

## ONE WOMAN SHOW

*Gestire un business indipendente non è facile. È necessario essere versatili, caparbie e pronte a fare tutto. Ne abbiamo parlato con chi ha trasformato la sua passione in un'attività vera e propria*

Testo: CHIARA DI NARDO Illustrazione: CECELIA CASTELLI

**P**uoi decidere come, quando e con chi lavorare, ma amministrare un'attività da sola, per quanto possa essere la realizzazione del tuo sogno, non è semplice. Sono davvero tanti gli aspetti da prendere in considerazione: “Quando sei una ‘one woman show’ non sei solo una maker, devi occuparti di marketing e comunicazione, essere una brava fotografa, saper pianificare il tuo business, far quadrare i conti e così via”, ci racconta Simona Ullo, titolare di The Yellow Peg ([www.theyellowpeg.com](http://www.theyellowpeg.com)), un brand di abbigliamento e accessori handmade d'ispirazione vintage. “Ma è anche questo che rende tutto molto speciale: una sfida ogni giorno che dà sempre stimoli nuovi. Non è facile, ma mi piace pensarlo come un percorso di crescita, anche sul piano personale”. Per Sara Malaguti, di Flowerista ([www.flowerista.it](http://www.flowerista.it)), un'attività tutta dedicata ai fiori, è un “learning by doing”, cioè: “Quando ho iniziato, aggiustavo il tiro mano a mano che le cose succedevano. Non nego che i primi tentativi siano stati dei flop quasi totali e ci ho rimesso un bel po' di soldi! Ma anche gli errori insegnano tanto, anzi, soprattutto quelli!”.

### METTICI DEL TUO

Quando hai un brand artigianale c'è il rischio di cadere in tanti stereotipi, perché purtroppo capita spesso che “artigianale” sia percepito come “amatoriale”. C'è invece tutto un mondo là fuori di bravissimi artigiani che offrono la professionalità della grande azienda ma la dimensione accogliente e curata della piccola realtà, in cui chi crea ci mette la faccia. “Quando c'è coerenza nel messaggio che trasmettiamo e naturalmente i nostri prodotti sono pensati e curati per far passare gli stessi valori, la percezione di professionalità va da sé. Attenzione però a non cadere nella trappola del nascondersi dietro un logo senza far trasparire chi lo rappresenta: chi ci segue lo fa perché è interessato ai nostri prodotti, certo, ma anche perché vuol sapere chi siamo e conoscere il nostro mondo”, suggerisce Simona. Giulia, graphic designer e ideatrice di Le Petit Rabbit ([www.lepetitrabbit.it](http://www.lepetitrabbit.it)), ci confida: “Sono rimasta

me stessa, sempre e comunque, con i miei limiti e le mie attitudini. Ho sempre seguito l'istinto e imparato a dosare il personale e il professionale. Arrivo da una formazione molto intensa e da un'educazione personale basata sul rispetto, credo che queste due cose siano state importanti nel formare le mie scelte professionali”. Sara, invece, ha un approccio diverso, più istintivo: “Condivido praticamente tutto su Instagram e nella newsletter mensile, dal fatturato alle dinamiche dietro a una sponsorizzazione, fino ai progetti per il futuro. Credo che in questo modo le persone si appassionino ancora di più alla causa, e siano più propense a seguirmi!”.

### PICCOLE ATTENZIONI

È importante anche il rapporto che si crea con i clienti, perché è grazie a loro se il nostro sogno può crescere. “Il rapporto con chi acquista i miei prodotti è molto bello e confidenziale. Prendo a cuore i sogni e i progetti delle mie clienti (sì, sono soprattutto donne!) e cerco di metterci oltre che la testa anche il cuore, proprio come ho fatto con il mio brand”, dice Giulia. E oggi, grazie ai social, rimanere in contatto è ancora più semplice: “Soprattutto grazie a Instagram, ho uno scambio continuo di messaggi, tanto che i miei acquirenti li chiamerei partner!”, scherza Sara.

Basta davvero poco, anche solo un piccolo gesto, per entrare ancora di più in empatia: “Con le mie clienti si crea spesso un rapporto che va oltre la semplice compravendita: loro si rivolgono a me perché vogliono sentirsi bene con quello che indossano e io sento di realizzare, nel mio piccolo, il loro desiderio di esprimere la propria identità. A ogni nuovo ordine faccio del mio meglio perché chi acquista una delle mie creazioni si senta prima di tutto coccolata: facendo in modo che il prodotto sia realizzato con la massima cura, certo, ma anche con piccoli gesti che fanno la differenza, come mettere un piccolo dono nel pacchetto, confezionare tutto come fosse un regalo, inserire una nota scritta a mano e qualche caramella”, racconta Simona. ●