



YOGA BUSINESS COACHING

DI LUCIA ILARIA SEGLIE

RENDI LO YOGA IL TUO BUSINESS

- 1** **Aprire la tua scuola/studio**
- 2** Il budget
- 4** L'edificio
- 5** Il lancio
- 7** Conosci il tuo pubblico
- 9** **Marketing dell'attività di yoga: le basi**
- 10** Crea un'offerta irresistibile
- 13** Marketing locale
- 15** Marketing online
- 16** Social media
- 20** **Presentare la tua offerta**
- 21** Prezzo delle tue lezioni
- 23** Sottoscrizioni e iscrizioni
- 25** Offerte e sconti
- 27** Programma settimanale
- 29** **La cultura dello studio**
- 30** La gestione del viaggio dello studente
- 32** Numero e conservazione degli studenti
- 34** Collaborare e costruire una squadra

IL SOMMARIO



**APRIRE LA TUA
SCUOLA/STUDIO**

IL BUDGET

**DEFINISCI E GESTISCI UN BUDGET PER
APRIRE LA TUA SCUOLA O STUDIO E
ASSICURATI CHE IL TUO INVESTIMENTO
DI MARKETING SIA REDDITIZIO.**

PER PRIMA COSA È NECESSARIO SAPERE PIÙ O MENO QUANTO SI PUÒ GUADAGNARE COME INSEGNANTE DI YOGA.

Ad esempio, in Italia, dove risiedo, un istruttore di yoga guadagna in genere circa 3.500 euro al mese. Gli stipendi variano da 1.610 euro (il più basso) a 5.560 euro (il più alto). Se questa è la cifra che ti interessa, se sei eccezionale puoi anche superarla, ma tienila presente per l'investimento minimo e massimo.

La mia strategia consiste nel minimizzare le spese e massimizzare i rendimenti. Detto questo, è necessario un budget per i costi di avvio, che generalmente parte da 10.000 euro. Perché questa cifra? Perché dovrai pagare i primi mesi di affitto in anticipo, acquistare una piccola selezione di attrezzature per allestire lo spazio e investire in una quantità minima di pubblicità.

Tenendo presente questa cifra, si può pensare di investire 10.000 euro e di recuperare l'investimento in un paio d'anni (al massimo).

CALCOLA IL TUO BUDGET E STABILISCI DOVE INVESTIRE IL PRIMO ANNO.

Per determinare il budget devi fare uno studio del mercato nella tua zona e capire quanto costa affittare uno spazio, un minimo di costi di ristrutturazione, i prezzi di stampa per i materiali di marketing cartacei e la spesa necessaria per sponsorizzare la pubblicità sui social media. Se vuoi acquistare un edificio invece di affittarlo, dovrai fare lo stesso. Confronta i prezzi nelle diverse aree e informati sulle tasse annuali e sui costi di elettricità e gas.

Fai la tua ricerca e poi muoviti verso il passo successivo.

CALCOLA IL TUO PUNTO DI PAREGGIO E MONITORA I RISULTATI.

Per prima cosa è necessario calcolare il punto di pareggio. Si tratta del denaro necessario per aprire le porte. Poi si può determinare la cifra che si è disposti a investire. Realisticamente, il minimo è di circa 10.000 euro, ma naturalmente potrebbe essere molto più alto. Dovresti recuperare questo denaro dopo il terzo anno di attività.

Una volta conosciuti i costi fissi mensili, devi calcolare quanti studenti ti servono ogni mese per coprire questi pagamenti e quanto ti serve per vivere. Puoi giocare con il numero di studenti e il prezzo dei vari abbonamenti fino a quando non saprai qual è l'obiettivo da raggiungere ogni mese.



Modelli di bilancio

Troverai questi fogli di calcolo nella cartella condivisa di Google Drive.

Semplice calcolatore di pareggio

Costo	Affitto / Mutuo	Utenze	Restauro	Pubblicità	Attrezzatura yoga	Marketing	Totale costi fissi
Mensile	700					200	900
Annuale		150					150
Una Volta			2000	150	1000		3150
						TOTALE	

Calcolatore del reddito mensile dei soci

Corsa	Numero di studenti	Iscrizione mensile	Tariffa di iscrizione	Tasse 27% Italia	Reddito mensile
			numero di studenti x iscrizione mensile	es: Italia = 27%	tariffa di iscrizione - tasse = reddito mensile
Hatha Yoga	40	50	2000	540	1460
Hatha Yoga	40	50	2000	540	1460
Yoga In Gravidanza	10	60	600	162	438
Restorative Yoga	10	60	600	162	438
Yin Yoga	10	60	600	162	438
Yoga Per Bambini	10	40	400	108	292
Seminario	10	40	400	108	292
TOTALE			6600	1782	4818

L'EDIFICIO

APRI LA TUA SCUOLA O STUDIO DI YOGA
IN MODO SICURO, EFFICIENTE IN TERMINI
DI TEMPO E DI COSTI.

CI SONO MOLTI FATTORI DA CONSIDERARE QUANDO SI SCEGLIE UNA SEDE, QUINDI È IMPORTANTE CONDURRE UNA RICERCA APPROFONDATA E CONFRONTARE I DATI.

Anche se questa è una parte emozionante del viaggio, non bisogna affrettare i tempi. Prendendoti il tempo necessario, avrai meno probabilità di trascurare cose che potrebbero costarti denaro in futuro.



CONSIDERAZIONI RIGUARDO L'EDIFICIO

Dimensioni

- Dovresti sempre avere la possibilità di espandere il tuo numero di studenti. Anche se oggi sembra ragionevole avere una classe di 10 studenti, non significa che non sarai pronta per averne 20 tra qualche anno. Cerca un'opzione che sia versatile e che ti permetta di aumentare il numero di studenti.
- L'ideale sarebbe trovare uno spazio ampio e diviso in sezioni, in modo da poterlo utilizzare contemporaneamente ad altri insegnanti o operatori olistici.

Costi dell'edificio

- I costi del gas e dell'elettricità possono avere un impatto enorme sui costi fissi, soprattutto se si tiene conto dell'isolamento dell'edificio. A volte capita di trovare un monolocale con un affitto molto basso ma con stanze grandi, mal isolate e difficili da riscaldare.

Opzioni per il pavimento e l'illuminazione

- Se non hai il budget per un bel pavimento, le piastrelle Tatami sono un'opzione moderna, isolante e facile da pulire. Scegli delle luci calde e non troppo luminose.

Bagni e spogliatoi

- Per uno spazio dedicato allo yoga basta davvero poco. Si possono avere bagni spaziosi che fungono da spogliatoi, altrimenti è essenziale un piccolo spogliatoio costruito ad hoc. È necessario disporre di almeno 2 bagni.

Attrezzatura

- Cerca articoli a basso costo con la massima resa. Suggerisco di iniziare con stuoie, coperte e mattoncini. Tutto il resto si può comprare in seguito.

! SBAGLI COMUNI

- Acquistare subito troppe attrezzature.
- Investire troppo nella ristrutturazione dell'edificio.
- Scegliere una posizione centrale senza considerare le possibilità di parcheggio.
- Scegliere un edificio troppo umido.
- Scegliere una sede bella ma troppo piccola.

IL LANCIO

È ORA DI PIANIFICARE L'APERTURA DEL TUO NUOVO STUDIO/SCUOLA DI YOGA? INIZIA DA QUI.

QUESTO METODO È STATO ADOTTATO PER ANNI DA NUMEROSI INSEGNANTI IN ITALIA E NEL MONDO, PERSONE CHE HO SEGUITO PASSO DOPO PASSO ATTRAVERSO I MIEI PERCORSI DI COACHING PERSONALIZZATI.

Ecco la mia "CHECK LIST" collaudata per organizzare il lancio della tua scuola o studio.

PRIMA DELL'EVENTO

- ✓ Trova degli aiutanti per questo importante evento: amici, parenti o futuri insegnanti di yoga.
- ✓ Strategie di marketing per il lancio a livello locale e online: stampa dei volantini con il logo della scuola e il programma settimanale. Distribuiscili a mano in tutti i negozi e le attività di ristorazione della città. Assicurati che ci sia un numero di telefono per raccogliere le prenotazioni per le lezioni di prova del giorno di apertura.
- ✓ Crea un evento "Open Day" sulla tua pagina Facebook almeno 2 settimane prima e sponsorizzalo in modo che il maggior numero possibile di persone veda l'annuncio.
- ✓ Crea un conto alla rovescia su Instagram
- ✓ Crea dei post dedicati per ogni altra piattaforma non menzionata qui.
- ✓ Scegli le lezioni che offrirai il giorno dell'evento e crea promozioni speciali per i partecipanti. Offri almeno 6 lezioni in due giorni. Consiglio il sabato e la domenica, solo su prenotazione e offrendo sconti per gli studenti che vogliono iscriversi in anticipo.
- ✓ Pensa a un piccolo rinfresco analcolico e a spuntini sani fatti in casa (chiedi aiuto alle nonne!).
- ✓ Prepara tutto in studio e dedicati al 100% alle prime chiamate che arrivano!

DURANTE L'EVENTO

- ✓ Prepara lo studio il giorno prima.
- ✓ Arriva all'evento sorridente e senza stress.
- ✓ Chiedi aiuto a parenti e amici per quel giorno (anche se è presto).
- ✓ Fai in modo che qualcuno controlli il rinfresco (non tu).
- ✓ Fai in modo che qualcuno indirizzi gli studenti verso gli spogliatoi e le stanze.
- ✓ Raccogli quanti più contatti possibili.
- ✓ Respira profondamente e dai il massimo!

DOPO L'EVENTO

- ✓ Chiama i contatti raccolti uno per uno e chiedi un feedback. Puoi anche ricordare loro la promozione per l'iscrizione. Utilizza la tecnica del "sono rimasti solo pochi posti".
- ✓ Inizia a tenere i corsi previsti anche se il numero di studenti è basso.
- ✓ Continua tutte le attività di marketing e pubblicità descritte in questo corso.

CONOSCI IL TUO PUBBLICO

IDENTIFICA IL TUO TARGET PRINCIPALE E PROGETTA UNO STUDIO CHE SI ADATTI ALLE SUE ESIGENZE.

OGNI TIPO DI YOGA HA ALCUNE CARATTERISTICHE COMUNI. PROGRAMMANDO LE LEZIONI IN BASE AL TIPO DI YOGA, AUMENTERAI LA PROBABILITÀ DI ATTIRARE LE PERSONE GIUSTE.

Questi orari sono approssimativi; ricordati di fare una ricerca di mercato per capire gli orari di lavoro e di scuola nella vostra zona.

Che tipo di yoga	Quando
Yoga Prenatale	Dopo le 10 e prima di pranzo. Se le future mamme lavorano ancora, vanno bene anche le 18.00 e il sabato verso le 16.00.
Restorative Yoga	Alla fine della settimana e durante il fine settimana. Venerdì dopo le 18.00 e sabato pomeriggio.
Hatha Yoga	Dal lunedì al giovedì. Mattina: 7-8 e 9:15. Pranzo: 12:45-13:45 Sera: 17.00 e non oltre le 21.00.
Baby Yoga	Mattinata tardi e prima di pranzo.
Vinyasa O Yoga Dinamico	Pausa pranzo il lunedì e il venerdì. Prima serata per chi termina il lavoro intorno alle 17.00.
Yoga Terapeutico	A metà mattina e a metà pomeriggio. Di solito questo target è costituito da pensionati o lavoratori freelance.

LA DIFFERENZA TRA CIÒ CHE PENSI VOGLIANO I TUOI STUDENTI E CIÒ DI CUI HANNO EFFETTIVAMENTE BISOGNO.

Definisci il target principale, studia le sue abitudini e parla con gli studenti.

Se insegni yoga a tempo pieno o pratici regolarmente, potresti sentirti piena di energia per praticare yoga dinamico verso le 7/8 di sera. Al contrario, se hai scelto come target principale studenti di età compresa tra i 30 e i 45 anni, a quell'ora saranno probabilmente esausti dalla giornata lavorativa e avranno bisogno di uno stile di yoga più leggero e rilassante.

I miei sono solo esempi, non ho la verità assoluta su ciò che accade nel tuo Paese e con il tuo target. Voglio insegnarti un metodo. Hai molte ragioni per studiare lo stile di vita del pubblico target che hai scelto.

Potresti avere un gruppo demografico eterogeneo. In tal caso, dovrai tenere conto delle diverse esigenze di programmazione nell'arco della giornata.

Ad esempio, se insegni Yoga per mamma e bambino, devi considerare che probabilmente avrai bisogno di un margine di 30 minuti prima e dopo la lezione, perché i tuoi studenti avranno probabilmente bisogno di cambiare i pannolini, allattare e perché, semplicemente, la vita è più lenta con un bambino al seguito.

La sera, invece, intorno alle 18.00, ti serviranno solo 10 minuti per il cambio di classe, perché è più probabile che gli studenti abbiano fretta di tornare a casa.



**MARKETING
DELL'ATTIVITÀ DI
YOGA: LE BASI**

CREA UN'OFFERTA IRRESISTIBILE

PROGETTA E MANTIENI UN PROGRAMMA DI YOGA EQUILIBRATO E SOSTENIBILE CON UN'INTERESSANTE VARIETÀ DI CORSI.

MOLTI INSEGNANTI STABILISCONO UN PROGRAMMA SETTIMANALE CHE DEFINISCE UNA SETTIMANA IDEALE PER LORO, SENZA CONSIDERARE IL PUBBLICO ESTERNO.

In questa sezione illustrerò i vari passaggi necessari per creare un programma di lezioni attraente e di successo, indipendentemente dal fatto che tu voglia aprire una scuola, lavorare come freelance in vari studi, offrire lezioni online o insegnare part-time.

Quando decidi cosa insegnare e come insegnarlo, tieni a mente i seguenti principi.

CONSIGLI DI PROGRAMMAZIONE

- Tu non sei i tuoi studenti: conduci uno studio di mercato prima di stabilire i giorni e gli orari in cui vuoi insegnare.
- Dai a tutti i tuoi studenti la possibilità di frequentare due volte alla settimana.
- Ad esempio, se offri una lezione di Hatha yoga il martedì mattina, proponine una seconda il giovedì, assicurandoti di lasciare almeno un giorno di intervallo. Applica questo principio a tutti i corsi offerti.
- Rispetta il programma settimanale che hai stabilito tenendo conto delle aree chiave di interesse.
- Ad esempio, se hai deciso che il sabato mattina è dedicato alla famiglia, non organizzare corsi o seminari in quella fascia oraria.

COME SI CONDUCE UNO STUDIO DI MERCATO?

Ricerca gli studi che offrono i servizi e le lezioni che desideri offrire. Crea una tabella chiara per raccogliere queste informazioni. Definisci la tua offerta in base ai dati. Ad esempio, se una palestra offre lezioni alle 8.00 e alle 9.15, probabilmente tiene conto degli orari di inizio delle scuole, creando così corsi adatti alle mamme.

PROGETTA UN ORARIO DI LEZIONI IN BASE ALL'ORA DEL GIORNO.

Nella pagina seguente è riportato il calendario delle lezioni di Zoi Yoga, la mia scuola di yoga. Ricorda che gli orari sono approssimativi e relativi alle abitudini della zona di Milano dove risiedo. Se la scuola della tua zona inizia prima o dopo, dovrai adattare gli orari in base alle tue ricerche di mercato. Sii specifica. A volte anche solo cinque minuti possono determinare se i tuoi studenti riusciranno o meno ad arrivare in classe in orario. La tempistica può anche influenzare la scelta di un corso in presenza o online.



PRIMA DI DEFINIRE L'OFFERTA, DEVI CONSIDERARE:

- Quali tipi di corsi voglio offrire?
- Quante volte alla settimana offro un corso dello stesso tipo?*
- Quando non sono disponibile?
- Inizia a giocare con una tabella vuota e divertiti a creare l'offerta migliore per i tuoi studenti e per te.

**Consiglio un minimo di due. Per esempio, io tengo corsi di Yin Yoga due mattine e due sere alla settimana.*



RENDI ACCESSIBILE LA PRESENZA

- Le lezioni alle 7 del mattino dovrebbero essere più brevi, perché è probabile che gli studenti debbano cambiarsi nello studio e andare direttamente in ufficio.
- Tieni conto degli orari di ufficio per stabilire quando può iniziare una lezione all'ora di pranzo e quanto tempo deve durare.
- Incorpora corsi serali più lunghi per consentire un rilassamento finale prolungato, che concluda in modo riflessivo la giornata.
- Prevedi orari flessibili per le lezioni dedicate a mamme e bambini, consentendo di arrivare un po' più tardi e di chiacchierare.



Modello di calendario delle lezioni

Questo foglio di calcolo si trova nella cartella condivisa di Google Drive.

ZOI YOGA

SCUOLA 1

2023 - 2024

LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB
HATHA YOGA 07.00 - 08.00	PILATES 07.00 - 08.00	HATHA YOGA 08.00 - 09.00	HATHA YOGA 08.00 - 09.00	HATHA YOGA 07.00 - 08.00	
HATHA YOGA 8.45 - 10.15	PILATES 08.30 - 09.30	HATHA YOGA 9.15 - 10.45	YOGA E RESPIRAZIONE 09.15 - 10.15	HATHA YOGA 08.45 - 10.15	HATHA YOGA 08.30 - 10.00
YOGA IN GRAVIDANZA 11.00 - 12.00		YOGA MAMMA E BEBE 11.00 - 12.00	YOGA IN GRAVIDANZA 11.00 - 12.00	HATHA YOGA 11.00 - 12.00	HATHAYOGA INTERMEDIO 10.30 - 12.00
HATHA YOGA 12.45 - 13.45	HATHA YOGA 12.45 - 13.45	HATHA YOGA 12.45 - 13.45	HATHA YOGA 12.45 - 13.45	VINYASA INTERMEDIO 12.45 - 13.45	HATHA YOGA 12.30 - 13.30
	HATHA YOGA 14.00 - 15.00			HATHA YOGA 15.00 - 16.00	YOGA IN GRAVIDANZA 15.00 - 16.00
STARE BENE IN ONCOLOGIA 15.00 - 16.00	HATHA YOGA 15.30 - 16.30	STARE BENE IN ONCOLOGIA 15.00 - 16.00			YOGA PER LA FERTILITA' 16.30 - 17.30
HATHA YOGA 16.45 - 17.45	YOGA IN GRAVIDANZA 16.45 - 17.45	YOGA BAMBINI 16.50 - 17.50	YOGA ADOLESCENTI 16.45 - 17.45	HATHA YOGA 16.45 - 17.45	
HATHA YOGA 18.15 - 19.45	HATHA YOGA INTERMEDIO 18.00 - 19.30	HATHA YOGA 18.15 - 19.45	YIN YOGA RELAX 18.15 - 19.30	HATHA YOGA 18.00 - 19.30	
HATHA YOGA INTERMEDIO 20.15 - 21.45	HATHA YOGA 20.00 - 21.30	HATHA YOGA 20.00 - 21.30	HATHA YOGA INTERMEDIO 20.15 - 21.45	HATHA YOGA 20.00 - 21.30	

INFO E ISCRIZIONI:

 ANNA 351 779 9067

LO STUDIO SI TROVA AD ARESE, IN VIA GIANNETTO MATTEI / PIAZZA DELLE MIMOSE

MARKETING LOCALE

COSTRUISCI UNA SOLIDA STRATEGIA DI MARKETING CHE INCLUDA PREZZI, PROMOZIONI E TIPI DI ISCRIZIONE PER LA TUA ATTIVITÀ DI YOGA.

PRIMA DI AFFRONTARE QUESTA SEZIONE, CONDUCI UNO STUDIO DI MERCATO E RACCOGLI I PREZZI DEI CONCORRENTI O DI ATTIVITÀ SIMILI NEL RAGGIO DI 10 KM.

Devo svelarvi un grande segreto: tutti si concentrano troppo sul marketing quando iniziano a insegnare. Si confondono con gli influencer o i giganti del mercato.

La grande notizia è che il tuo pubblico si costruisce un passo alla volta: che insegni dal vivo o online.

In questa sezione parleremo della tua area locale, di come lavorare bene nell'ambiente circostante e di come investire bene nella pubblicità locale.

FARSI CONOSCERE NEL PROPRIO TERRITORIO: LA REGOLA DEI 7 KM

Questa è la prima regola: quando inizi, non andare oltre i 7 km. A meno che tu non sia già affermata, le persone tendono a cercare corsi di yoga vicini a casa. Inoltre, ottimizzando la geo-localizzazione, ottimizzerai anche i costi di marketing.

VOLANTINI: SÌ O NO?

I volantini hanno un ritorno molto basso. Non consiglio di investire nella consegna di volantini, ma di stampare il tuo programma o i biglietti da visita e di distribuirli a negozi di fiducia, amici, conoscenti, bar e ristoranti.

LE CINQUE PERSONE CHIAVE DA TROVARE

Devi cercare sul tuo territorio 5 persone che io chiamo "persone chiave".

A queste persone devi offrire uno sconto minimo del 30% sui tuoi corsi.

Perché?

Perché queste persone chiave hanno molti contatti e parleranno di te.

Ti faccio alcuni esempi da ricordare:

- Il negozio più popolare della tua città
- Il parrucchiere
- L'edicola
- Il bar dove tutti vanno a fare colazione
- Il centro di ritrovo per bambini (sportivo o comunale)
- Il rappresentante delle associazioni locali
- L'estetista
- Il fruttivendolo di fiducia.

MARKETING LOCALIZZATO: TROVA LE PERSONE CHIAVE SUL TUO TERRITORIO.

Scegli piccoli negozi locali e cerca di creare una rete solida e autentica nella tua città.

Dimentica lo shopping online e i grandi centri commerciali: tu vivi nella tua città e devi farti conoscere.

So che questo richiede un investimento di tempo e denaro, ma funziona, garantito al 100%. È molto più efficiente che inviare 5000 volantini!

SCUOLE: COME AVVICINARLE.

Trova gli insegnanti delle scuole della tua zona, prendi appuntamenti e proponi programmi per bambini, adulti o insegnanti.

Crea progetti di yoga gratuiti e scolastici per la tua comunità: questa è la migliore pubblicità.

PRATICHE MEDICHE: LE STRATEGIE PER AVVIARE COLLABORAZIONI.

Questa categoria richiede che il tuo lavoro sia presentato bene e che il materiale dedicato sia scritto nel linguaggio appropriato. Per avviare una collaborazione con gli studi medici è necessario procedere con grande sicurezza. Ti consiglio di creare un semplice foglio Excel da utilizzare per raccogliere i dati di tutti gli studi medici della vostra zona: e-mail, numero di telefono, nome del referente e data del contatto.

Affronta questo percorso con calma e prendi in considerazione progetti speciali che vadano a beneficio dei loro clienti. Ad esempio: Yoga per la gestione dello stress, Yoga terapia, Yoga per adolescenti e così via.

CLINICHE DI BELLEZZA: RACCOMANDAZIONI GRATUITE.

Qui lo scambio è semplice, ma la persona che si sceglie è molto importante!

Si tratta di un rapporto di reciprocità. Tu fai pubblicità a loro e loro fanno pubblicità a te tenendo il tuo materiale in negozio e consigliandolo ai loro clienti. L'ideale sarebbe avere un'estetista di fiducia, ma anche se ti prendi cura della tua pelle a casa, trovere una da cui andare di tanto in tanto. Crea dei buoni per una prova gratuita presso il centro o un coupon e chiedi loro di distribuire l'offerta ai loro clienti. Tu farai la stessa cosa per loro.

CENTRI SPORTIVI E SCUOLE DI DANZA: TRAMPOLINI.

Molti centri offrono corsi di sport e di danza, ma non di yoga. All'inizio, l'ideale sarebbe lavorare per loro per costruirsi una reputazione, ma preparati a essere pagata molto poco.

Ti consiglio di diffondere la conoscenza dello yoga tra gli atleti e i ballerini e di creare un corso speciale per evitare gli infortuni o migliorare le prestazioni.

Dopo che alcuni avranno sparso la voce, tutti verranno nel tuo studio!

MARKETING ONLINE

SCOPRI E UTILIZZA NUOVE TENDENZE E
CANALI ESSENZIALI.

ALL'INIZIO POTREBBE NON ESSERE NECESSARIO, MA DOPO IL PRIMO ANNO DI
APERTURA CONSIGLIO DI AMPLIARE LA PRESENZA ONLINE.

PRESENTARSI ONLINE

- Apri un canale YouTube gratuito per farti conoscere e trovare facilmente. In seguito si potrà pensare di renderlo a pagamento o di utilizzarlo per vendere altri prodotti.
- Crea un sito web: semplice, chiaro e pulito.
- Se la tua attività è solo locale e non è online, investi in una sponsorizzazione mensile su Google Ads per un minimo di 2 euro al giorno.
- Studia il SEO e trova un esperto in materia.
- Scrivi almeno 12 articoli e 12 blog e caricali sul sito utilizzando il SEO. Utilizzerai questi articoli anche per i social media.
- Fatti trovare: cerca siti che offrono la geo-localizzazione delle aziende e inserisci il tuo, spesso sono gratuiti.

SOCIAL MEDIA

UTILIZZA I SOCIAL NETWORK E SFRUTTANE IL POTERE PER MASSIMIZZARE LA PRODUTTIVITÀ E RIDURRE AL MINIMO GLI SPRECHI DI TEMPO.

I SOCIAL MEDIA SONO UN POTENTE MEZZO DI COMUNICAZIONE.

Se decidi di seguire il modello del social media influencer, si apre un nuovo capitolo, ma sappi che richiede tempo, dedizione e perseveranza. Per avere successo in questo campo dovrai fare ricerche e usare capacità di pianificazione da esperti.



LA PRIMA DOMANDA CHE TI DEVI PORRE È: CHI VOGLIO SEGUIRE?

- Sei un influencer o vuoi diventarlo?
- Sei un'insegnante regolare di yoga e vuoi condividere la tua attività sui social media?
- Preferisci non avere una presenza sui social media? Non è consigliabile, ma non è impossibile.
- Sei disposta a condividere la tua vita quotidiana? Se sì, quanto?

TEMPO MINIMO, RITORNO MASSIMO

Il tempo è importante. Utilizzando il mio metodo, puoi pianificare i tuoi social media in 4 ore alla settimana ed evitare di sprecare giorni sui social media. Stabilisci i giorni e gli orari e fallo almeno 3 volte a settimana. Se tendi a perderti sui social media ogni giorno e non pianifichi in anticipo, rischi di buttare via il tuo tempo.

Ti faccio un esempio pratico:

- Domenica: decidi il piano editoriale per la settimana (1 ora).
- Lunedì mercoledì sabato post (1 ora).
- Martedì e giovedì: crea e monta il materiale video o fotografico (2 ore).

TOTALE: 4 ore



PER AVERE SUCCESSO ONLINE PIANIFICA IN ANTICIPO

- Collega i tuoi profili Facebook e Instagram.
- Il segreto dell'"Open Day": carica eventi gratuiti sulla tua pagina professionale.
- Il metodo di marketing della newsletter: raccogli il maggior numero possibile di e-mail prima dell'apertura e poi invia una newsletter informativa con il calendario degli eventi e un link ai tuoi canali di social media.
- YouTube può essere un'arma potente per il lancio di prodotti online o per fidelizzare i tuoi studenti.
- Metti in relazione il numero di follower con i tuoi obiettivi: se lavori a livello locale e non vendi prodotti online, non hai bisogno di migliaia di follower. Ciò di cui hai bisogno sono alcune centinaia di follower, ma impegnati, che vivono nella tua regione. Questo darà credibilità alla tua attività. Se invece vuoi aprire uno studio online, è meglio investire in una campagna fissa sui social media che ti permetta di acquisire almeno 400 nuovi follower al mese.
- Raggiungi potenziali studenti che non hanno i social media: sarai sorpresa da quante persone non usano i social media, per questo è importante investire anche in attività locali. Assicurati di essere conosciuta nella zona partecipando a iniziative del consiglio o a eventi specifici della regione.

CREARE CONTENUTI

- Definisci il pubblico di riferimento
- Scopri cosa cercano, quali problemi hanno, cosa vogliono risolvere e cosa cercano online.
- Rimani informata.
- Scrivi dei contenuti che creano interesse:
 - "Non farlo se non hai letto prima questo..."*
 - "10 cose che devi sapere prima..."*
 - "Cosa consigliano per risolvere..."*
 - "I cinque errori più comuni..."*
 - "La verità su questo..."*
- Rendi i tuoi contenuti pratici. Ogni volta che pubblichi un post, verifica che ciò che stai condividendo sia pratico.
- Scrivi come un'autorità nel settore.
- Offri una call-to-action gratuita, come un breve e-book o una meditazione registrata.
- Dopo la call-to-action gratuita, offri un prodotto da vendere e fornisci un codice di sconto.
- Utilizza dei bonus per far percepire al cliente che il valore fornito è superiore a quello della tua offerta originale.
- Mantieni aggiornato il database e gli accordi sulla privacy/disclaimer.
- Tieni traccia dei risultati ottenuti ed esegui test A B per vedere quali email hanno il tasso di apertura più alto utilizzando le analisi del software scelto.

PREPARARE IL CONTENUTO PER LA NEWSLETTER

Segui un corso gratuito e acquistane uno per aggiornarti sulle ultime novità in materia di gestione di un sistema di newsletter. Tutte le comunicazioni devono essere ricercate e interessanti. Nessuno apre newsletter noiose, finiscono semplicemente nel cestino. Continuo a ripeterlo perché è molto, molto importante: studia e conosci il tuo pubblico. Devi sapere tutto di loro, cosa cercano, cosa vogliono, quali sono i loro problemi e perché si sono iscritti alla tua newsletter.

Per prima cosa, determina il tuo obiettivo.

- Obiettivo di vendita
- Obiettivo di tenerli aggiornati con le proposte
- Conversione in abbonamenti
- Formazione e vendita degli studenti

Quindi, crea una mappa per raggiungere il tuo obiettivo. L'obiettivo deve essere ben definito e devi avere gli strumenti e i tempi giusti. Definisci con largo anticipo il numero di e-mail a settimana e al mese.

Esempio: creo contenuti interessanti che parlano di stress e ansia, regalo mini video o mini sequenze per risolvere il problema e comunico gli orari di lezione migliori per combattere questi sintomi.

Esempio: creo contenuti con consigli utili per la gravidanza, dallo yoga all'alimentazione, regalo mini video o sequenze, e poi comunico che ho creato un corso online per tutte le donne che aspirano a diventare madri.

- Scarica il calendario delle festività nazionali e delle vacanze e crea promozioni con codici sconto per quei giorni.
- Utilizza programmi come aswerthepublic.com per leggere i pensieri del tuo pubblico target.
- Analizza e crea una strategia alla volta.
- Intriga il tuo pubblico con l'argomento trattato.



**PRESENTARE
LA TUA OFFERTA**

PREZZO DELLE TUE LEZIONI

IL DENARO PUÒ ESSERE UN ARGOMENTO SPINOSO, MA I CONTI DEVONO TORNARE SE VUOI GUADAGNARTI DA VIVERE FACENDO CIÒ CHE AMI.

STABILIRE I PREZZI DI LEZIONI DIVERSE

Ogni corso ha un proprio target, una propria durata e i relativi costi. Cerca di non creare troppe fasce di prezzo, perché potrebbero confondere i potenziali studenti (e te).



UTILIZZA I SUGGERIMENTI QUI SOTTO PER INIZIARE A PENSARE ALLE CLASSI CHE POTRESTI INCLUDERE.

- *A che ora dovrei offrire questa lezione?*
- *Come stabilire il prezzo di questa lezione?*
- *Quanto deve durare?*
- *Di che attrezzatura ho bisogno per questa lezione?*





STABILIRE IL PREZZO: TRE TECNICHE

1

Se sei agli inizi, lancia il pacchetto di base (guarda il video per capire come sceglierlo e crearlo), mantenendo un prezzo inferiore del 10% rispetto ai concorrenti.

Esempio

Prezzo mensile della concorrenza: €100

Il tuo prezzo mensile: €90

2

Se hai già molta esperienza scegli il prezzo giusto per te ma non superare mai i tuoi concorrenti di oltre il 10%.

Esempio

Prezzo mensile della concorrenza: €100

Il tuo prezzo mensile: €105

3

Crea un prodotto unico che non sia offerto dai tuoi concorrenti. Rendi il costo elevato e offrilo in promozione per 1 mese.

Esempio

Nuovo prodotto: Restorative Yoga privato per lezioni anti stress

Prezzo della concorrenza: nessun altro ha questo prodotto

Il tuo prezzo mensile: €250

Super promozione: 3 mesi a €690 invece di €750

SOTTOSCRIZIONI E ISCRIZIONI

QUESTI MODELLI FINANZIARI TI AIUTANO A COSTRUIRE UNA COMUNITÀ E A STABILIRE ENTRATE RICORRENTI.

IL MODELLO DI ABBONAMENTO OFFRE UN'AMPIA FLESSIBILITÀ.

TIPO DI ABBONAMENTO

- Una volta alla settimana
- Bisettimanale
- 3 volte a settimana
- Mensile
- 3 volte al mese
- Lezioni private
- Yoga per bambini
- Gravidanza mensile
- Gravidanza bisettimanale

FARE SCONTI

Scoraggia gli abbonamenti mensili e le ammissioni perché:

- Alcuni studenti possono mancare di disciplina e se non si impegnano in modo continuativo rischiano di non tornare dopo la prima lezione.
- Non farlo perché non sai mai chi hai in classe e rischi di avere troppa folla o troppo poche persone.
- Servono almeno un paio di mesi per sperimentare i benefici di una pratica continuativa. Non appena sperimentano un cambiamento positivo, decidono di impegnarsi.

OFFERTE VINCENTI: TRATTIENI SUBITO I TUOI STUDENTI E CREA PROMOZIONI PER ATTIRARNE DI NUOVI.

- Fai in modo che i tuoi studenti scelgano un abbonamento più lungo offrendo lezioni di recupero nei fine settimana o online.
- Crea promozioni interne: porta un amico o un parente e avrai il mese successivo gratis o un abbonamento annuale scontato.

- Yoga di coppia scontato: vieni con il partner e riceverai uno sconto del 15%.

CARTE D'INGRESSO: GESTIONE, RISCHI E PERCHÉ POTREBBERO NON ESSERE LA SOLUZIONE MIGLIORE PER TE.

Le schede di iscrizione creano troppa flessibilità, un grande mal di testa per te e confusione nelle classi.

L'unica eccezione è rappresentata da coloro che lavorano a turni: definisci un numero di "turnisti" che puoi assumere nelle tue classi e crea schede di iscrizione solo per loro. Acquisto minimo di 10 ingressi con scadenza di 3 mesi.

ISCRIZIONE APERTA: COSA OFFRIRE AGLI STUDENTI CHE VOGLIONO PRATICARE OGNI GIORNO.

Offri un'opzione mensile illimitata agli studenti sinceri che vogliono praticare più di 3 volte a settimana. Dopo qualche mese, crea la promozione annuale per loro. Non inserire questa offerta in nessun materiale di marketing. In questo modo sembrerà più esclusiva.



Modello Di Calcolatore Degli Abbonamenti

Questo foglio di calcolo si trova nella cartella condivisa di Google Drive.

Calcolatore degli abbonamenti

Tipo di sottoscrizione	Costo mensile	Costo per tre mesi	% di sconto (sul prezzo per 3 mesi)	Risultato finale
Singolo (settimanale)	60	180	10	162
Bisettimanale	120	360	15	306
3 volte a settimana	150	450	20	360
Gravidanza (mensile)	80	160	10	144
Gravidanza(bisettimanale)	160	320	15	272
Yoga per bambini	50	100	10	90
Lezioni private	60	180	10	162

OFFERTE E PROMOZIONI

PER GESTIRE UNA PROMOZIONE DI SUCCESSO, CONCENTRATI SULLE OFFERTE ANNUALI, MENSILI E SETTIMANALI.

DEFINISCI IL COSTO DELLA LEZIONE SINGOLA, QUINDI MOLTIPLICALO PER GLI ESEMPI SOTTOSTANTI E CREA UNO SCONTO FISSO PER LE OFFERTE. UTILIZZA IL MODELLO FORNITO PER DEFINIRE LE VARIABILI.



CREA DELLE OFFERTE VINCENTI

- Offerta di 3 mesi (raccomandata)
- Offerta di 6 mesi
- Offerta annuale (raccomandata)
- Lezioni illimitate (pochi posti disponibili)
- 2-3 lezioni a settimana per 3 mesi (raccomandata)
- 2-3 lezioni a settimana per 6 mesi
- 2-3 lezioni a settimana per 1 anno (raccomandata)
- Aggiungi una lezione con la promozione per un mese al 50% , dopo prezzo pieno

PROMOZIONI: L'OFFERTA SILENZIOSA "IMPERDIBILE" PER GLI STUDENTI CHE FREQUENTANO 2-3 VOLTE A SETTIMANA.

Offri un mese di prova per praticare 3 volte a settimana con uno sconto del 25%. Si sentiranno così bene dopo essersi impegnati per almeno 3 mesi.

SCONTI: 3 REGOLE DA RICORDARE SEMPRE, COME E QUANDO OFFRIRLE.

- 1.Sconto per le famiglie: prevedi uno sconto per le famiglie, cioè se più di due membri della stessa famiglia sottoscrivono un abbonamento annuale, prevedi un super-sconto per il terzo e quarto membro, ad esempio del 30%.
- 2.Sconto per le coppie: prevedi uno sconto del 10% per le coppie che praticano insieme, anche per i seminari e i ritiri.
- 3.Non fare mai sconti sul pacchetto base. Questo svaluterebbe il tuo prodotto principale che ti permette di avere uno stipendio e sul quale basi il tuo Punto di pareggio (BEP). Offri invece qualcosa di extra.

 OFFERTE DEDICATE PER IL PUBBLICO DI RIFERIMENTO

Pubblico	Offerta	Bonus
Donne Incinta	Illimitata, promozione pratica quotidiana, meno 30%.	Una lezione gratuita di lavoro sulla respirazione.
Donne In Post Parto	Promozione flessibile dell'abbonamento su fasce orarie diurne.	Sequenza a casa per ritrovare il proprio corpo.
Bambini 3-12	Promozione per le mamme con più di un figlio, sconto famiglia.	Una lezione gratuita con i genitori.
Adolescenti 12-17	Promozione per le mamme con più di un figlio, sconto famiglia.	Una lezione gratuita all'aperto.
Giovani 18-25	Promozione annuale per incoraggiare la frequenza.	Una lezione gratuita all'aperto in un fine settimana.
Studenti Universitari	Sconto università.	Promozione estiva.
Pubblico Generale 25-35	Sconto sull'abbonamento annuale.	Una lezione gratuita nel fine settimana.
Pubblico Generale 35-50	Sconto sull'abbonamento annuale.	Una lezione gratuita nel fine settimana.
Pubblico Generale 50-65	Sconto sull'abbonamento annuale (solo lezioni in pausa pranzo)	Contenuti gratuiti come blog o articoli.
Pensionati 65-100	Sconto sull'abbonamento annuale (solo lezioni diurne)	Contenuti gratuiti come blog o articoli.
Coppi 30-50	Sconto del 10% se si frequenta lo stesso corso.	Sconto del 10% sui workshop, seminari e ritiri.
Gruppo di amici	Iscrivi 4 amici in un workshop, seminario e ritiro e 1 persona viene gratis.	

PROGRAMMA SETTIMANALE

CREA UN "PROGRAMMA DELLA
SETTIMANA" VINCENTE E
ACCATTIVANTE.

È UNO DEI MATERIALI DI MARKETING PIÙ IMPORTANTI CHE CONCEPIRAI ED È
L'OCCASIONE PER DARE VITA ALLA TUA VISIONE.

Insegno da più di 10 anni e ho appurato un metodo vincente per definire l'offerta delle mie scuole. Il tuo programma può differire dal mio di circa 15 minuti, ma questo non ha importanza. Quello che mi interessa è che tu capisca la teoria che c'è dietro.

PROGETTAZIONE DEL PROGRAMMA SETTIMANALE

1. Devi conoscere il tuo pubblico di riferimento; devi sapere tutto di loro. Ad esempio, se offri corsi post-parto, è bene documentarsi sulle abitudini delle neomamme: A che ora si svegliano? A che ora mangiano i bambini? A che ora finisce l'asilo? Se insegni Yoga gentile al mattino, devi chiederti: che abitudini hanno i nonni? A che ora devono andare a prendere i nipoti a scuola? A che ora cucinano per loro? In genere, quando escono nel fine settimana non tornano prima della domenica perché non hanno impegni di lavoro, quindi fai attenzione e proponi questi corsi nel mezzo della settimana. E così via per ogni segmento target.

2. Dai a tutti la possibilità di "raddoppiare". Crea un programma che abbia un suo specchio interno, soprattutto se sei sola o se insegni da sola. Per esempio, se insegni Hatha il lunedì, fai una pausa il martedì e riproponilo alla stessa ora il mercoledì e il giovedì.

Questa teoria si applica a tutti i corsi: Yoga prenatale, Yin Yoga, Yoga post-partum, Yoga terapeutico, Restorative Yoga e Pranayama.

3. Sappi che 15 minuti possono fare la differenza per raggiungerti. Verifica l'orario generale di fine lavoro, l'orario del pranzo, l'orario di uscita della scuola e confronta il progetto della tua offerta con quello delle palestre della zona. Probabilmente anche loro hanno già fatto questa ricerca, quindi puoi confrontare la tua offerta ed evitare il rischio di perdere opportunità di iscrizione.

4. Il sabato è considerato il giorno d'oro. Molti studenti non viaggiano nei fine settimana, o comunque non spesso, quindi il sabato mattina è un'ottima opzione per offrire nuovi corsi o seminari.



Modello di calendario delle lezioni

Questo documento si trova nella cartella condivisa di Google Drive.

STUDIO CLASS SCHEDULE						
MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
8:00am Vinyasa Flow	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class
9:15am Core Yoga	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class
12:15pm Power Flow	12:15pm Mom & Baby	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class
Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class
Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	6:00pm Mom & Baby	Time Class	Time Class
Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class	Time Class

ADDRESS,
PHONE NUMBER,
WEBSITE

 
@studioname



ORA TOCCA A TE. SEGUI IL MIO MODELLO DI OFFERTA E CREA LA TUA OFFERTA PER I SEGUENTI GRUPPI DI STUDENTI

- *Hatha yoga 24-45*
- *Hatha yoga 45-65*
- *Yoga bambini*
- *Yoga adolescenti*
- *Yoga in gravidanza*
- *Yoga post parto*
- *Yoga per mamma e bambino*
- *Yin yoga*
- *Restorative Yoga*
- *Yoga Terapeutico*
- *Yoga per persone impegnate*

! ERRORI COMUNI

- Trascurare le ricerche di mercato e offrire orari incompatibili con i giorni lavorativi.
- Mettere in calendario troppi corsi e non riuscire a lanciarli tutti.
- Esagerare con le prenotazioni nei fine settimana e poi decidere di chiudere per tutto esaurito.
- Non lasciare abbastanza tempo libero agli insegnanti. Nessuno vuole tenere una lezione all'alba dopo aver chiuso lo studio per l'ultima lezione della sera precedente.
- Non dedicare abbastanza tempo alle attività amministrative.



LA CULTURA DELLO STUDIO

LA GESTIONE DEL VIAGGIO DELLO STUDENTE

NELLE AZIENDE CHE SI RIVOLGONO AI CLIENTI, IL SERVIZIO È SEMPRE FONDAMENTALE. GESTISCI IL VIAGGIO DELLO STUDENTE CON INTENZIONE, FIN DALL'INIZIO.

FAI LA PRIMA IMPRESSIONE GIUSTA, DALLA RICHIESTA INIZIALE DI INFORMAZIONI FINO ALLA SOTTOSCRIZIONE DELL'ABBONAMENTO.

RISPONDERE AL TELEFONO

1. Crea una frase professionale di apertura: "Buongiorno sono Lucia della Scuola Zoi Yoga, come posso aiutarla?".
2. Fai le domande giuste e mettili in modalità ascolto per un massimo di 10 minuti:
 - *"Quali sono gli orari più comodi per venire a fare una prova?"*.
 - *"Qual è la motivazione che la spinge a provare lo Yoga?"*.
 - *"Ha qualche situazione fisica che richiede particolare attenzione?"*.
3. Spiega brevemente la tua filosofia di insegnamento, fissa una prova e dai indicazioni su cosa portare alla prima lezione.
4. Consigli una frequenza bisettimanale per ottenere rapidamente maggiori risultati.
5. Salva il numero e inseriscilo nel tuo database di yoga indicando già il corso che hanno scelto.

Consiglio di avere un secondo numero dedicato alle chiamate e ai messaggi di lavoro. Evita di perdere potenziali clienti con una risposta automatica ai messaggi sul telefono e su Whatsapp.

CINQUE COSE CHE NON DOVRESTI MAI DIRE

- *"Questo corso non è adatto a te. Stai lavorando troppo..."*.
- *"Inizia con un corso e poi pensa se vuoi aggiungerne un secondo..."*.
- *"Se hai difficoltà con i pagamenti puoi..."*.
- *"Recupera nelle altre classi quando vuoi..."*.
- *"Parlami dei tuoi problemi..."*.

RISPONDERE AI MESSAGGI SUI SOCIAL MEDIA

Crea una risposta automatica su tutte le piattaforme di social media. È semplice, efficace e crea un contatto immediato con gli studenti. Struttura il messaggio in questo modo:

Grazie per aver contattato [il tuo nome o il nome dello studio]. Vi contatteremo entro 48 ore e risponderemo a tutte le vostre domande. Lasciate il vostro numero di telefono o scriveteci via Whatsapp al [numero di telefono].

Grazie,

*[il tuo nome o il nome dello studio]
[website]*

ACCOGLIERE GLI INSEGNANTI CHE DESIDERANO PARTECIPARE ALLE TUE LEZIONI

Crea una promozione per gli insegnanti di altri studi che si concentri sui corsi diurni o sui vostri prodotti online. I colleghi dovrebbero sempre aiutarsi l'un l'altro ed è un meraviglioso scambio di energia. Tratta i tuoi colleghi con la considerazione che meritano.

Per gli insegnanti che lavorano o collaborano con te, questo è un argomento importante che verrà affrontato in dettaglio più avanti. In generale, però, consiglio un generoso sconto del 50% in cambio di un piccolo aiuto extra. I collaboratori personali possono praticare a un prezzo speciale perché mi assistono durante le lezioni. In questi casi, assegno loro un compito, come preparare lo studio prima del mio arrivo, accogliere i nuovi studenti o pulire lo studio dopo la lezione.

GUIDARE I TUOI STUDENTI SULLA STRADA GIUSTA FIN DAL GIORNO 1

- Devi conoscere i tuoi studenti e capire perché sono venuti da te. Fai domande e scrivi le risposte. Sii onesta e consiglia il percorso che meglio li aiuterà a raggiungere lo scopo.
- Se perdono più di una lezione di seguito, scrivi loro un messaggio e chiedi: "Spero che vada tutto bene. È passato un po' di tempo dall'ultima volta che ti ho visto a lezione".
- Crea un elenco di letture consigliate da inviare ai tuoi studenti.
- Raccomanda l'attrezzatura di cui hanno veramente bisogno e offri opzioni di qualità e con un buon rapporto qualità-prezzo.
- Ogni 4 mesi chiedi un feedback sincero sull'andamento del corso. Puoi farlo dal vivo, online o con un sondaggio anonimo.

IMPARA AD ASCOLTARE: TRE MODI PER CAPIRE IL TUO PUBBLICO

1

Arriva sempre 15 minuti prima della lezione e non avere fretta di andartene quando finisce. Dedica tempo all'ascolto del gruppo.

2

Ogni tanto fai dei test per vedere se state andando nella direzione giusta e lascia sempre uno spazio per i consigli costruttivi.

3

Se utilizzi i social media, coinvolgi i tuoi follower con domande e questionari sui temi dello yoga. Osserva gli argomenti che raccolgono più interesse e interazioni e utilizza i risultati come spunti per approfondire determinati argomenti.

NUMERO & CONSERVAZIONE DEGLI STUDENTI

COSTRUIRE LA TUA BASE DI STUDENTI RICHIEDE TEMPO E IMPEGNO. UNA VOLTA CHE LI AVRAI, ASSICURATI CHE RIMANGANO.

PER MANTENERE I TUOI STUDENTI A LUNGO TERMINE CI SONO DUE COSE ESSENZIALI SU CUI CONCENTRARSI.

Praticare lo yoga

Ricorda perché ti sei innamorata di questa disciplina e dalle priorità nella routine quotidiana. Se pratichi tutto arriverà. Inoltre, manterrai la chiarezza mentale e la coerenza necessarie per insegnare agli studenti e saranno autentiche.

Il principio della progressione

I tuoi studenti resteranno con te se progrediscono e se la loro pratica yoga permette loro di sentirsi meglio nel tempo. Per monitorare i loro progressi, crea un semplice modulo da compilare ogni 3 mesi per verificare i risultati ottenuti.

	Inizio del corso	Set-Dic	Gen-Apr	Mag-Ago
Progressi ottenuti	2022	La zona lombare sta meglio	Schiena alta sta meglio	Il mal di schiena è scomparso
Difficoltà		Mal di schiena	Polso infiammato	
Nuovi obiettivi				Asana di piegamento all'indietro

CONSIGLI DI MARKETING PER I NUMERI DEGLI STUDENTI

Utilizzare le reti esistenti

- Ogni studente ha amici, colleghi e familiari. Saperlo crea offerte interne irresistibili durante le vacanze.

Aumentare il traffico del 30% in tre mesi

- Offerta di San Valentino per le coppie: porta la persona amata a fare yoga e riceverai uno sconto del 20% per le coppie.
- Offerta speciale estiva solo per i soci: porta un amico e pratica gratis a luglio.
- Offerta per le famiglie a settembre: se viene tutta la famiglia, un membro è gratis per tutto il mese.
- Offerta speciale di Natale solo per i soci: acquista un buono e riceverai 2 settimane gratis.
- Lasciati andare e proponi offerte per tutte le occasioni e le stagioni! Consiglio di scegliere solo tre momenti promozionali all'anno, in modo che siano visti come eventi speciali, emozionanti e limitati. Mantieni le cose fresche e cambia le promozioni ogni anno, in modo che le persone non si annoino o non aspettino solo la promozione per iscriversi.

Offerte speciali con tempi brevi

- Crea un nuovo prodotto, ad esempio un corso con un diverso stile di yoga o un corso specializzato che si concentri sulle donne o sui nonni.
- Offri il primo mese di prova del nuovo corso a un prezzo speciale o proponi una promozione "2 per 1".
- I mesi di prova non dovrebbero durare più di 30 giorni. Io trovo che 15 giorni vadano bene.

COLLABORARE E COSTRUIRE UNA SQUADRA

VAI DA SOLA O HAI BISOGNO DI COLLABORATORI? SCEGLI CON SAGGEZZA QUANDO LAVORI CON NUOVI INSEGNANTI.

PERCHÉ ACCOGLIERE NUOVI MEMBRI NEL TEAM È IMPORTANTE.

Chiediti: voglio fare tutto da solo o voglio assicurarmi dei collaboratori?

Il mio consiglio è di cercare dei collaboratori e decidere se li vuoi al tuo fianco come freelance o se li preferisci come parte della tua azienda.

Man mano che la tua attività cresce, avrai bisogno delle competenze di un'altra persona responsabile che ti aiuti a lavorare bene e ad espanderti. Ho incontrato molti insegnanti che lavorano da soli e finiscono per andare in burn-out.

Gestisci, motiva e cresci insieme.

Le persone devono essere pagate e devono essere motivate non solo attraverso un riconoscimento economico, ma anche attraverso una crescita professionale e spirituale continua.

TECNICHE DI COACHING PER UNA COLLABORAZIONE DI SUCCESSO

- Definisci il compenso prima di iniziare: questa cifra deve essere equa e consiglio una percentuale su ogni iscrizione.
- Comunicare periodicamente: dedica un giorno fisso alla settimana con un orario prestabilito per ricevere feedback e migliorare i processi interni.
- Crea momenti informali di team building: a volte basta un pomeriggio alla spa, un evento di yoga insieme, un pranzo o una cena.
- Definite insieme una visione del lavoro: quali sono gli obiettivi della collaborazione? Quali sono i progetti imminenti?
- Ascolta: chiedi un feedback. Cosa può essere migliorato? Come potremmo migliorare lo studio?

PROBLEMI COMUNI QUANDO SI LAVORA CON GLI ALTRI

- Gelosia per il tasso di frequenza
- Incompatibilità caratteriale
- Insicurezza personale
- Mancanza di fiducia

Una comunicazione eccellente può aiutare a evitare problemi interpersonali tra le collaborazioni. È essenziale mantenere un'atmosfera piacevole e vibrante di energia.

ORA È IL MOMENTO DI CREARE UN PIANO AZIENDALE.

A questo punto, la tua visione dovrebbe iniziare a prendere forma ed è il momento di inserire tutte le informazioni di ricerca che hai raccolto in un piano aziendale.

1. Definisci la tua struttura aziendale e rendila legale: scegli un commercialista per un orientamento professionale.
2. Valuta l'opzione no-profit.
3. Definisci il tuo marchio e crea la tua identità di marca.
4. Identifica il tuo mercato di riferimento.
5. Eseguire un'analisi di mercato.
6. Determina il tuo pubblico target.
7. Definisci il prezzo del tuo prodotto e servizio.
8. Tipi di pagamento: scegli come verrai pagato.
9. Tasse: scegli un commercialista e un centro fiscale.
10. Trova una compagnia assicurativa.
11. Decidi se assumere freelance o assumere dipendenti.
12. Crea il tuo piano aziendale.
13. <https://www.score.org/resource/template/financial-projections-template>

A sheet of white paper with horizontal ruling lines, positioned centrally. The paper is surrounded by a background of light green and light blue curved shapes, creating a decorative border. The lines are evenly spaced and extend across the width of the paper.

A sheet of white paper with horizontal ruling lines, resembling notebook paper. The paper is centered and occupies most of the frame. The background consists of light green and light blue curved shapes, suggesting a stylized or artistic setting. The lines are evenly spaced and extend across the width of the paper.

A sheet of white paper with horizontal ruling lines, positioned centrally. The paper is surrounded by a background of light green and light blue curved shapes, creating a decorative border. The lines are evenly spaced and extend across the width of the paper.

A sheet of white paper with horizontal ruling lines, resembling notebook paper. The paper is centered and occupies most of the frame. The background consists of light green and light blue curved shapes, suggesting a stylized or artistic setting. The lines are evenly spaced and extend across the width of the paper.

