

ESTETISTA PREMIUM

PRIMA DELLA PROPOSTA

Guida pratica per riconoscere ciò
che influenza la decisione della
cliente prima ancora di
comunicare il prezzo.

PAOLO CUSIMANO



Estetista Premium - Prima della proposta

Guida pratica per riconoscere ciò che influenza la decisione della cliente prima ancora di comunicare il prezzo.

AUTORE

Paolo Cusimano

PROGETTO EDITORIALE

Cusimano Lab - Estetista Premium - Metodo MCCB

EDIZIONE

Prima edizione digitale, 2026

NOTA D'USO

Questa guida è una risorsa formativa gratuita. È destinata all'uso personale e professionale della lettrice. La distribuzione è consentita esclusivamente attraverso i canali ufficiali Cusimano Lab. È vietata la vendita, la modifica o la riproduzione, anche parziale, senza autorizzazione scritta.

LA PROMESSA

Sette giorni per osservare ciò che accade prima del prezzo

Questa guida non ti promette formule capaci di ottenere un sì automatico. Ti propone qualcosa di più utile: imparare a vedere i passaggi che spesso restano invisibili nella consulenza.

In 7 giorni imparerai a riconoscere esitazioni, automatismi e segnali comunicativi che possono indebolire la tua proposta, per presentare il valore con maggiore stabilità, senza giustificare il prezzo e senza forzare la cliente.

Che cosa significa, in pratica

- Osservare il tuo stato interno prima di formulare una proposta.
- Riconoscere quando una spiegazione informa e quando, invece, ti protegge dal timore di essere giudicata.
- Collegare il trattamento a un significato concreto per la cliente.
- Comunicare il prezzo e restare presente, lasciando spazio a una decisione libera.

COME USARLA

Leggi con una consulenza reale in mente

Il valore di questa guida non dipende dalla velocità con cui la terminerai, ma dalla precisione con cui collegherai ogni concetto a ciò che accade davvero nel tuo lavoro.

1

Osserva

Rileva parole, impulsi, esitazioni e comportamenti senza giudicarti.

2

Comprendi

Chiediti quale timore o intenzione sta guidando ciò che fai.

3

Sperimenta

Modifica un solo elemento alla volta in una situazione reale o simulata.

4

Registra

Scrivi ciò che è cambiato nella tua esperienza e nella risposta della cliente.

5

Allena

Ripeti fino a quando la nuova scelta diventa disponibile anche sotto pressione.

REGOLA DI ALLENAMENTO

Non cercare di cambiare tutto insieme. Per ogni consulenza scegli un solo focus: domande, ascolto, chiarezza, prezzo o silenzio. L'attenzione selettiva produce apprendimento; l'autocritica indistinta produce soltanto tensione.

PUNTO DI PARTENZA

Che cosa accade dentro di te quando la cliente deve decidere?

Assegna a ogni affermazione un punteggio da 1 a 5: 1 = quasi mai, 5 = molto spesso. Non cercare la risposta migliore; cerca quella più vera.

	1	2	3	4	5
Prima di dire il prezzo immagino che la cliente possa trovarlo alto.	☐	☐	☐	☐	☐
Aggiungo dettagli o rassicurazioni che non mi sono stati richiesti.	☐	☐	☐	☐	☐
Uso condizionali o parole che rendono la proposta meno netta.	☐	☐	☐	☐	☐
Riempio subito il silenzio dopo aver comunicato il prezzo.	☐	☐	☐	☐	☐
Offro un'alternativa più economica prima che emerga un'obiezione.	☐	☐	☐	☐	☐
Descrivo molte caratteristiche, ma verifico poco il significato per la cliente.	☐	☐	☐	☐	☐
Un no mi fa dubitare del mio valore professionale.	☐	☐	☐	☐	☐
Fatico a distinguere il bisogno espresso da ciò che io sto presumendo.	☐	☐	☐	☐	☐

PRIMA OSSERVAZIONE

Quale affermazione ti ha fatto esitare di più? Non serve correggerla adesso. Scrivi soltanto un episodio recente in cui l'hai riconosciuta: _____

INDICE - PARTE 1

Il percorso della guida

- | | | |
|----|--|-------|
| 01 | La competenza tecnica non è ancora valore percepito
Dalla qualità del trattamento al significato per la cliente. | P. 9 |
| 02 | La cliente non decide in un solo momento
La decisione come processo, prima, durante e dopo la proposta. | P. 10 |
| 03 | La cliente ascolta anche ciò che non dici
Tono, ritmo, pause e coerenza tra parole e comportamento. | P. 11 |
| 04 | Il tuo rapporto personale con il prezzo
Convinzioni, timore del giudizio e obiezioni anticipate. | P. 13 |
| 05 | La qualità delle domande
Comprendere prima di raccomandare. | P. 14 |
| 06 | La qualità dell'ascolto
Parole, significati e segnali da osservare. | P. 15 |
| 07 | La chiarezza del risultato
Dal servizio al cambiamento rilevante per la cliente. | P. 16 |
| 08 | La stabilità della professionista
Restare presenti mentre la cliente valuta. | P. 17 |

INDICE - PARTE 2

Il percorso della guida

09	Spiegare troppo e troppo presto Quando l'informazione diventa rumore o protezione.	P. 19
10	Giustificare il prezzo Informare senza difendersi.	P. 20
11	Anticipare obiezioni non espresse Distinguere i dati dalle proprie proiezioni.	P. 21
12	Parlare prima di aver costruito significato Verificare la comprensione prima della cifra.	P. 22
13	La mappa Prima della proposta Osserva, comprendi, collega, comunica, resta presente.	P. 24
14	Simulazione guidata La stessa situazione in versione instabile e stabile.	P. 25
15	La checklist della consulenza Criteri prima, durante e dopo la proposta.	P. 27
16	Sette giorni prima della proposta Allenamento quotidiano e applicazione sul campo.	P. 29
17	Autovalutazione finale Confronto prima/dopo e prossimo obiettivo.	P. 33



PARTE I

La decisione comincia prima del prezzo

Prima di parlare di costo, la cliente ha già raccolto segnali sulla tua competenza, sulla pertinenza della proposta e sulla sicurezza della relazione.

Il prezzo non appare in uno spazio vuoto: arriva dentro
un significato già costruito.

CAPITOLO 1

La competenza tecnica non è ancora valore percepito

La competenza esiste nel tuo sapere; il valore percepito nasce quando la cliente riesce a collegare quel sapere a qualcosa che per lei conta. Le due cose sono correlate, ma non coincidono.

Dalla caratteristica al significato

Dire che un protocollo utilizza tre tecnologie, attivi specifici o una determinata manualità descrive il servizio. La cliente, però, deve comprendere perché quelle scelte sono appropriate per la sua situazione. Il ponte può essere espresso così: caratteristica tecnica -> funzione -> beneficio realistico -> significato personale.

Più informazioni non significano più chiarezza

Quando elenchi tutto ciò che sai, la cliente può faticare a distinguere l'essenziale. La selezione delle informazioni è una competenza: non impoverisce la consulenza, la rende utilizzabile. Una spiegazione è efficace quando risponde alle domande che la persona deve affrontare per decidere.

Esempio

«Questo trattamento usa radiofrequenza e attivi specifici» informa. «Ti propongo questa combinazione perché, rispetto al tuo obiettivo di maggiore compattezza, ci permette di lavorare con continuità e verificare la risposta a metà percorso» collega la tecnica a una direzione comprensibile.

ESERCIZIO - LA SCALA DEL VALORE

Scegli un servizio importante. Scrivi: 1) che cosa contiene; 2) che funzione svolge ogni elemento; 3) quale beneficio realistico sostiene; 4) perché quel beneficio può essere importante per una cliente specifica. Se non riesci a completare il punto 4, stai ancora descrivendo il servizio, non il suo valore.

CAPITOLO 2

La cliente non decide in un solo momento

Il «sì», il «no» o il «ci penso» sono la parte visibile di un processo. Prima della risposta, la cliente valuta pertinenza, fiducia, rischio, priorità, sostenibilità e coerenza con l'immagine che ha di sé.

Prima della proposta

La cliente interpreta l'accoglienza, la qualità delle domande e il modo in cui restituisci ciò che hai compreso. Se si sente trattata come un caso standard, il prezzo avrà il compito impossibile di recuperare valore che non è stato costruito.

Durante la proposta

Confronta la raccomandazione con aspettative, alternative e risorse. In questa fase cerca segnali di sicurezza: chiarezza del percorso, realismo dei risultati, responsabilità reciproche e possibilità di fare domande senza sentirsi spinta.

Dopo la proposta

La decisione può proseguire oltre l'incontro. Un passo successivo chiaro - una verifica, una scadenza reale, l'invio di informazioni concordate - sostiene la riflessione. «Mi faccia sapere» spesso interrompe il processo senza offrire direzione.

ESERCIZIO - RICOSTRUISCI UNA CONSULENZA

Pensa a una cliente che ha detto «ci penso». Dividi un foglio in tre colonne: prima, durante, dopo. Annota segnali osservati, informazioni mancanti e tue reazioni. Poi evidenzia ciò che sai con certezza e separalo da ciò che hai soltanto immaginato.

CAPITOLO 3

La cliente ascolta anche ciò che non dici

Le parole portano contenuto; voce e comportamento contribuiscono a definirne il significato. Non esiste una formula capace di compensare stabilmente un tono esitante, una corsa nel parlare o una ritirata subito dopo il prezzo.

Tono, ritmo e pause

Accelerare può comunicare tensione; abbassare improvvisamente la voce può trasformare il prezzo in qualcosa di cui scusarsi; riempire ogni pausa può segnalare che temi il pensiero della cliente. Non sono regole assolute: sono indizi da leggere nel contesto.

La coerenza percepita

Se dici «questo è il percorso che ti consiglio» e subito aggiungi «ma possiamo fare anche una sola seduta», il messaggio complessivo diventa ambiguo. La cliente non sa se la seconda opzione è professionalmente adeguata o se stai cercando di evitare il rischio di un rifiuto.

Osservare senza recitare

L'obiettivo non è controllare ogni gesto né costruire una performance. È riconoscere quando il tuo stato interno modifica il messaggio. Prima di cambiare voce, chiarisci a te stessa il motivo della raccomandazione.

PROVA PRATICA - TRE VERSIONI

Pronuncia e registra: «Il percorso che ti consiglio prevede sei incontri e il valore complessivo è 540 euro». Prima velocemente e senza pausa; poi con tono difensivo e spiegazioni aggiunte; infine con ritmo naturale, frase conclusa e tre secondi di silenzio. Ascolta la registrazione e descrivi l'effetto, senza giudicare la tua voce.



PARTE II

I cinque fattori che influenzano la proposta

Prezzo, domande, ascolto, chiarezza e stabilità lavorano insieme. Trascurarne uno rende più fragile anche ciò che funziona negli altri.

La qualità della proposta nasce prima nella mente della professionista e poi nella relazione.

CAPITOLO 4

Il tuo rapporto personale con il prezzo

Prima di essere una cifra pronunciata, il prezzo è un significato interno. Può rappresentare valore, rischio, giudizio, paura di perdere la cliente o timore di sembrare interessata soltanto all'incasso.

Il prezzo che vivi

Se consideri tu stessa la cifra eccessiva, tenderai a ridurla simbolicamente: userai il condizionale, parlerai più in fretta, aggiungerai «però», proporrà rate o sconti prima che siano necessari. Il messaggio implicito è: «So che questa cifra ha bisogno di essere difesa».

Separare il valore personale dalla decisione

La cliente non sta stabilendo quanto vali come professionista. Sta decidendo se quella proposta, in quel momento, è prioritaria, sostenibile e adatta a lei. Un no può dipendere da molte variabili; trasformarlo in giudizio personale aumenta la pressione sulla relazione.

Prezzo e responsabilità

Essere stabili non significa ignorare le possibilità economiche della persona. Significa comunicare in modo trasparente, proporre soltanto ciò che ritieni appropriato e discutere eventuali alternative dopo aver compreso il vero criterio di esitazione.

ESERCIZIO - COMPLETA LA FRASE

Scrivi senza correggerti: «Il percorso costa ___ euro, però...». Completa la frase cinque volte. Ogni finale rivela ciò da cui stai cercando di proteggerti. Per ciascuno chiediti: è un dato espresso dalla cliente o una mia previsione? Quale informazione professionale posso offrire senza difendermi?

CAPITOLO 5

La qualità delle domande

Le domande non servono a condurre la cliente verso una risposta prestabilita. Servono a ridurre le supposizioni e a costruire una raccomandazione pertinente.

Domande informative

Raccolgono dati: che cosa hai già provato? Da quanto tempo noti questa esigenza? Quali prodotti utilizzi? Sono necessarie, ma da sole non fanno emergere il criterio decisionale.

Domande di significato

Esplorano ciò che rende importante il risultato: in quale situazione noti maggiormente il problema? Che cosa cambierebbe per te se ottenessi un miglioramento realistico? Che cosa non ha funzionato nelle esperienze precedenti?

Domande di decisione

Aiutano a comprendere priorità e vincoli: che cosa ti serve sapere per valutare con serenità? Preferisci un percorso più concentrato o una gestione distribuita? Quale aspetto vuoi verificare prima di decidere?

ESERCIZIO - TRASFORMA CINQUE DOMANDE

Parti da domande generiche come «Vuoi migliorare la pelle?» o «Ti interessa il pacchetto?». Riscrivile in forma aperta e contestuale: «Qual è l'aspetto che desideri migliorare per primo?»; «Che cosa renderebbe questo percorso sensato per te?». Verifica che ogni domanda possa ricevere più di una risposta legittima.

CAPITOLO 6

La qualità dell'ascolto

Ascoltare non significa restare in silenzio aspettando il momento di proporre. Significa aggiornare continuamente la tua comprensione e lasciare che le informazioni cambino, se necessario, la raccomandazione.

Quattro canali di osservazione

1) parole: che cosa afferma; 2) qualificatori: «forse», «solo», «finalmente», «però»; 3) ritmo e pause: dove rallenta o esita; 4) comportamento: che cosa fa mentre parla. Nessun segnale ha un significato fisso; diventa utile quando viene verificato con una domanda.

Restituzione e verifica

Una restituzione efficace è breve e correggibile: «Se ho compreso bene, non cerchi soltanto luminosità: vuoi una soluzione più continuativa rispetto alle sedute isolate. È corretto?». La cliente può confermare, precisare o smentire.

Ascoltare anche il proprio impulso

Se mentre la cliente parla pensi già alla tecnologia da proporre, potresti smettere di raccogliere informazioni. Nota il momento in cui compare la soluzione e rimandala mentalmente finché non hai verificato bisogno, priorità e aspettative.

GRIGLIA DI OSSERVAZIONE

Durante una conversazione annota quattro elementi: parole esatte; tono/ritmo; comportamento osservabile; ipotesi che ti è venuta in mente. Poi formula una domanda di verifica. L'esercizio allena a distinguere dato, interpretazione e conferma.

CAPITOLO 7

La chiarezza del risultato

La cliente non acquista semplicemente minuti, prodotti o passaggi tecnici. Valuta un cambiamento possibile, con il suo grado di realismo, impegno e rilevanza personale.

Risultato tecnico e significato personale

«Migliorare l'idratazione» è un risultato tecnico. Per una cliente può significare sentirsi più curata senza ricorrere a molto make-up; per un'altra, gestire meglio una sensazione di comfort. Il significato non va inventato: va chiesto e verificato.

Promesse realistiche

Chiarezza non significa certezza assoluta. Spiega obiettivo, percorso, tempi di verifica, variabilità individuale e responsabilità condivise. Una promessa prudente ma specifica genera più fiducia di un risultato spettacolare presentato senza condizioni.

La scala di traduzione

Servizio -> funzione -> miglioramento atteso -> evidenza osservabile -> significato per la cliente. Più sali la scala, più devi restare ancorata alle parole della persona e ai limiti professionali.

ESERCIZIO - DAL SERVIZIO AL RISULTATO

Scegli tre servizi. Per ognuno completa: «Questo passaggio serve a...», «il miglioramento che possiamo osservare è...», «lo verificheremo attraverso...», «per te sarebbe importante perché...». L'ultima frase deve riprendere qualcosa espresso dalla cliente, non un vantaggio generico.

CAPITOLO 8

La stabilità della professionista

Stabilità non significa freddezza né rigidità. È la capacità di restare presente mentre la cliente elabora, fa domande, esprime un dubbio o sceglie diversamente da ciò che speravi.

Il silenzio è parte della decisione

Dopo una proposta la cliente può avere bisogno di qualche secondo per confrontare valore, priorità e investimento. Se riempi subito quel tempo, le comunichi che il silenzio è pericoloso o che la cifra non regge da sola.

Regolare l'impulso

Prima della consulenza, chiarisci la tua raccomandazione in una frase. Durante la proposta, appoggia i piedi, espira, concludi la frase e conta mentalmente tre secondi. Non è una tecnica teatrale: è un modo semplice per non reagire automaticamente alla tensione.

Presenza e follow-up

Restare presenti significa anche definire un passo successivo coerente: un appuntamento, una breve chiamata, l'invio di informazioni specifiche. Non significa inseguire, ma evitare che la relazione si dissolva in un «poi vediamo» privo di accordo.

ALLENAMENTO - COMUNICA E FERMATI

Simula dieci volte la tua proposta più frequente. Ogni volta: restituisci il bisogno in una frase, formula la raccomandazione, comunica il valore e resta in silenzio tre secondi. Segna quando nasce l'impulso di aggiungere parole e che cosa avresti voluto dire.



PARTE III

I comportamenti che indeboliscono il valore

Molte esitazioni non nascono da parole sbagliate, ma da aggiunte automatiche: spiegazioni, scuse, alternative e obiezioni introdotte prima del tempo.

Prima di migliorare la frase, elimina ciò che la rende instabile.

CAPITOLO 9

Spiegare troppo e troppo presto

L'eccesso di spiegazioni può sembrare generosità informativa, ma spesso nasce dal timore che la proposta non venga accettata. Il risultato è che l'essenziale si perde dentro il dettaglio.

Informazione o protezione?

Chiediti: questa frase risponde a una domanda reale della cliente o al mio bisogno di sentirmi più sicura? Se la spiegazione compare soprattutto quando temi un no, probabilmente sta regolando la tua tensione più che chiarendo la scelta.

L'ordine delle informazioni

Una struttura utile è: bisogno compreso, raccomandazione, ragione principale, organizzazione del percorso, investimento, domande. Dettagli tecnici aggiuntivi possono essere forniti quando diventano rilevanti, non tutti in anticipo.

Il criterio dell'essenziale

Ogni informazione dovrebbe aiutare la cliente a comprendere adeguatezza, risultato realistico, impegno, sicurezza o investimento. Se non svolge nessuna di queste funzioni, potrebbe essere rinviata.

ESERCIZIO - TAGLIA IL 30%

Trascrivi una proposta come la formuleresti normalmente. Sottolinea: bisogno, raccomandazione, ragione, organizzazione, prezzo. Elimina o rinvia almeno il 30% delle parole rimanenti. Leggi la nuova versione: è più povera o semplicemente più chiara?

CAPITOLO 10

Giustificare il prezzo

Informare significa rendere comprensibile che cosa comprende l'investimento. Giustificarsi significa trattare la cifra come colpevole prima ancora che venga messa in discussione.

Segnali linguistici di instabilità

Condizionali («costerebbe»), minimizzazioni («sono solo...»), avversative («però»), scuse implicite («so che è tanto») e difese preventive («consideri che usiamo prodotti costosi») possono introdurre un dubbio non ancora presente.

Trasparenza senza difesa

Una forma chiara contiene ciò che serve: composizione del percorso, eventuali verifiche, valore complessivo, condizioni di pagamento e ciò che non è incluso. La trasparenza sostiene la decisione; la difesa tenta di ottenere approvazione.

Riformulare con autenticità

Non sostituire meccanicamente una parola. Se dentro di te resta la convinzione che la cifra sia eccessiva, la tensione troverà un altro canale. Prima verifica la congruità del prezzo e il valore della raccomandazione; poi scegli una formulazione semplice.

LABORATORIO LINGUISTICO

Riscrivi: 1) «Costerebbe 540 euro, però possiamo dividere»; 2) «So che è una bella cifra, ma dentro c'è tutto»; 3) «Se vuole, magari potrebbe provare». Mantieni solo dati, raccomandazione e libertà: «Il percorso che ti consiglio è... Il valore complessivo è... Puoi valutare anche queste modalità...». Pronuncia la versione che senti davvero tua.

CAPITOLO 11

Anticipare obiezioni che la cliente non ha espresso

Quando temi un'obiezione, puoi introdurla tu stessa attraverso sconti, alternative o rassicurazioni premature. In quel momento la conversazione smette di rispondere alla cliente reale e inizia a rispondere a una cliente immaginata.

Espresso, osservato, interpretato

«È più di quanto pensavo» è un dato espresso. Una pausa è un comportamento osservato. «Non può permetterselo» è un'interpretazione. Trattare i tre livelli come equivalenti produce errori e può risultare svalutante.

Verificare prima di rispondere

Se emerge esitazione, puoi chiedere: «Quale aspetto vuoi valutare meglio?». La risposta può riguardare investimento, tempo, fiducia, priorità o confronto con altre soluzioni. Soltanto dopo avrai un'obiezione specifica a cui rispondere.

Alternative con criterio

Un'opzione diversa ha senso quando resta professionalmente adeguata e risponde al vincolo emerso. Non dovrebbe essere un riflesso automatico per evitare il disagio del prezzo.

ESERCIZIO - AUDIT DELLE OBIEZIONI

Per cinque consulenze crea tre colonne: 1) parole esatte della cliente; 2) ciò che hai pensato significassero; 3) domanda usata per verificare. Conta quante volte hai offerto una soluzione prima di conoscere il problema. Scegli una domanda neutra da usare la prossima volta.

CAPITOLO 12

Parlare prima di aver costruito significato

Un prezzo comunicato troppo presto viene confrontato soprattutto con altre cifre. Un prezzo inserito in una raccomandazione pertinente può essere valutato insieme a direzione, organizzazione e valore.

Il contesto della cifra

Costruire significato non significa creare una lunga introduzione persuasiva. Significa aver compreso il bisogno, restituito ciò che hai capito e spiegato perché quella soluzione è appropriata. Senza questi passaggi, il prezzo resta scollegato.

Verificare la comprensione

Prima della cifra puoi chiedere: «Fin qui, questa direzione ti sembra coerente con ciò che vuoi ottenere?». Non stai cercando un impegno all'acquisto; stai controllando se raccomandazione e bisogno sono allineati.

Quando la cliente chiede subito il prezzo

Rispondi in modo trasparente. Se il costo dipende dal percorso, spiegalo senza eludere: indica una fascia o gli elementi che lo determinano, poi proponi di raccogliere le informazioni necessarie per una raccomandazione precisa.

DOMANDE DI VERIFICA

Prima della proposta chiediti: so quale risultato è prioritario? Ho compreso che cosa non ha funzionato prima? La cliente riconosce la logica del percorso? Ho chiarito tempi, impegno e limiti? Se una risposta è «no», non compensare con più persuasione: torna a comprendere.



PARTE IV

Dalla consapevolezza all'azione

Ora trasformiamo i principi in una sequenza osservabile, una simulazione completa e una checklist utilizzabile dopo ogni consulenza.

La consapevolezza diventa competenza quando può guidare una scelta nel momento reale.

CAPITOLO 13

La mappa Prima della proposta

Una proposta stabile non nasce da una frase perfetta. Nasce da una sequenza mentale e relazionale che riduce le supposizioni, collega il servizio al bisogno e protegge la libertà della cliente.

1

OSSERVA

Che cosa dice la cliente? Come lo dice? Che cosa sto provando io?

2

COMPRENDI

Qual è il bisogno dichiarato? Quale significato personale emerge?

3

COLLEGA

In che modo la soluzione risponde proprio a ciò che ho compreso?

4

COMUNICA

Qual è la raccomandazione essenziale? Quali informazioni sono davvero utili?

5

RESTA PRESENTE

Posso lasciare spazio alla decisione senza ritirarmi e senza inseguire?

DOMANDA DI CONTROLLO

Se la cliente dicesse no, potrei comunque riconoscere di aver gestito con qualità ciascuno dei cinque passaggi? Il Metodo MCCB controlla la qualità del processo, mai la libertà della persona.

CAPITOLO 14 - PARTE 1

Il caso di Lucia: quando la proposta perde stabilità

IL CONTESTO

Lucia, 46 anni, desidera un viso più luminoso e uniforme in vista di un evento tra tre mesi. Ha già provato trattamenti singoli, con risultati poco continuativi. Dall'analisi emerge l'opportunità di un percorso di sei incontri, verifiche intermedie e routine domiciliare. Valore complessivo: 540 euro.

Versione instabile

PROFESSIONISTA

Allora, l'ideale sarebbe fare sei sedute. Il percorso costerebbe 540 euro, però capisco che è una cifra...

PROFESSIONISTA

Possiamo anche iniziare con una seduta singola, oppure vedere un pacchetto più piccolo. Comunque dentro ci sono molti prodotti e tecnologie, quindi il prezzo è giustificato.

LUCIA

Ci devo pensare.

PROFESSIONISTA

Certo, nessun problema. Se vuole poi mi fa sapere.

Che cosa è accaduto

La professionista ha trasformato un'ipotesi interna - «forse la cifra è alta» - in un problema condiviso. Ha usato il condizionale, anticipato l'obiezione, offerto una via di fuga e difeso il prezzo prima che Lucia lo contestasse. Infine ha chiuso il contatto senza concordare un passo successivo.

CAPITOLO 14 - PARTE 2

La stessa proposta, con più chiarezza e presenza

La versione seguente non è una formula da memorizzare. Mostra la logica: restituzione del bisogno, raccomandazione motivata, prezzo chiaro e spazio autentico alla decisione.

PROFESSIONISTA

Mi hai spiegato che desideri più luminosità e uniformità, ma soprattutto un risultato che non si esaurisca dopo pochi giorni. Per questo non ti consiglierei una seduta isolata.

PROFESSIONISTA

La mia raccomandazione è un percorso di sei incontri, con una verifica a metà e indicazioni domiciliari coordinate. Il valore complessivo è 540 euro.

LUCIA

È più di quanto immaginavo. Vorrei pensarci.

PROFESSIONISTA

Certo. Che cosa vuoi valutare con maggiore attenzione: l'investimento, l'organizzazione degli incontri o la fiducia nel risultato? Così posso darti le informazioni che ti servono, senza decidere al posto tuo.

Debrief

1. Dove viene reso visibile il collegamento tra bisogno e percorso?
2. Quale differenza percepisci tra «costerebbe» e «il valore complessivo è»?
3. In che modo la domanda finale mantiene la relazione senza forzare?
4. Come adatteresti la struttura al tuo servizio più importante?

ATTENZIONE

Una comunicazione stabile non garantisce l'acquisto. Aumenta però la qualità delle informazioni, riduce le ambiguità e permette alla cliente di esprimere la vera ragione della sua esitazione.

CAPITOLO 15

La checklist della consulenza

Usala inizialmente dopo ogni consulenza. Quando i criteri diventano familiari, portala mentalmente con te prima della proposta.

PRIMA DELLA PROPOSTA

- ☐ Ho compreso il bisogno reale e il significato che ha per questa cliente?
- ☐ Ho raccolto informazioni sufficienti senza presumere ciò che non so?
- ☐ Ho collegato la soluzione al risultato desiderato in modo realistico?
- ☐ Sono stabile rispetto al prezzo che sto per comunicare?

DURANTE LA PROPOSTA

- ☐ La raccomandazione è chiara, specifica e motivata?
- ☐ Sto selezionando le informazioni o sto spiegando tutto?
- ☐ Ho comunicato il prezzo senza condizionali, scuse o sconti prematuri?
- ☐ Riesco a fermarmi e lasciare spazio alla cliente?

DOPO LA PROPOSTA

- ☐ Sto ascoltando la risposta reale invece di preparare subito una replica?
- ☐ Ho distinto un'obiezione espressa da una mia interpretazione?
- ☐ La cliente sa quale può essere il passo successivo?
- ☐ Posso rispettare un no senza ritirare il valore della mia raccomandazione?

IL CRITERIO PIÙ IMPORTANTE

La cliente ha ricevuto una raccomandazione comprensibile e ha conservato la libertà di scegliere?



PARTE V

Il percorso di allenamento

Sette giorni, un focus alla volta. Non per diventare perfetta, ma per rendere disponibili nuove scelte proprio quando compare la pressione.

Ciò che osservi con precisione può essere allenato. Ciò che giudichi soltanto tende a ripetersi.

CAPITOLO 16 - GIORNI 1 E 2

Sette giorni prima della proposta

Per sette giorni non misurerai soltanto quante clienti acquistano. Misurerai quanto sei stata capace di osservare, comprendere e comunicare con intenzione.

GIORNO 1 | IL RAPPORTO CON IL PREZZO

Concetto: La cifra assume prima un significato dentro di te e poi nella relazione.

Osserva: Nota il pensiero che compare un istante prima di dire il prezzo.

Esercizio: Completa cinque volte «Il percorso costa..., però...». Separa fatti e timori.

Azione: In una proposta comunica la cifra con una frase conclusa, senza avversative.

Nota di fine giornata: _____

GIORNO 2 | TONO, RITMO E PAUSE

Concetto: Il modo in cui parli orienta il significato delle parole.

Osserva: Ascolta dove acceleri, abbassi la voce o riempi il silenzio.

Esercizio: Registra tre versioni della stessa proposta e descrivi l'effetto percepito.

Azione: Inserisci una pausa naturale dopo la raccomandazione e dopo il prezzo.

Nota di fine giornata: _____

CAPITOLO 16 - GIORNI 3 E 4

Sette giorni prima della proposta

GIORNO 3 | DOMANDE MIGLIORI

Concetto: Una domanda utile riduce le supposizioni e amplia la comprensione.

Osserva: Conta quante domande chiuse e quante aperte utilizzi.

Esercizio: Trasforma cinque domande generiche in domande di significato o decisione.

Azione: Usa almeno una domanda che inizi con «che cosa» e attendi la risposta completa.

Nota di fine giornata: _____

GIORNO 4 | DAL SERVIZIO AL RISULTATO

Concetto: La tecnica diventa valore quando viene collegata alla realtà della cliente.

Osserva: Nota quando elenchi caratteristiche senza verificarne il significato.

Esercizio: Completa la scala: servizio, funzione, beneficio, evidenza, significato.

Azione: Nella consulenza usa una frase che inizi con «Per ciò che mi hai spiegato...».

Nota di fine giornata: _____

CAPITOLO 16 - GIORNI 5 E 6

Sette giorni prima della proposta

GIORNO 5 | ELIMINARE LE GIUSTIFICAZIONI

Concetto: La trasparenza informa; la giustificazione difende una cifra non contestata.

Osserva: Rileva condizionali, «però», «solo», scuse e sconti prematuri.

Esercizio: Trascrivi una proposta e riscrivila mantenendo soltanto i dati necessari.

Azione: Pronuncia la versione essenziale e chiedi se servono chiarimenti specifici.

Nota di fine giornata: _____

GIORNO 6 | RISPETTARE IL SILENZIO

Concetto: La cliente può aver bisogno di tempo per integrare le informazioni.

Osserva: Senti dove nasce l'impulso di riempire lo spazio.

Esercizio: Simula dieci proposte mantenendo tre secondi di silenzio dopo il prezzo.

Azione: In una consulenza reale resta presente, respira e aspetta la prima risposta.

Nota di fine giornata: _____

CAPITOLO 16 - GIORNO 7

Sette giorni prima della proposta

GIORNO 7 | CONSULENZA CONSAPEVOLE

Concetto: La qualità nasce dall'integrazione dei cinque passaggi della mappa.

Osserva: Osserva dove perdi la sequenza: osserva, comprendi, collega, comunica, resta.

Esercizio: Prima dell'incontro scrivi una sola intenzione; dopo, valuta ogni passaggio da 1 a 5.

Azione: Concorda un passo successivo chiaro, anche quando la cliente non decide subito.

Nota di fine giornata: _____

SCHEDA DI INTEGRAZIONE - VALUTA DA 1 A 5

Osservazione dei segnali ____ Comprensione del bisogno ____

Collegamento tra bisogno e soluzione ____ Chiarezza della proposta ____

Presenza dopo il prezzo ____ Qualità del passo successivo ____

Il punto più riuscito: _____

Il prossimo elemento da allenare: _____

PRE-BRIEF DI 60 SECONDI

Prima della prossima consulenza completa: «La mia intenzione è comprendere prima di proporre. Non devo ottenere un sì; devo formulare una raccomandazione chiara, motivata e libera». Poi scegli un solo comportamento osservabile su cui restare focalizzata.

CAPITOLO 17

Che cosa noti oggi che prima non osservavi?

Riprendi l'autovalutazione iniziale e rispondi alle domande seguenti. Non cercare una trasformazione perfetta: individua un cambiamento osservabile e il prossimo punto di allenamento.

1

Quale automatismo riconosco più velocemente?

2

Quale frase o comportamento ho modificato?

3

Quando riesco a comunicare il prezzo con maggiore stabilità?

4

In quale situazione continuo a perdere presenza?

5

Che cosa ho compreso meglio delle clienti?

6

Quale competenza voglio allenare per i prossimi 21 giorni?

CONFRONTO PRIMA / DOPO

Prima pensavo che una buona proposta dipendesse soprattutto da _____. Oggi riconosco che dipende anche da _____. Il mio prossimo impegno concreto sarà _____.

CONCLUSIONE

La proposta è soltanto la parte visibile

Quando una professionista dice il prezzo, la cliente non ascolta soltanto una cifra. In quel momento confluiscono ciò che è stato compreso, il significato costruito, la chiarezza della raccomandazione e la stabilità di chi la comunica.

Per questo una frase corretta non basta

Puoi imparare una formula perfetta e continuare a trasmettere esitazione attraverso il tono, il ritmo o una spiegazione aggiunta all'ultimo istante. Al contrario, puoi usare parole semplici e comunicare autorevolezza quando sai perché stai raccomandando quella soluzione, quando la colleghi a un bisogno reale e quando non vivi la decisione della cliente come un giudizio su di te.

La stabilità non è freddezza

Essere stabili significa restare in relazione mentre l'altra persona valuta. Significa non affrettare un sì, non temere ogni silenzio e non trasformare un no in una ferita personale. La cliente può scegliere liberamente; tu puoi continuare a riconoscere il valore professionale della tua raccomandazione.

Non devi convincere di più. Devi comprendere meglio e comunicare con maggiore precisione.

Porta con te la mappa: osserva, comprendi, collega, comunica e resta presente. Ogni consulenza diventerà un'occasione per allenare la qualità del processo, anche quando l'esito non è immediato.

APPROFONDISCI

Da una nuova consapevolezza a un metodo stabile

Questa guida ha isolato un momento preciso: ciò che influenza la decisione prima e durante la comunicazione del prezzo. Se vuoi integrare questi principi in un processo di consulenza più completo, il passo successivo è Estetista Premium - Fondamenti.

ESTETISTA PREMIUM - FONDAMENTI

Un percorso dedicato alla psicologia della vendita etica, al valore percepito, all'ascolto, alla consulenza strutturata, alla comunicazione del prezzo, alla gestione dell'incertezza e alla continuità della relazione.

Non semplici frasi da imparare, ma principi, esempi, domande, un protocollo operativo e un workbook di allenamento per trasformare la consapevolezza in pratica professionale.

A chi è rivolto

- Titolari e responsabili di centri estetici, spa urbane e studi beauty avanzati.
- Operatrici che partecipano alla consulenza e alla proposta dei percorsi.
- Professioniste che vogliono comunicare valore senza diventare aggressive o impersonali.

SCOPRI ESTETISTA PREMIUM - FONDAMENTI

ebook.cusimanolab.it/estetista-premium-fondamenti

Paolo Cusimano

Agente di commercio nel settore beauty, coach e profiler linguistico cognitivo-comportamentale. Ideatore del Metodo MCCB - Beauty Closing Control Method e del progetto Cusimano Lab, integra esperienza sul campo, coaching, linguaggio e osservazione del comportamento per aiutare le professioniste a comunicare con maggiore precisione, autorevolezza e rispetto.



La qualità di una proposta non si misura
soltanto dal sì.

Si misura dalla chiarezza con cui hai compreso, dalla precisione
con cui hai raccomandato e dalla libertà che hai saputo
rispettare.

CUSIMANO LAB

@paolocusimano_coach | WhatsApp +39 391 779 2552

www.cusimanolab.it

