Come trasformare il lavoro quotidiano in contenuto
- Come parlare davanti alla camera (base, senza forzature)
- Perché la costanza è più importante della quantità
- Frequenza realistica per un centro estetico
- Come organizzarsi:
  - o settimanalmente
  - o mensilmente
- Griglia contenuti semplice
- Differenza tra post, storie e contenuti di relazione
- Uso base degli strumenti:

smartphone

app semplici (editing base)

- Come rispondere ai messaggi e ai commenti
- Errori di gestione:
  - o sparire
  - o rispondere male
  - o non rispondere
- Come proteggere tempo ed energie
- Perché i social servono più a fidelizzare che ad acquisire
- Social come strumento di relazione nel tempo
- Come mantenere vivo il rapporto con le clienti
- Social e customer experience:
  - o prima
  - o durante



- o dopo il trattamento
- Stimolare il ritorno delle clienti
- Social e passaparola:
  - o come favorirlo
  - o come non forzarlo
- Errori nella “vendita” sui social
- Indicatori semplici per capire se i social funzionano

### Misure di accompagnamento

Partecipando al corso potrai permettere alla tua azienda di beneficiare di un’attività di consulenza su misura senza sostenere alcun costo aggiuntivo.

Le opportunità sono limitate: fanne richiesta al momento dell’iscrizione.

La durata di questo servizio è di 6 ore.

### Destinatari

Il corso si rivolge a imprenditori, figure chiave e professionisti in generale del settore wellness, che richiedono competenze specifiche per gestire attività di marketing e comunicazione della propria attività.

### Calendario

Il corso si svolgerà **in presenza** nel periodo 09/03/2026 - 20/04/2025 dalle 09:00 alle 13:00

Nelle seguenti date:

- Lunedì 09/03/2026
- Lunedì 16/03/2026
- Lunedì 23/03/2026
- Lunedì 30/03/2026
- Lunedì 13/04/2026
- Lunedì 20/04/2026

**05/02/2026 è il termine ultimo entro il quale inviare la documentazione necessaria per l'iscrizione**

### Docenti

Il corso è stato progettato con la collaborazione di un team di esperti e professionisti del settore edell’area tematica del corso.

Il docente di questo corso è : **Yuri Meazza**

Specialista in marketing & comunicazione con oltre 17 anni di esperienza nel settore. Nel corso deglianni si è occupato principalmente di strategie di web marketing, project management e



FORMart sede di PIACENZA, via Gaetano Modonesi, 14 29122  
Piacenza

**T. 0523-606613** - info.piacenza@formart.it - www.formart.it



Cercaci su



salesmanagement attraverso attività specifiche come branding e storytelling, content marketing e advertising online.

## Requisiti

Il corso è aperto a persone occupate:

- dipendenti
- imprenditori
- liberi professionisti

che operano in aziende del sistema di riferimento con sede legale o unità locale in Emilia Romagna

Nel caso in cui le iscrizioni risultassero superiori al numero massimo dei partecipanti previsti, verrà attivato il processo di selezione sulla base dei seguenti criteri:

- Ordine di arrivo dell'iscrizione

