

BEAUTY 3.0 SRL  
LA BEAUTIC  
2020

- **COSA RAPPRESENTIAMO**
- **COSA VOGLIAMO FARE NEL PROSSIMO FUTURO**
- **OBIETTIVI**

# Chi siamo

Beauty 3.0 Srl è una realtà nata nel 2016 e partita ufficialmente nel gennaio 2017 con l'obiettivo di unire e supportare l'azione delle migliori profumerie indipendenti italiane. Per questo è stato creato un nuovo marchio in grado di portare sotto la propria ala le singole forze di tanti esperti professionisti del mondo della bellezza. Nasce così la beautic: l'unione delle parole boutique e beauty per cristallizzare in una parola il concetto di negozio della bellezza.

La missione di Beauty 3.0 non è solo quella di offrire alle profumerie servizi innovativi e ad alto valore aggiunto ma soprattutto di mettere assieme il sapere di tanti singoli profumieri indipendenti, uno "stare assieme" costruttivo e stimolante nella direzione di un nuovo modo di fare profumeria: più performante, innovativo e capace di generare più soddisfazione nelle persone.

# Ragioni sociali Effettive 2019

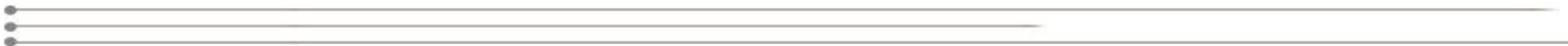
## ANAGRAFICA CLIENTI E PDV 2019

POS.	CLIENTI	n. pdv	ZONA
1	A&N PROFUMERIE SRL	3	nord
2	ALINE SNC DI MILO GIUSEPPE & C.	2	sud
3	ALINE SNC DI VEZZOSO E LUPO	1	sud
4	CURTI SAS	1	centro
5	D'AMBROSIO SRL	1	centro
6	D.M.SERVICE & C S.A.S DI E.OLIVIERO	8	sud
7	DAFNE TRADING SRL	1	sud
8	FIAMMELLI SNC	2	nord
9	GE.PRO. SRL	11	nord
10	IDEA ORCHIDEA SRL	5	centro
11	INTERPROF PROF. MARADINI	4	nord
12	KALEYA SRL	3	centro
13	KALEYA SNC	2	centro
14	LA DOLCE VITA	1	nord
15	LABORATORIO DEL DUOMO	4	nord
16	LADURNER JOACHIM & C SAS	1	nord

POS.	CLIENTI	n. pdv	ZONA
17	LADY SNC	4	centro
18	PATRICE DI M.LIBRERA & C. SAS	2	sud
19	PROFUMERIA DURANTI	4	centro
20	PROFUMERIA FREESPACE	1	sud
21	PROFUMERIA GIUSY	1	sud
22	PROFUMERIA ISA	3	nord
23	PROFUMERIA MASSARO	1	sud
24	PROFUMERIA MERLI	1	nord
25	PROFUMERIA NAPOLEONE	2	sud
26	PROFUMERIA SAMPAOLI SRL	2	sud
27	PROFUMERIA YOOYOO	1	nord
28	PROFUMERIE GRIFFE	18	sud
29	LA PROFUMERIA SRL	9	sud
30	SERRA SRL	1	centro
31	VOGUE BUSINESS INTERNATIONAL SRL	1	centro
32	KEY BE	6	nord
Totale Punti Vendita Italia		<b>107</b>	

# Che hanno rappresentato per l'anno 2019

- 107 punti vendita
- 32 Regioni Sociali
- 48 punti vendita sud Italia, 37 punti vendita nord Italia e 22 punti vendita centro Italia
- Valore Contratti a sell In 2019 73.000.000€



BEAUTY 3.0 SRL  
INSEGNA LA BEAUTIC

SELL OUT YTD Dicembre 2019 VS  
2018 TOTALE INSEGNA MERCATO  
SELETTIVO

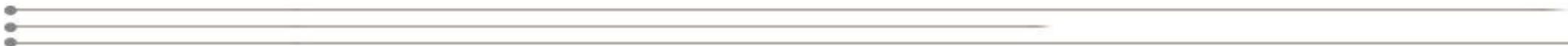
- + 12,16% A Valore
- + 3,15 % a Quantità



## DATI MERCATO ITALIANO

YTD FINE DICEMBRE 2019 VS 2018  
SOLO MERCATO SELETTIVO

- + 4,25% a Valore
- - 0,80 a Quantità



Sell out Ytd  
Agosto 2020  
vs 2019  
MERCATO  
SELETTIVO

Beauty 3.0 srl insegna La Beautic  
Ytd Agosto 2020 vs 2019 -22,27%  
a valore e - 27,03% a Quantità

Mercato Italia Ytd Agosto 2020 vs  
2019 - 32,90% a valore e -35,91%  
a Quantità

QDM LA BEAUTIC  
2019 vs  
MERCATO  
SELETTIVO

Beauty 3.0 srl insegna La  
Beautic

Ytd Dicembre 2019 è  
risultata l'11° insegna  
Nazionale con una QDM  
Nazionale pari al 3,5% ,  
ed una QDM nel  
segmento indipendenti  
pari al 9%.( fonte NPD)

QDM LA BEAUTIC  
2020 vs  
MERCATO  
SELETTIVO

Beauty 3.0 srl insegna La  
Beautic

Ytd 6 Settembre 2020 , ha  
consolidato una QDM nel  
segmento indipendenti  
pari al 10,70% (+ 18,8%)  
Fonte NPD

# MEDIA SCONTRINO

ANNO 2019



# Scontrini emessi con e senza Beauticard Totale 2019



**64,86 €**

Scontrino Medio c/Beauticard

**33,07€**

Scontrino Medio S/Beauticard

**48,87€**

Scontrino Medio

## STRATEGIE 2020 beauty 3.0 SRL

- Potenziamento e Massimo sviluppo del sell out per Porta
  - Valorizzazione delle QDM Mercato in B 3.0
  - Sviluppo della base Clienti, Monoporta da 1 Mio di euro/Ragioni sociali con Almeno 3 pdv, Minimo 4 aziende in concessione delle prime 15 indicate da Npd
  - Implementazione strategie al sell out
  - Utilizzo al sell out, di strumenti e strategie innovative
- 

## STRATEGIE 2020 beauty 3.0 SRL

- Collaborazione bilaterale con L'industria
  - Innovazione
  - Utilizzo degli strumenti Social+ Social e-commerce
  - Sviluppo della Figura Beauty Ambassador La beautic
  - Determinazione delle Aziende Partner
  - Potenziamento del Digital
  - Valorizzazione del Cliente/Consumatore
  - Valorizzazione dell'insegna
- 

## STRATEGIE 2020 beauty 3.0 SRL

- **Collaborazione e Supporto dei Clienti Virtuosi Beauty 3.0 srl, nella realizzazione di Progetti innovativi**





Alcuni nostri Punti Vendita

---



PROGETTO  
DISTRICT

bn.1  
Laboratorio  
del Duomo  
La beautic



*is an attitude*



# MISSION

COSTRUIAMO COMMUNITY  
DOVE I MEMBRI SI SOSTENGONO  
E SI CONFRONTANO.

*From Human to Human*

L'ORÉAL  
PROFESSIONNEL  
PARIS



# IDENTITY

## TO BE PERSONAL

VOGLIAMO SENTIRCI SEMPRE  
PIU' VICINI AI NOSTRI CLIENTI.  
TALMENTE VICINI DA POTERGLI OFFRIRE  
QUELLO CHE DESIDERANO  
PRIMA ANCORA CHE CE LO CHIEDANO.

L'ORÉAL  
PROFESSIONNEL  
PARIS



# IDENTITY

## TO BE LOYAL

VOGLIAMO FARE IL NOSTRO LAVORO  
TALMENTE BENE CHE IL CLIENTE AVRA' IL  
DESIDERIO DI TORNARE PRESTO  
...CON GLI AMICI

L'ORÉAL  
PROFESSTONNEL  
PARIS



# IDENTITY

## TO BE A CURATOR

IN UN MONDO DI CONTENUTI INFINITI,  
VOGLIAMO ESSERE IL LORO  
'ONE-STOP SHOP'

L'ORÉAL  
PROFESSIONNEL  
PARIS



# IDENTITY

## TO BE A DESTINATION

VOGLIAMO ESSERE IL LUOGO  
DOVE TUTTE LE PERSONE  
VOGLIONO STARE.

L'ORÉAL  
PROFESSIONNEL  
PARIS



## LA STORIA

**bn° 1 nasce nel 2004** dall'intuizione e dall'esperienza nel settore del Fondatore e Direttore Artistico del marchio Samuel Milotic. Da lì in poi l'espansione con l'apertura degli altri Saloni rappresentativi dell'universo della marca, la nascita di **tre Accademie formative**, una nel cuore della capitale europea della Moda, a Milano, e una nel Lazio e una nelle Marche.

Nel **2005 la creazione del network "Questo Salone Sceglie bn° 1"** che oggi conta 75 saloni affiliati e indipendenti che condividono il codice operativo, formativo, informativo ed emozionale della bn° 1 maniera.

Nel **2007 sviluppiamo i primi Concept Store** a marchio bn° 1, oggi 5 in tutto il territorio italiano.

Nel **2018 inauguriamo il bn° 1 District di Piacenza**, una realtà unica che racchiude tutte le attitudini del marchio.



# IL GRUPPO



DISTRICT

**DISTRICT**

“The ultimate beauty experience”. Un one stop shop per rispondere alle tue richieste beauty.



CONCEPT STORE

**CONCEPT STORE**

L'arte della coiffeur al suo massimo livello. Entra nel mondo dei franchising bn° 1



**ACCADEMIE**

Formazione tecnica, stilistica, umanistica e manageriale. 3 accademie su tutto il territorio italiano.

SCEGLIE



**AFFILIAZIONE**

Entra nella community bn° 1 e accedi a tutti i servizi. Consulenze, formazione e Scoutistiche dedicate.



**GESTIONALI PER SALONI**

Il gestionale facile, veloce e sicuro per registrare, misurare e analizzare il tuo salone.

F O R M E

**SOLUZIONI ESPOSITIVE**

Soluzioni espositive modulari per far risplendere la tua area retail.



## IL FONDATORE

**Samuel Miltic**, esperto dell'arte della coiffeur e instancabile ricercatore del bello, crea le sue basi manageriali con l'esperienza nella gestione di saloni coiffeur su tutto il territorio italiano.

Samuel, cuore strategico e operativo di bn<sup>°</sup> 1, ha sviluppato una realtà strutturata capace di dare risposta a tutte le richieste di bellezza di consumatori creando history cases famose a livello nazionale e internazionale.

*“Non ci sono trend ma stili. <sup>[L SEP]</sup>  
I capelli rispecchiano la personalità di chi li porta,  
per questo in bn<sup>°</sup> 1 parliamo di Contemporary. <sup>[L SEP]</sup>  
Look contemporanei e sempre attuali,  
al di là dell'età e del genere”*

Samuel Miltic





# I PARTNER





DISTRICT

## bn° 1 DISTRICT

Immagina la differenza fra un luogo   
'dove si deve andare' ed *un luogo 'dove si vuole andare'* .

Immagina un team di professionisti che con profondo senso etico ed estetico accolgono i tuoi desideri di bellezza e benessere arricchendoli con *grazia e gentilezza* . Perchè la bellezza è un linguaggio.

Immagina una casa concepita per favorire aggregazione tornando a vivere le relazioni sociali gustando un calice di vino.

Il bn° 1 District è ambasciatore dell' *'art de vivre'* alla bn° 1 maniera. Entrare qui significa lasciarsi sorprendere da rituali di bellezza e benessere che trasformano un servizio ordinario in un viaggio personale straordinario...

*from human to human.*





# LA STRUTTURA

HAIR | GENTLEMAN | BEAUTY SPA | NAILS | BISTROT & WINE BAR | BOUTIQUE | FLOWER SHOP





## LA FILOSOFIA

ONE STOP SHOP

*"To be a destination"*

I clienti vogliono sempre più "tutto & subito".

Il District vuole creare un luogo dove soddisfare tutte le esigenze legate al mondo della bellezza.

STRATEGIA <sup>[L]</sup><sub>[SEP]</sub>  
INTEGRAZIONE ORIZZONTALE

Integrazione di categorie merceologiche, affini al mondo coiffeur, al fine di creare un polo di interesse all'interno della città e aumentare il traffico di clientela attraverso iniziative di cross selling.

*"Assieme siamo più forti"*





## EXPERIENCE

### ATMOSFERA MULTISENSORIALE

Un interior design che abbraccia il cliente e stimola tutte le sue percezioni sensoriali. Fragranze inebrianti, note musicali che rilassano, cocktail e gusti sofisticati per accarezzare il palato e appagare la vista con i colori, i materiali e gli arredi scelti con gusto ed eleganza.

*“I retail di successo sono quelli ossessionati nel creare esperienze”*

*(KPMG Retail Trends)*

*Un approccio multisensoriale che punta a far diventare  la tua esperienza unica*

AUMENTO DEL TASSO DI RICORDO

AUMENTO DEL TASSO DI RITORNO

[KPMG Retail Trends 2018](#)





Il processo decisionale del cliente  
è sempre più emozionale.



## COME MISURIAMO IL SUCCESSO

EXPERIENCE PER SQUARE METER  
n° di esperienze possibili/ n° metri quadrati

I bn° 1 District fondano la propria essenza nell'aumento del numero di esperienze possibili.

I retail fisici più floridi basano le loro strategie sulle esperienze che incontrano o superano le aspettative del Cliente.

“Immagina un luogo dove tutto è magico”



AUMENTA L'EXPERIENCE PER SQUARE METER  
AUMENTO DEL FATTURATO  
AUMENTO DEL TASSO DI RITORNO

[KPMG Retail Trends 2018](#)





## CARE & CUDDLE

Un dono che accoglie il cliente.

“il dono diventa navicella di reciprocità, di alleanza, di amicizia, è lì che la porta dell'altro si schiude... giusto la brevità di una fessura...”

Con il dono apriamo un canale di comunicazione con il cliente che sarà più disposto a comprendere bn<sup>o</sup> 1, affidarsi ai nostri esperti.

Un dono per facilitare il  
CROSS SELLING

Il dono è anche cura:

“Immagina un team che anticipa ogni tua esigenza”

AUMENTO DELLO SCONTRINO MEDIO





## LA BEAUTIC

Un luogo dove rifugiarti, dove provare  
nuove sensazioni  
dove dare vita alle proprie idee

“Immagina un luogo dove ti piace rimanere”





## LA BEAUTIC

Un luogo dove lo storytelling , emoziona, e crea nuove sensazioni

“Immagina un luogo dove scoprire il piacere del servizio ”





## LA BEAUTIC

Un luogo dove scoprire e conoscere dei nuovi marchi , creerà meraviglia

“Immagina un luogo dove l’esclusività dei prodotti e dei servizi crea fidelizzazione ”





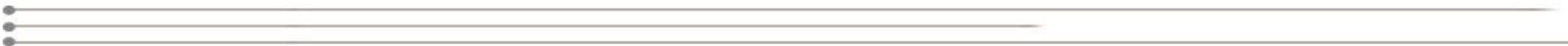
DISTRICT

- La Beautic -

# Marketing Digitale

.

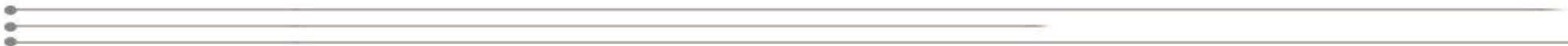
Oggi il cliente può interagire facilmente con l'azienda, anche tramite **social networks**.



## Marketing Digitale

I **nuovi consumatori** sono più informati, tecnologicamente avanzati e con poco tempo a disposizione; vogliono interfacciarsi in maniera diretta con i prodotti non prestando attenzione ai messaggi pubblicitari tradizionali, come quelli cartacei: affissioni urbane, volantini, pubblicità sui giornali, cartelli e simili.

Il consumatore medio è **sempre più autonomo** nelle sue scelte, si informa e acquista online; è proprio per questo motivo che la comunicazione aziendale basata sui vecchi strumenti è entrata completamente in crisi **con l'avvento del digitale.**



Beauty Ambassador  
Influencer



PERFUME  
SHOP

CO-MARKETING  
STRATEGY &  
PRODUCTS



Totem Digital  
Signage



Sito Internet



BeautiApp



## BEAUTY AMBASSADOR LA BEAUTIC

Un team di Beauty Ambassadors che rappresentano il mondo la beautic accoglieranno i nostri followers con tutorial, approfondimenti sui prodotti e tanta passione sul mondo beauty.

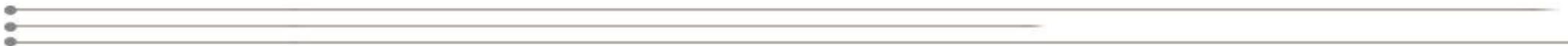
Il progetto nasce per creare un engagement personalizzato e un collegamento diretto tra l'online e l'offline

Le nostre Beauty Ambassador appartengono alla rete vendita delle Profumerie la beautic, sono consulenti della bellezza di professione, consulenti che le clienti hanno occasione di incontrare ogni giorno nei nostri negozi

Abbiamo selezionato 3 ragazze, di età diverse e di diverse parti di Italia, che realizzano brevi video da condividere sui nostri canali social.

Il tema centrale ovviamente è il mondo della bellezza, declinato in mini tutorial e consigli sui nuovi prodotti abbandonando il taglio "impostato" e professionale delle influencer

Le riprese vengono effettuate all'interno del punto vendita con alle spalle espositori delle marche ,.



# DIGITAL SIGNAGE



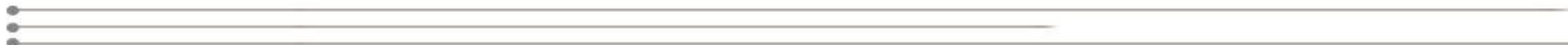
- È presente in tutti i Punti Vendita la beautic .
- Le sue funzioni sono:
  - iscrizione a la beauticard
  - interrogazione saldo punti
  - passaggio agenti
  - passaggi video attività in Co-Mkt
    - Area riservata per consultazione e modifica dati profilo personale e movimenti acquisti con beauticard
  - interazione con i clienti attraverso questionari e games (rilascio buoni e sconti)
  - Stampa nastri personalizzati (co-mkt e istituzionali)
  - Passaggi Video influencer / tutorial con area dedicata
  - Area riservata "Solo per TE!" dove trovare vantaggi esclusivi personali

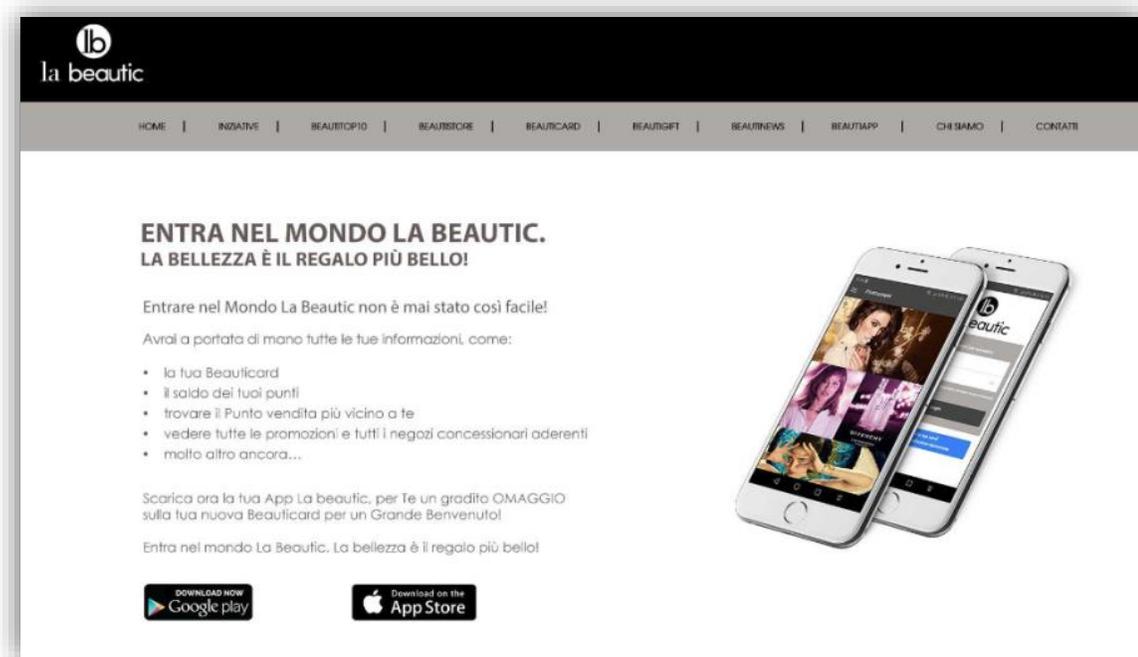
# BEAUTIAPP

Facile e intuitiva, comunica ai Clienti in modo diretto ed efficace.

Le sue funzioni sono:

- Attivazione di beauticard
- Controllo saldo e scadenza punti
- Promozioni attive con visualizzazione della dinamica e periodo attività
- Localizzazione dei Punti Vendita concessionari attivi nella promozione
- Store locatore di tutti i Punti Vendita LB
- Area personale con possibilità di cambiare i dati del proprio profilo
- Possibilità di vedere gli acquisti fatti
- Visualizzazione comunicazioni dedicate beautiflash o sms





[www.labeautic.it](http://www.labeautic.it)

Il sito la beautic offre molteplici funzionalità. Oltre ad un menù completo e nel quale è facile trovare tutte le informazioni che si desidera, offre:

- Attivazione della beauticard, controllo saldo punti e saldo disponibilità beautigift
- Top fragranze mese
- Visibilità di tutte le promozioni attive
- Possibilità di consultare i magazine LB
- Ricerca dei beautistore sul territorio nazionale
- Sezione dedicata alla beautiApp con indirizzamento a sistema Android o ios per scarico applicazione

# La beautic 2020

L'interazione di tutti gli strumenti di comunicazione messi in atto da la beautic per poter rispondere al quesito di *“come esser più vicini ai nostri Clienti e comunicare in modo efficace e attuale”*, passa quindi attraverso l'eco sistema creato tra **Sito** e **Applicazione**, che comunicano in modo diretto e immediato al Cliente interessandolo ed invitandolo a passare nei Punti vendita dove, in interazione con il **Totem**, troverà quanto promesso nell'applicazione e molto altro.. E magari incontrare **la Influencer** del video tutorial (make Up o Soin) per potersi confrontare e ottenere suggerimenti personalizzati.



# BEAUTIGIFT

- La **beautigift** è la carta regalo confezionata in elegante bustina da caricare con gli importi desiderati.
- E corredata di una bustina sulla quale all'interno è possibile scrivere un messaggio per la persona alla quale si fa il regalo. Viene chiusa con un nastro personalizzato "La Beautic" che la rende immediatamente "confezione" regalo.
- La **Beautigift** nasce per essere utilizzata solo ed esclusivamente presso il pdv/Ragione Sociale di attivazione.



# BEAUTIGIFT

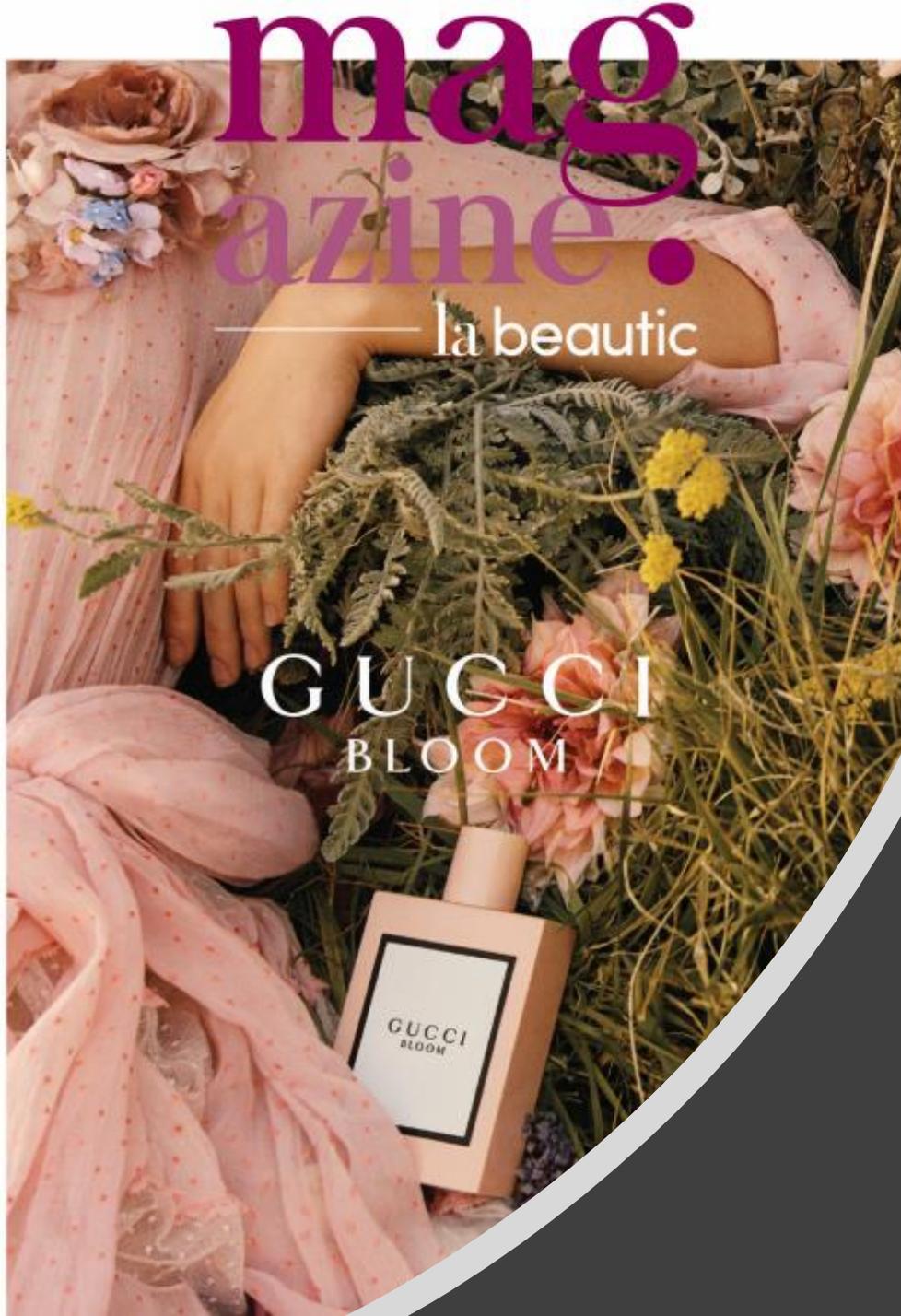


- La beautigift non è nominale e non rientra nei circuiti finanziari tradizionali (ex. Carte di credito o debito), motivo per cui diventa interessante in quanto non ha limiti di “carica” ed è estremamente riservata. Per contro non essendo nominale, qualora fosse smarrita non c’è alcun modo di risalire al proprietario.
- La durata della stessa è di 12 mesi dal momento dell’attivazione. All’interno del sito [www.labeautic.it](http://www.labeautic.it) è possibile vedere il saldo e la scadenza, è inoltre ricaricabile .

## Nastro Personalizzato

Una stampante Epson dedicata collegata al Digital Signage, permette di personalizzare i nastri regalo con il logo dell'azienda, un breve messaggio di auguri o altro.





## Magazine La Beautic

Magazine la beautic  
consultabile in formato  
digitale sul sito  
[www.labeautic.it](http://www.labeautic.it)  
e sulla nostra APP

BEAUTY 3.0 SRL  
LA BEAUTIC  
2020

**ANAGRAFICA CLIENTI E PDV 2020**

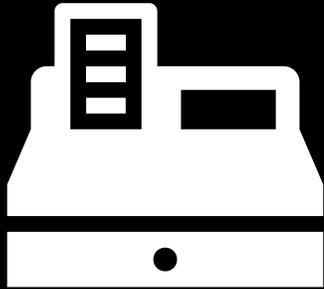
POS.	CLIENTI	n. pdv	ZONA
1	A&N PROFUMERIE SRL	3	nord
2	ADA PROFUMERIE	2	centro
3	ALINE SNC DI MILO GIUSEPPE & C.	2	sud
4	ALINE SNC DI VEZZOSO E LUPO	1	sud
5	BEAUTY LUXURY 41 SRL	1	centro
6	CAPONE PROFUMI	8	sud
7	CURTI SAS	1	centro
8	D'AMBROSIO SRL	1	centro
9	D.M.SERVICE & C S.A.S DI E.OLIVIERO	8	sud
10	DAFNE TRADING SRL	1	sud
11	DRAGONE PROFUMERIA	2	sud
12	FIAMMELLI SNC	2	nord
13	GE.PRO. SRL	11	nord
14	IDEA ORCHIDEA SRL	5	centro
15	INTERPROF PROF. MARADINI	5	nord
16	KALEYA SRL	3	centro
17	kALEYA SNC	2	centro
18	LA DOLCE VITA	1	nord
19	LABORATORIO DEL DUOMO	4	nord
20	LADURNER JOACHIM & C SAS	1	nord
21	EVA 3000	1	nord

POS.	CLIENTI	n. pdv	ZONA
22	LADY SNC	4	centro
23	MAGIC SCENT	3	sud
24	PATRICE DI M.LIBRERA & C. SAS	2	sud
25	PROFUMERIA BRUNELLA SNC	3	Nord
26	PROFUMERIA DURANTI	4	centro
27	PROFUMERIA FREESPACE	1	sud
28	PROFUMERIA GIUSY	1	sud
29	PROFUMERIA ISA	3	nord
30	PROFUMERIA MASSARO	1	sud
31	PROFUMERIA MERLI	1	nord
32	PROFUMERIA NAPOLEONE	2	sud
33	PROFUMERIA SAMPAOLI SRL	2	sud
34	PROFUMERIA YOOPYOO	1	nord
35	PROFUMERIE GRIFFE	17	sud
36	LA PROFUMERIA SRL	6	sud
37	SEDUCTION	1	sud
38	SERRA SRL	1	centro
39	VOGUE BUSINESS INTERNATIONAL SRL	1	centro
40	KEY BE	6	nord
41	BN I SRL	1	nord
42	NISYA	1	sud
Totale Punti Vendita Italia		<b>127</b>	

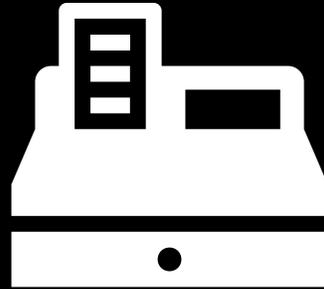
DIVISIONE PER ZONA DEI PDV		PESO %
NORD 43 PV		34%
CENTRO 25 PV		20%
SUD 59 PV		46%
TOTALE 127 PV		100%

# Che rappresentano per l'anno 2020

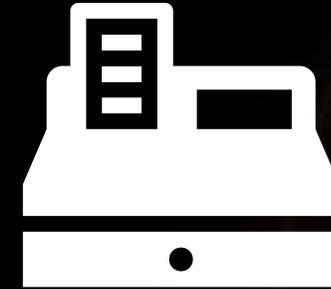
- 127 punti vendita
- 43 Regioni Sociali
- 59 punti vendita sud Italia, 43 punti vendita nord Italia e 25 punti vendita centro Italia
- Valore Contratti a sell In 2020 78.000.000€ prima del Covid....



Con beauticard 65,48 €( 64,86 2019)



Senza beauticard 40,33 €( 33,07 2019)



Mix 47,78 €( 48,87 2019)

Scontrino medio 2020 (YTD agosto 2020)

Beauty3.0 Srl

*Vision*

*Proiettata verso il futuro per lo sviluppo di  
nuove collaborazioni e nuovi Mercati*





la beautic

Seguici su : [www.labeautic.it](http://www.labeautic.it)  
[www.facebook.com/ labeautic](http://www.facebook.com/labeautic)