# La 'B Experience' del Ti Sana SPA

**Ad Arlate, un check-up strategico mirato e uno Spa Menu ispirato alla natura hanno portato a una percentuale di fidelizzazione del 60%.**

È un piccolo borgo del '700, una nobile dimora riportata al suo originale splendore nell'antica località di Arlate, che offre quiete, natura, relax al centro del triangolo pulsante e produttivo lombardo tra Milano, Como e Bergamo. In questo luogo la passione della famiglia D'Angelo, ha ridato vita e fascino a una costruzione esclusiva, antica di tre secoli, riproponendone intatte la suggestiva eleganza, la sobria personalità, la familiare tradizione di calorosa accoglienza.

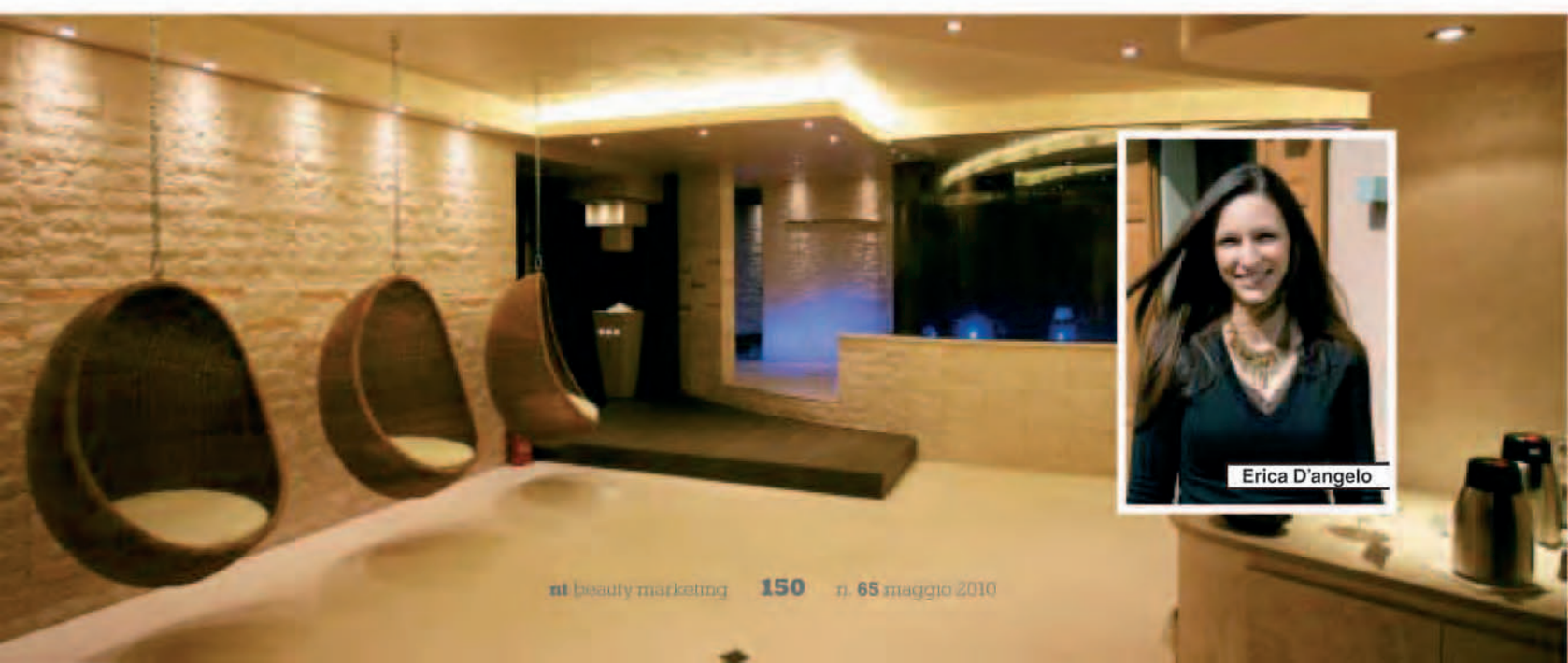
Contrada Resort è una struttura polifunzionale, con un hotel a quattro stelle lusso dotato di 23 camere e suite tutte con accesso individuale oltre a un ristorante (Tavola del Conte) dove opera lo chef stellato Vincenzo di Grande.

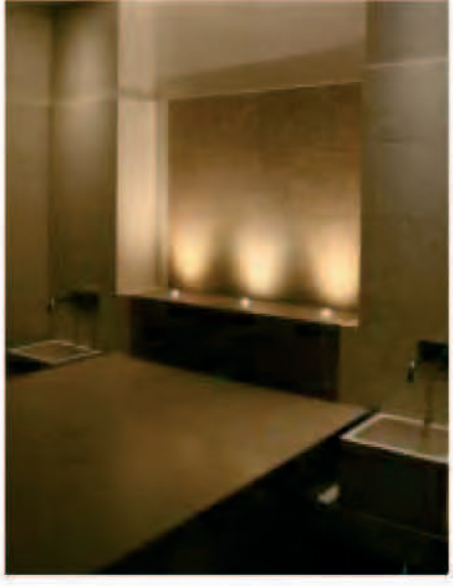
All'interno del Contrada Resort, il Ti Sana SPA, a meno di un anno dalla sua nascita, sta ottenendo risultati molto significativi con la collaborazione di Pevonia Botanica e grazie alla consulenza di Salvatore Picucci e di PI.CO Wellness, che ha contribuito in maniera determinante al progetto con un accurato check-up strategico. Questa analisi ha portato alla stima del bacino di attrazione e della relativa domanda potenziale, oltre che dei principali competitor e la definizione del Competition Index, con la valutazione dello spazio di mercato disponibile seguita poi dall'identificazione Rischi/Opportunità dell'analisi SWOT.

Di questi risultati e delle peculiarità che rendono questo centro benessere&spa unico nel suo genere parliamo con Erica D'Angelo, Managing Director del Ti Sana SPA.

**CI SPIEGHI LA FILOSOFIA CHE HA PORTATO ALLA NASCITA DI QUESTA REALTÀ BENESSERE.**

Ti Sana SPA nasce il 5 ottobre 2009 dall'idea di realizzare una struttura ricettiva di alta qualità per un turismo integrato fuori porta. La nostra mission è di sviluppare metodi, offerte e soluzioni











utilizzando gli elementi della natura e dell'ambiente circostante, per soddisfare i bisogni fondamentali degli individui, attraverso un percorso di 'educazione' al benessere: B experience, l'esperienza dell'essere. Per questo la scelta di ogni dettaglio è stata determinante per arrivare ad avere oggi un prodotto di eccellente qualità sia esteticamente sia professionalmente.

## CI DESCRIVA IL CENTRO BENESSERE E I SUOI SERVIZI.

Ti Sana si estende su 500 mq e include un percorso detossinante e purificante, che comprende una biosauna, un autentico hammam in marmo con i lavabi d'acqua fredda per rinfrescarsi, 2 docce emozionali che vaporizzano anche l'acqua con essenze naturali, una fontana del ghiaccio per il raffrescamento, la grotta salina cromoterapica con idromassaggi lombari e ai polpacci, un percorso di docce sensoriali, la cascata a lama d'acqua ottima per un massaggio ai muscoli della cervicale, una tisaneria in cui si possono trovare diversi tipi di tisane (accuratamente studiate e create insieme a Phytosophia che si trovano in esclusiva da noi, per la reintegrazione dei liquidi e sali minerali) e una splendida sala relax con un camino biologico e un buffet a base di cibi naturali e nutrienti. Le cabine sono 9. Le più affascinanti sono il Savonage, in cui si trova un pancone riscaldato interamente in marmo italiano, sul quale riproporre antichi rituali turchi di purificazione della pelle e il tempio Matrimandir dedicato alle coppie. Questa cabina è stata sviluppata con un concept rivolto alla coppia, con una vasca matrimoniale riscaldata per proporre la nostra interpretazione dei bagni giapponesi, perfino i soffioni dell'ampia doccia sono 2.

**Come definirebbe il suo target di riferimento?**

Ti Sana si distingue per l'elevata qualità del servizio, l'ampia gamma di massaggi e trattamenti oltre ai prodotti naturali di alta qualità. Crediamo nell'integrazione dei servizi per migliorare e ampliare l'offerta, fornendo la possibilità all'utente finale di creare un pacchetto completo, in grado di accompagnarlo lungo il suo 'percorso' di remise en forme sia a livello fisico che psicologico. Per questo consideriamo il nostro target tutti coloro che si amano e vogliono dedicare del tempo al proprio benessere, in un ambiente d'élite e di eccellenza. All'interno di Contrada Resort vi sono tutte le premesse per un turismo milanese fuori porta e il nostro obiettivo è diventarne il simbolo.

**Che ruolo ha avuto PI.CO Wellness nella nascita e nello sviluppo del progetto Ti Sana SPA?**

Tutto lo staff di PI.CO Wellness e Pevonia sono stati 'l'esperienza che non ho' e il metodo concreto che cercavo, in sostanza il mio braccio destro. Non avrei potuto fare tutto questo se non avessi avuto la loro disponibilità e il loro sostegno. La loro ampia expertise nel mercato

### PI.CO WELLNESS

Salvatore Picucci è consulente di direzione di alcune prestigiose strutture benessere, fitness e termali.

Socio fondatore e amministratore di PI.CO Wellness, dal 1993 ha sviluppato e diretto oltre 100 progetti di consulenza ed ingegneria del benessere. Dal 2004 è partner operativo dell'ISCG -Interdesign Spa Consulting Group-, la prestigiosa Società statunitense che supporta le spa più esclusive del mondo.

salvatore@picucci.it
www.picowellness.it





internazionale mi ha aiutato a fare le scelte giuste nel rendere il concept e il menù di questa SPA appealing per un pubblico sia brianzolo, quindi locale, sia proveniente dalle più disparate parti del mondo.

In particolare, il check-up strategico messo a punto dall'ingegner Picucci mi ha permesso di capire dov'ero e di prendere coscienza del territorio. Mi ha aiutato a individuare bene il mio target e ad ottimizzare la comunicazione e le spese che ne conseguono. Siamo un prodotto particolare, con sole 24 camere, un ristorante da 70 posti e la SPA proporzionalmente grande, di estrema bellezza e singolarità ma capire in anticipo i potenziali clienti ci ha permesso, a circa un anno dall'apertura ad avere una comunicazione fortissima che raggiunge perfino gli Stati Uniti.

**Ha potuto conoscere bene le metodiche formative PI.CO Wellness frequentando il corso Spa Manager 1. Quale pensa sia stata l'influenza del corso sul suo modo di lavorare nel quotidiano?**

Il beneficio maggiore l'ho ottenuto nella preparazione, nella fase di recruitment e di pre-apertura del centro. Personalmente provengo da un esperienza pubblicitaria, lontana dal mondo del benessere e avevo bisogno di un supporto formativo per poter affrontare un mondo a me sconosciuto. Oltre che essere stata accompagnata per mano lungo questo percorso di formazione, mi sono trovata, alla fine del corso di SPA Manager con degli autentici e utilissimi strumenti pratici: formule, tabelle, schemi che ho potuto adattare alla mia realtà portandomi così a dei risultati eccellenti che si sono dimostrati già dal primo giorno d'apertura. Sono anche molto orgogliosa del rapporto che ho stabilito con tutti i miei collaboratori, a oggi 8, basato sulla fiducia e su passione e dedizione a questo posto. La maggior parte di loro ha iniziato a frequentarmi e far parte del progetto, quando ancora la SPA non era altro che un buco con delle macerie e tutto ciò grazie anche al corso 'Diventare Leader' che ho frequentato presso PI.CO.

**Che tipo di Spa menu è stato impostato per la vostra clientela?**

È molto ampio e permette a ogni persona di poter usufruire di trattamenti altamente personalizzati e molto performanti grazie alle tecnologie di Pevonia Botanica. La nostra clientela ha bisogno di essere stupita, ogni giorno, per consolidarne la frequenza nonostante la crisi economica. Per questo sviluppiamo molte nuove tecniche di massaggio grazie alla grande professionalità, esperienza e passione delle mie collaboratrici, ispirandoci ad antiche tecniche e rituali da ogni parte del mondo. Sono stata di recente in Thailandia e il mio studio delle SPA è stato molto utile per contribuire a migliorare sempre più la nostra offerta, abbiamo pertanto trovato i 'garra rufa' ed eseguiamo la pedicure più naturale al mondo, con i 'bacetti' dei pesci che mangiano la pelle morta. Siamo sempre alla ricerca di nuovi prodotti e servizi. Non a caso la nostra fantasia ci ha condotto a sviluppare il progetto 'Private SPA by Night' che sta avendo un enorme successo. Si tratta della disponibilità, in esclusiva, senza personale né telecamere, dell'intera SPA fino alle 3 di notte con lo champagne in grotta e un menu speciale da consumarsi in sala relax.

**Come giudica le linee cosmetiche Pevonia e quanto incidono sull'offerta di servizi e trattamenti di benessere integrato?**

Sono prodotti molto conosciuti con fama internazionale e i clienti di resort e SPA di lusso li riconoscono. La clientela è diventata molto esigente e vuole conoscere i



prodotti che offriamo prima di poter proporre un programma benessere. Per esempio alla giornata di rigenerazione fisica affianchiamo dei menu gourmet speciali, a basso contenuto calorico e grassi, grazie all'eccellente know how del nostro prestigioso chef. Insieme riusciamo a creare dei percorsi di benessere 'interiore ed esteriore' abbinando i trattamenti alla gastronomia, potenziando gli effetti dei principi attivi assorbiti dalla pelle. Riusciamo inoltre a proporre dei programmi di più giorni concentrati sul dimagrimento, grazie all'efficacia dei trattamenti Thalasso di Pevonia. In una settimana, con un programma studiato dalle nostre beauty specialist e una 'dieta' curata dal nostro chef, i risultati sono imbattibili.

**Quali linee Pevonia stanno riscuotendo il favore del pubblico dei frequentatori del Centro?**

Con molta sorpresa, riscuotono un enorme successo i prodotti della linea uomo. Inaspettatamente, la nostra clientela non è prevalentemente femminile ma oserei dire che quasi la metà dei nostri clienti, è costituita da uomini che amano curarsi. Le linee basic specifiche sono molto apprezzate, specialmente per coloro che hanno problemi di acne o couperose. Gli ospiti si sentono coccolati dal fatto che abbiamo il prodotto e il trattamento giusto per il loro 'problema'. I trattamenti più ambiti (ma meno eseguiti, a causa del prezzo) sono il Luminous C & Sea, che ha un effetto illuminante incredibile, perfetto da eseguirsi il giorno stesso di ogni occasione speciale e il Calco al Caviale, che ringiovanisce in un battibaleno di almeno 5 anni

**Quanto sono importanti le tecnologie Lemi e Pevonia a Ti Sana Spa?**

La prima è la PediSPA. I nostri clienti ne sono entusiasti in quanto ha rivoluzionato il loro concetto di pedicure e manicure. Lo percepiscono non più come un servizio fine a se stesso ma un momento in cui godersi la bellezza delle proprie estremità, rilassandosi. È una delle cabine che mostriamo costantemente nei tour della SPA e tutti i nostri futuri e potenziali clienti, ne rimangono stupiti e affascinati. Abbiamo deciso di avere unicamente lettini Gemya che sono di una comodità estrema, oltre che alla facilità di regolazione dell'altezza in modo elettrico, sono posizionabili all'altezza del ginocchio, permettendo di scaricare la tensione della zona lombare mentre si sta in posizione supina. Durante i trattamenti viso, molti clienti si addormentano grazie al comfort ineguagliabile dei lettini Gemya. Infine, abbiamo Aemotio, la rivoluzione del concetto di SPA, in quanto permette a coloro che non possono frequentare il percorso, per problemi di tempo o di salute, di usufruire di trattamenti SPA senza mai alzarsi, neanche per la doccia. Lavorando molto con le donne in dolce attesa è stato un plus non indifferente.

**In sintesi, quali sono stati i risultati più evidenti e tangibili ottenuti?**

L'inizio éclatante con un appuntamento di coppia alle 9.30 del mattino del primo giorno di apertura e, comunque, l'andamento di tutto Ottobre che è stato eccezionale nonostante non ci conoscesse ancora nessuno. Ogni mese abbiamo incrementato il fatturato ma ciò che mi da più soddisfazione è l'altissima fidelizzazione che siamo riusciti a creare verso i nostri clienti. Il 60% è tornato dopo la prima volta e il 50% di questi ha portato un amico, il compagno o un conoscente. Abbiamo implementato metodi come il Voucher che è stato un servizio di successo specialmente per Natale, sia come regali personali che aziendali, la vigilia di Natale avevamo la coda fuori! Oltre che la B-Lushly card che, essendo molto flessibile, permette di ricaricare la tessera dell'importo che si vuole, da €10 in su e proporzionalmente alle ricariche usufruire di condizioni molto vantaggiose sui prezzi di listino.

Al Ti Sana SPA, piacere e rigenerazione fisica possono essere interpretati in molteplici modi ma hanno un unico filo conduttore: la natura, in tutte le sue accezioni.

