



IL GOOGLE MAPS DEL MAKEUP

Cosa devi fare per essere un truccatore
professionista.

TOBE
academy

Ben arrivati* qui!

Lo scopo di queste righe è di darti in 18 punti, la strada da fare per essere un truccatore professionista.

Si inizia formandosi, quindi scegliendo la scuola di trucco più adatta a te.

Io, quella scelta l'ho sbagliata ed ho perso un sacco di tempo e di soldi. Voglio che tu non lo faccia, voglio spianarti la strada.

Voglio farti capire come è meglio che tu porti avanti lo studio durante la tua formazione - questo ti consente di procedere più veloce e più efficace.

Voglio farti capire cosa fare, come fare subito dopo il diploma per immetterti nel mercato - voglio che tu non provi mai quel senso di frustrazione che provavo io quando mi chiedevo "**perché nessuno mi compra?**".

Ti farò fare degli esercizi molto importanti che saranno la tua bussola, ti farò capire il perché delle volte devi fare delle scelte che all'inizio sembrano strane.

Alla fine avrai avrai la mappa, il **Google Maps del Make-up**.

Ti ho suddiviso per comodità e per facilità mnemonica le aree su cui ti devi concentrare in due macro:

AREA DELLE COMPETENZE PERSONALI

AREA DELLE COMPETENZE TECNICHE.

Essere dei bravissimi truccatori non basta!

Mi dispiace, ma qualcuno doveva dirtelo.

Quindi ora, inizia subito a sfogliare le pagine (però concentrati).

Te le riassumo brevemente, poi analizzeremo punto per punto cosa devi fare nello specifico per ognuno di questi punti.

Una volta che li avrai spuntati tutti, **te lo assicuro sarai un Makeup Artist di Successo.**

AREA COMPETENZE PERSONALI

1 . Devi sapere chi sei

(quale è la tua missione in questo mondo del beauty)

2. Devi sapere cosa fai

(la gente ti compra per l'intenzione)

3. Devi sapere cosa fai per loro

(se ti comprano vogliono vivere una esperienza, non vogliono il tuo servizio)

4. Devi sapere come vuoi che gli altri ti vedano

(Delegare la tua reputazione è troppo pericoloso)

AREA COMPETENZE TECNICHE

1. Scegli bene la scuola che che ti dia solide fondamenta

(i corsi da 2 giorni li fai dopo)

2. Conosci la pelle

(è la tela su cui lavorerai)

3. Conosci e padroneggiare gli strumenti

(ogni muratore conosce la sua cazzuola)

4. Conosci e padroneggiare i colori

(usi quelli per creare no?)

5. Conosci le sopracciglia

(prova a toglierle ad un viso, vedi che succede!)

6. Sperimenta il make-up nelle sue diverse applicazioni

(wedding, moda, shooting...)

7. Comprendi quale tra questi mondi ti piace di più
(e poi differenziati)

8. Decidi chi è il tuo pubblico
(sennò con chi parli?)

9. Sappi come scattare fotografie
(sennò il tuo lavoro come lo mostri?)

10. Impara a comunicare
(Sennò come ti fai comprare?)

11. Costruisci la tua reputazione online e offline
(o anche detto personal branding)

12. Crea prodotti
(sennò cosa comprano?)

13. Promuoviti
(non puoi aspettare che ti riconoscano che brilli: lucidati e diglielo tu)

14. Vendi!
(Stabilisci un congruo valore economico per i tuoi prodotti/servizi)

AREA COMPETENZE PERSONALI

Devi sapere chi sei e perché lo fai

(quale è la tua missione in questo mondo del beauty: la gente ti compra per l'intenzione)

La risposta sembra semplice: sono un truccatore.

E fin qui siamo tutti d'accordo, ora occorre capire **che tipo di truccatore?**

Rispondi a questa domanda con il tempo che ti ci vuole - senza fretta:

Che cosa è importante essere per te come truccatore? (lo per esempio risponderai: creativo, attento ai dettagli, competente etc...)

Quale è la ragione più profonda che ti spinge ad essere un truccatore? (lo per esempio risponderai: insegno perché per me trasferire il mio sapere permette ad un'altra persona di costruirsi il futuro dei suoi sogni...)

Perché è fondamentale che tu lo sappia: avere chiaro quali sono i **valori** ed il motivo che ti muove, ti guiderà a fare azioni che sono e saranno perfettamente in linea **con quello che sei**.

Se per esempio hai risposto creativo, il tuo lavoro non sarà mai un copia e incolla fra i tuoi clienti, userai colori sempre diversi e quando un cliente ti dirà "fai tu", godrai come un riccio!

Questo faciliterà il tuo posizionamento sul mercato, la percezione che i clienti avranno di te e cosa più importante **“tu sarai felice”**.

Devi sapere cosa fai

(in che modo ti distingui)

Ora sappiamo che sei un truccatore xyz (i valori che hai scritto sopra), dobbiamo ragionare sul che cosa fai, in cosa sei bravo, in cosa sei specializzato, in cosa sei il migliore.

Si, il migliore.

Ti consiglio di ascoltare una canzone di B.Antonacci intitolata “Il migliore”, ti darà una bella carica.

Rispondi a questa domanda con il tempo che ti ci vuole - senza fretta:

In che cosa ti vuoi sentirti il migliore? *(lo per esempio risponderai: nell'insegnamento)*

Perché è fondamentale che tu lo sappia: non abbiamo riserve illimitate di energia e per fare davvero bene una cosa, per essere il migliore in qualcosa occorre spendere su quella cosa tanta tanta energia.

Per cui conviene che tu questo lo abbia chiaro di modo che sai cosa escludere dalla lista e su cosa invece concentrarti.

Se per esempio hai risposto trucco correttivo, molto probabilmente i tuoi “before/after” saranno pazzeschi e il tuo portfolio sarà incentrato su quello e i corsi specialistici che farai tratteranno questo argomento.

Questo faciliterà la comprensione dei clienti nel capire cosa fai davvero bene e **tu avrai la carriera ricca di cose che AMI fare.**

Devi sapere cosa fai per loro

(se ti comprano vogliono vivere una esperienza, non vogliono il tuo servizio)

Un cliente è affascinato dal tuo motivo (domanda1), dalla tua specializzazione (domanda2) e **per comprarti ha bisogno di capire “cosa c’è per lui, cosa avrà da te.”**

Stai pensando: vabbè il trucco per il matrimonio? ERRORE!

Ci sono mille miliardi di truccatori bravissimi che possono darle questo risultato.

La questione è TU cosa le vuoi dare in più?

E la risposta non è “le regalo un rossetto”, frega cazzi!

Devi lasciarle una EMOZIONE in più.

Rispondi a queste domande con il tempo che ti ci vuole - senza fretta:

Cosa sei in grado di lasciare oltre al servizio ad un cliente? *(lo per esempio risponderai: sono certa di farla sentire la più bella di tutte)*

In che modo pensi di poter raggiungere l’obiettivo? *(lo per esempio risponderai: sono certa di farla sentire la più bella di tutte perché creo e spiego il make-up personalizzato che sto realizzando, stando attenta ai dettagli ponendomi in completo ascolto per cogliere ogni sua minima sfumatura.)*

Che cosa potrebbe impedirti di raggiungere il tuo obiettivo? (*Io per esempio risponderei: potrebbe ostacolarmi la disattenzione e il voler imporre la mia visione del make-up che le sta meglio ma che non accoglie pienamente il suo gusto.*)

Perchè è fondamentale che tu lo sappia: ti faccio l'esempio più banale che io possa farti.

I dispositivi del brand Apple sono i più venduti al mondo. È soltanto perché sono migliori in prestazioni, facilitano il lavoro, sono di design? No, non è così anche perché non sono acquistati solo da uomini o donne d'affari.

Sono i dispositivi più comprati al mondo perché **FANNO SENTIRE LE PERSONE** di appartenere ad una categoria di bellezza, design, funzionalità, eleganza, alla moda etc etc...

Per cui associano ad un prodotto una sensazione.

Questo è quello che devi fare tu: farti comprare per qualcosa che sia **più alto** rispetto al servizio che stai proponendo.

Questo esercizio ti consente esattamente di raggiungere questo scopo perché con la seconda domanda hai definito quali passi operativi devi seguire per fare in modo che il cliente abbia quella percezione.

Con l'ultima domanda invece **TOGLI** ogni possibilità di insuccesso: consapevolizzando i tuoi "punti deboli" diventi più forte, perché saprai riconoscerli appena si presentano e immediatamente cambierai atteggiamento.

Figo eh?

Devi sapere come vuoi che gli altri ti vedano

(Delegare la tua reputazione è troppo pericoloso)

Devi creare un tuo stile unico nel lavoro e nella vita di modo che gli altri siano indotti a pensare di te quello tu gli stai comunicando. Quello che dici deve essere coerente con quello che fai.

In queste righe sto usando spesso la parola “devi”, non è ovviamente una imposizione, tu deciderai cosa è meglio fare per te. Hai voluto il mio testo per cui qui dentro trovi la mia opinione che è fatta di devi **perché questa è la strada che fanno quelli che vincono.**

Torniamo allo stile: entri in macelleria e dietro al banco vedi un signore in giacca e cravatta o vai da un dietologo e lui pesa due tonnellate, o magari è magro ma poi lo becchi al supermercato a comporre schifezze e passare la cena da McDonald's.

Queste immagini ti suonano strane perché sono **incoerenti** che è il miglior modo per perdere la credibilità e quindi la fiducia dei clienti *(attuali e futuri)*.

Rispondi a queste domande con il tempo che ti ci vuole - senza fretta:

Che cosa ti caratterizza come truffatore e come persona? *(lo per esempio risponderai: eleganza, simpatia, cura del dettaglio)*

Questa risposta, scatenerà in te **l'atteggiamento automatico** di perseguire le righe che hai scritto. Quindi ciò che farai e dirai in giro oppure online corrisponderà a queste caratteristiche e le persone non potranno fare altro che essere d'accordo con te.

ATTENZIONE: non essere definibili, non avere uno stile è ancora peggio di averne uno che non corrisponde a ciò che pensi tu. Per intenderci è meglio che “la gente pensa che io sia antipatica ma non lo sono” invece di “la gente quasi non mi considera”.

Ovvio che se la gente pensa qualcosa che non è realtà, non sono scemi loro *(te lo dico per esperienza)*, magari dovrai modificare tu qualche atteggiamento. Non essere considerati o percepiti è il male maggiore, quindi please **DEFINISCITI**.

Ed ora che hai chiare le tue riposte prova a costruire una frase che in due righe dica tutto di te. Eccoti la matrice a cui sostituire le frasi che hai scritto *(è un bellissimo modo per presentarsi)*.

Sono [risposta1, 2] che attraverso [risposta 3] e fa sentire il cliente [risposta 4]

Io ad esempio scriverei:

Sono una insegnante creativa e competente che attraverso il trasferimento del mio sapere consento ai nuovi truccatori di plasmare il proprio futuro di modo che loro si sentano appagati, felici ed abbiano la vita lavorativa che desiderano.

Tocca a te:

COMPLIMENTI: SEI GIA' UN VINCENTE.

AREA COMPETENZE TECNICHE

Questa è la strada, che se seguirai punto per punto, è **LA garanzia di successo.**

Sai, quando ho studiato io non avevo una *Ilaria* che mi dicesse quale era la strada buona, quella da non imboccare e quella da percorrere solo fino ad un certo punto.

È stato un percorso molto difficile e sofferto per me ed è esattamente per questo motivo che ho creato una lista da seguire **pedissequamente.***(si passivamente, non è questo il momento di essere creativi.)*

Adesso, se vuoi davvero raggiungere il tuo successo, devi leggere ed eseguire. Stop.

Abbi il coraggio di affidarti a chi ha fatto la strada prima di te ed ha già preso i calci in faccia e nella peggiore delle ipotesi arriverai al tuo obiettivo. Nella migliore, avrai un successo ben più ampio di quello che immaginavi.

1. Scegli bene la scuola che ti dia solide fondamenta

(i corsi da 2 giorni li fai dopo)

2. Conosci la pelle

(è la tela su cui lavorerai)

3. Conosci e padroneggiare gli strumenti

(ogni muratore conosce la sua cazzuola)

4. Conosci e padroneggiare i colori

(usi quelli per creare no?)

5. Conosci le sopracciglia

(prova a toglierle ad un viso, vedi che succede!)

Queste te le ho messe insieme perché in realtà la macro sarebbe **Scegliere** la scuola che sia capace di darti tutte queste nozioni. Allo stesso tempo te le ho messe singolarmente perché sono le basi, le fondamenta su cui basare tutto il tuo lavoro. Vedo dei truccatori che si formano con “nomi noti” del panorama beauty, mi mandano poi i make-up per avere un mio parere e vedo degli scempi. Per cui chiedo se le informazioni sopra elencate sono state esplose, sviscerate, spiegate fino alla nausea e **mi rispondono di no!**

Ma come fai a fare il truccatore se non parti da lì?

Scegliere di formarti con una accademia storica o con un nome noto, OGGI non è garanzia di successo e ti spiego perché.

Se l'accademia in questione o il nome noto, adagiati sulla loro ridondante nomea hanno smesso di stare attenti alle mutazioni del mercato, degli sviluppi di settore etc.. a te forniranno una formazione datata, una formazione che andava bene 5 o 6 anni fa!

Credi che sia corretto e utile pagare una formazione che sarebbe valida in un'altra epoca?

Come fai quindi ad orientarti nella scelta della scuola?

Ecco cosa devi fare:

- **Leggere** approfonditamente il programma formativo della scuola (*deve certamente comprendere le nozioni di cui ti ho scritto sopra*)
- **Avere** i nomi degli insegnanti, ancora meglio riuscire a parlare con loro. Ci sono due tipologie di insegnanti: **chi insegna per vocazione e chi per soldi**. I secondi sono da evitare come la peste, sono gelosi delle cose che fanno, non si preoccupano di te e sono svogliati. I primi invece ti dico praticamente TUTTO quello che fanno. Te ne accorgi semplicemente parlandoci a quale categoria appartengono. Se non ci puoi parlare, cerca i loro social/siti e leggi le recensioni, leggi anche le recensioni della scuola, se qualcuno si è trovato male (*a meno che non lo abbiano bannato*), la recensione sta lì.
- **Assicurarti** di non essere trattato come un numero (*o peggio, come una banconota*). Ahimè io ho vissuto questa sensazione ma ero troppo tenerina ed ingenua per oppormi. Io dico che la formazione è come una medicina, va somministrata in modo personalizzato. È vero che sono le stesse nozioni per tutti, è vero anche che ognuno ha modalità di ascolto diverse e se il professore non è un bravo comunicatore, difficilmente riuscirà a trasferire a tutti le informazioni. Come fai ad accorgertene? Questo è facilissimo: basta notare come la segretaria risponde alla tua chiamata o email. Come dice una saggia metafora: il pesce puzza dalla testa, per cui se la segretaria è scontrosa o poco attenta significa che in quella scuola il valore di "attenzione allo studente" è basso.
- **Osserva** bene il piano di studi come è strutturato. Quali sono le materie, quali sono gli argomenti di ogni materia, in quanto tempo ti danno le informazioni. Un corso base di 3 giorni NON è un corso utile. Ci vuole un solo giorno per sapere trattare bene le sopracciglia. È possibile che negli altri due si comprenda bene: teoria del colore,

come trattare la pelle, discromie, differenze tra prodotti, pennelli, come fare Contouring etc etc... ?!?

Se il piano che ti propongo non è aggiornato con informazioni quali: comunicazione e fotografia, stai attento! Sono informazioni che **TI SERVONO**. Quindi se non te le danno, dovrai comunque studiarle successivamente.

- **Tutoraggio.** Sei seguito mentre stai studiando? La pratica che fai a casa, qualcuno la supervisionerà? Dopo che hai studiato, potrai tenerti in contatto con qualcuno per avere supporto? Queste sono le domande da porti e da porre a loro.
- **Se vuoi frequentare** una scuola in presenza, osserva la struttura. Un ambiente pulito e confortevole aiuta l'apprendimento. Se invece frequenti un'accademia online, verifica come sono strutturati i video. Se l'inquadratura del video mostra il professore che trucca (*quindi l'inquadratura è lontana*) riuscirai ad apprendere poco.
- **Portfolio.** Una accademia di livello deve darti l'opportunità (*magari anche a prezzi vantaggiosi*) di svolgere dei servizi fotografici ed aiutarti nella costruzione dell'editoriale. Considera che se non hai ancora molto chiaro e definito dove vuoi investire o comunque all'inizio vuoi testare sia gli ambienti moda che clienti finali, dovresti avere nel tuo portfolio sia immagini wedding (*sempre di modelle*) che beauty. Inizialmente l'artistico non te lo consiglio solo perché all'inizio è un pelo più complicato lavorare (*e portare a casa soldini*) facendo solo artistico.

Sperimentare il make-up nelle sue diverse applicazioni (wedding, moda, shooting...)

Questo, se il piano di studi è strutturato bene, riesci a verificarlo già mentre studi. È fondamentale capire in cosa sei più appassionato perché è la chiave per la specializzazione e differenziazione di cui ti parlavo prima. E ti faccio una domanda: c'è un centro estetico che fa un pò di tutto e poi ce n'è uno specializzato solo in dimagrimento; in quale dei due c'è più affluenza?

Si, al secondo.

Questo perché per tutti è più facile scegliere qualcuno che eccelle in qualcosa rispetto a scegliere qualcuno che è **mediamente** bravo in tutto.

L'accademia che sceglierai dovrebbe già metterti nelle condizioni di sperimentare, dovrebbe già chiederti di testare i vari tipi di make-up. Se

questo non avviene (*intanto hai sbagliato scuola*), fallo da sol*! Già da quando fai pratica immagina di trovarti davvero in una situazione di shooting, di wedding etc... questo ti consente di fare tre cose: capire cosa ti piace, capire su cosa investire, essere già un pò preparato al meccanismo quando quella situazione si presenterà nella realtà.

Comprendi quale tra questi mondi ti piace di più e poi differenziati.

Alla fine del punto precedente ho scritto "questo ti consente di fare tre cose: capire cosa ti piace, capire su cosa investire, essere già un pò preparato al meccanismo quando quella situazione si presenterà nella realtà." - **e non c'è niente di più vero!**

Ricordi quando ti ho parlato dell'energia da indirizzare in modo oculato? Immagina che mentre studi comprendi che il tuo mondo è quello del wedding perché ti piace la relazione con la sposa, accompagnarla fino al suo giorno, vivere e condividere le sue emozioni.

Mentre stai studiando, fai simulazione. Puoi ad esempio comprare delle sottovesti bianche, dei tulle bianchi e simulare nella foto che quella sia una sposa.

Dopo che hai studiato, mettiti alla ricerca nella tua città di fotografi e modelle emergenti: collaborate, così ognuno avrà delle immagini da usare per la propria professione.

Decidere chi è il tuo pubblico (sennò con chi parli?)

Chi è il tuo pubblico? Tutti. Quando sento questa risposta, mi esce il sangue dalle orecchie.

Quindi i tuoi clienti sono anche le case funerarie che ti chiedono make-up per i defunti? Sono anche le ragazzine tredicenni invasate? Sono quelle donne che in occasione del compleanno del cane vogliono che tu metta le ciglia al cane?

Stai ridendo, **ti vedo**.

Ecco perché devi DECIDERE chi è il tuo cliente ideale.

Così come all'inizio di questo testo, ti ho fatto decidere come vuoi essere percepito, adesso devi decidere che caratteristiche deve avere il tuo cliente.

Questo farà in modo che la tua comunicazione offline ed online sia diretta a quel tipo di cliente.

Faccio un esempio: se vuoi una clientela medio alta, parlerai di qualità non di sconti.

Se vuoi le teenagers parlerai dei trend, dei colori all'ultima moda, non di eleganza e classe.

Capire quindi chi è il tuo cliente (età, sesso, interessi, hobby) ti permetterà di capire anche che tipo di linguaggio/slang utilizza e sarà uguale a quello che tu utilizzerai nella tua comunicazione per instaurare vicinanza con loro, per fargli capire che tu sai chi sono, che tu sei come loro.

Questo farà scattare quella che si chiama "selezione naturale" per cui all'inizio ti potrà capitare di incappare in qualche cliente "fuori dalle tue corde", dopo poco tempo non succederà più.

Ti sembrerà una cosa di poco conto, ma ti garantisco che è uno dei più grandi problemi dei truccatori: avere un pubblico/cliente che non comprende chi siamo e cosa facciamo.

La risposta a questo punto dovresti averla chiara: **se loro non l'hanno capito è perché tu non glielo hai spiegato.**

Sappi come scattare fotografie (sennò il tuo lavoro come lo mostri?)

Il macellaio ti mostra la carne nel banco.

Il cantante ha il cd delle sue canzoni.

L'imbianchino ha le immagini dei progetti precedenti.

Il chirurgo ha la lastra di quanto è bella l'ultima sutura che ha fatto.

Tu perché non la smetti di dire che non sai fare fotografie ed inizi ad impegnarti?

Anche questo qualcuno te lo deve dire : puoi avere un fotografo di fiducia, ma lui non può essere sempre con te. Anche io ho i miei fotografi di fiducia selezionati in base alla loro attitudine, però io sono in grado di scattare delle foto dei miei lavori, anzi molte delle foto che vedi online le ho scattate da sola.

Mi piacerebbe trasferirti il concetto dell'indipendenza ed autosufficienza che non significa che non stimiamo il lavoro degli altri o che siamo così fighi da poter fare tutto da soli. Dico che in certe circostanze o momenti se non hai qualcuno che possa essere al tuo fianco, potresti perdere una occasione.

Se ti viene una ispirazione al giovedì pomeriggio e la modella è disponibile, se il fotografo non dovesse esserci, perdi una occasione. Sì, magari le foto fatte col fotografo saranno più articolate, più “costruite”, è anche vero che per il tuo feed Instagram o aggiornamento del portfolio potrebbe servirti anche una cosa più semplice. Io dico sempre : **fatto è meglio che perfetto.**

Impara a comunicare (Sennò come ti fai comprare?)

Qui ti potrei scrivere una enciclopedia.

Io ho investito in un master triennale basato sulla comunicazione quindi ti garantisco che è FONDAMENTALE. Essere un bravo truccatore che non conosce la comunicazione è come andare in macchina senza specchietti, in bici senza una ruota, al mare senza costume.

È rischiosissimo (*perché per il passa parola il tempo è lunghissimo*) oltre che frustrante sul lungo periodo. Perché frustrante? Perché sei brav* e guadagni molto poco, in base alla tua bravura dovresti lavorare molto di più.

Anche questo qualcuno doveva dirtelo.

Se ti iscrivi ad una scuola che non ti forma nella comunicazione, sappi che devi investirci successivamente.

È una cosa davvero troppo importante.

Gli esseri umani non sono progettati tutti allo stesso modo, anzi. È come se nello stesso paese ci trovassimo a parlare con tedeschi, spagnoli, americani e noi sappiamo parlare solo italiano. Un corso di comunicazione FATTO BENE, ti consente di riuscire a parlare in base a quella “che è la lingua” del tuo cliente e quando fai questo, come si suol dire, riesci a vendere il ghiaccio agli eschimesi.

Costruisci la tua reputazione online e offline (o anche detto personal branding)

La reputazione offline la costruisci con l’atteggiamento che hai nei confronti dei tuoi clienti e delle altre persone oltre ai risultati che porti. Perché ti specifico anche con le altre persone? Perché se nella tua realtà cittadina inizi a diventare “noto/a” è probabile che al supermercato qualcuno ti riconosca, e se in quell’occasione ti mostri

scontros*, maleducat* etc perderai automaticamente anche clienti. Nessuno vuole pagare un truccatore bravissimo ma stronzo.

Sii coerente sempre.

Se sei gentile quando ti pagano, devi esserlo anche quando non ti pagano (*anche perché domani la tizia al supermercato potrebbe chiamarti per un ingaggio*).

La reputazione online la costruisci con quello che scrivi e che dici.

Ed è meglio, decidere cosa vuoi mostrare di te. Ti dico questo perché ormai online si mostra molto della propria vita anche le cose più intime.

È necessario quindi che tu ti chieda quale è il tuo personale limite da **non** oltrepassare.

Se pensi che per raggiungere facilmente popolarità tu debba mostrare ogni cosa della tua vita, fallo. Poi però non può tornare indietro perché hai abituato il tuo pubblico/followers ad avere quello e loro vogliono quello. Nel momento in cui non glielo darai più, andranno via.

C'è una legge molto forte sul mercato: **Al cliente devi dare, mai togliere.**

Crea prodotti (sennò cosa comprano?)

Starai pensando: ma io trucco, che prodotti creo?

Beh, il fatto di dire “il mio trucco sera da 1h costa ics” è già un prodotto perché appone un prezzo a qualcosa e la gente comprende che può acquistare.

E poi ci sono altre mille cose che puoi fare, come:

- lezioni di autotrucco
- Consulente di teoria del colore
- Ridisegno dell'arcata sopracciliare (*se in accademia ti hanno spiegato come fare*)
- Potresti creare un modello per le donne/mamme con poco tempo a disposizione, su come truccarsi in 5 minuti.
- Puoi fare la consulente in farmacia/profumeria (*una gavetta di comunicazione che non ha eguali*)
- Puoi entrare nelle agenzie per truccatori
- Puoi lavorare a teatro
- Puoi lavorare al cinema

Ci sono davvero tante tante cose che questo mestiere ti consente di fare e per ognuna di queste devi chiederti 1.chi è il tuo cliente 2.che prodotto propongo.

Se devi approcciare al farmacista per proporti devi parlare e proporre cose nettamente diverse rispetto a ciò che diresti e proporresti ad una donna che ti ingaggia per un make-up sera.

Come lo stabilisci il prezzo? Devi valutare:

- La tua esperienza/gli studi che hai fatto che si traduce in garanzia di risultato
- Il costo che quel lavoro ha in genere (*nella tua zona o in Italia dipende da cosa fai*)
- Quanto tempo e risorse impieghi per farlo
- Quanto è distante da te il luogo in cui lo farai

Fatte queste considerazioni hai tutti gli elementi per stilare il tuo listino.

Promuoviti (Non puoi aspettare che ti riconoscano che brilli: lucidati e diglielo tu)

Questo va a braccetto con la comunicazione e col fatto che devi essere sicuro/a di te!

Come fai ad essere sicuro di te? NO, NON PORTANDO RISULTATI o meglio non solo.

Pensare “Lo farò quando sarò sicuro di poterlo fare” è il miglior modo di non farlo mai.

Quindi, FAI qualcosa con la certezza che stai facendo (*per le competenze che hai in quel momento*) la cosa migliore che tu possa fare.

Credi che io quando ho iniziato a fare questo lavoro ero brava come adesso? Ma non ci pensare neanche! Significherebbe non evolvere, e a me non piace restare immobile.

Quando ho iniziato a fare l'insegnante, avevo degli studenti precedenti per avere la sicurezza di quello che stavo dicendo?

Ovviamente no.

Ho comunque fatto la mia scuola perché ero certa (*dalla mia esperienza come truccatore*) che ciò che ti stavo spiegando era la strada giusta e che per non prendere scivoloni o perlomeno limitarne il numero, la devi seguire.

Nessuno, N E S S U N O verrà a bussare alla tua porta dicendoti che sei bravissim*. Sei tu che devi andare a tutte le porte a dire “Ehilà, da oggi ci sono anche io sul mercato e sono bravissimo a fare ics cosa”.

Parla di te, parla delle tue passioni, parla delle cose in cui sei bravo e anche di quelle che vorresti migliorare.

Ricorda: un leader parla anche delle sue difficoltà.

Vendi! (Stabilisci un congruo valore economico per i tuoi prodotti/servizi)

Banale no? E allora perché c'è gente che non riesce a vendere?

Perché quando si parla di soldi tutti vanno un pò nel panico, tutti a dire “no ma mi pare brutto”.

Ma quando vai al supermercato alla cassa tiri dritto perché ti pare brutto pagare?

Ti danno da mangiare se in cambio gli dai dei soldi.

È il mondo che funziona così, il baratto è finito da un pezzo, quindi quale è il problema di dire “Ho queste competenze, il mio servizio così strutturato costa ics euro” ?

Se hai questo approccio col denaro e non lo cambi, non riuscirai mai ad avere denaro sufficiente per vivere bene.

Voglio farti riflettere anche su un'altra cosa (*fermo restando che puoi decidere di vendere il tuo make-up a €5*), il nostro servizio è essenziale?

È paragonabile alla vendita di pane o acqua?

NO! Il nostro servizio è paragonabile alla vendita di una LuisVuitton, è un bene di lusso.

Se qualcuno viene da te a chiedere un servizio e poi uno sconto, ricordati che sei un bene di lusso non di prima necessità.

Ora dirai, si ma così non lavoro. Vero in parte, ci metterai solo un pò più di tempo ad affermarti perché stai selezionando la tua clientela e non vuoi bancarellare il tuo servizio (*di pregio*).

Se poi l'accademia di make-up te l'hanno regalata, ti regalano i prodotti che usi con i clienti, ti regalano il gasolio per arrivare dai clienti, ti regalano le veline, cottonfioc, cleaner etc etc... puoi permetterti di fare beneficenza.

Io da sempre ho puntato sulla qualità e quando una volta una cliente mi ha chiesto una sconto, è successo questo:

Lei disse “Beh, se tenessi davvero a me come cliente uno sconticino me lo faresti”

Io risposi “è proprio perché tengo a te come cliente che non posso farti lo sconto. Se lo facessi dovrei abbassare la qualità del mio servizio per rientrare nelle spese e so che questo non è quello che vuoi, perché come me vuoi qualità”.

Sei tu che scegli il cliente e sei tu che detti le regole del gioco.

Se non gli sta bene il tuo servizio, possono non comprarti, possono comprare un altro collega o possono fare da soli.

Il nostro viaggio insieme è arrivato alla fine: Su una scala da 1 a 10...

Quanto ti senti più sicuro adesso della strada che devi fare?

Quanto sei più certo di fare le scelte giuste?

Quanto sei più convinto che questo lavoro è la strada giusta per te?

Spero che avrai dato dei numeri molto alti a queste domande perché significa che sono riuscita ad aiutarti e questo era il mio scopo!

Spero che sceglierai l'accademia giusta e chissà magari potrei essere la tua insegnante del futuro.

Corri per raggiungere i tuoi sogni, sono fatti per essere esauditi.

Quando leggerai questo libro, scatta delle foto e taggami!

Sarò felicissima di ripostarti e mi aiuterai a capire quante persone sono riuscita ad aiutare!

HO UN REGALO PER TE:

Clicca qui e prenota la tua consulenza **personalizzata** direttamente con me. Risponderò ai tuoi dubbi, ti aiuterò ad avere le idee più chiare!

<https://calendly.com/tobeacademy/consulenza-personalizzata-con-ilaria>

Ti abbraccio, Ilenia.

Sito : www.tobeacademy.it - www.iliariamatarazzo.com

Mail: info@tobeacademy.it

IG: [@iliariamatarazzoartist](https://www.instagram.com/iliariamatarazzoartist)