

**FOCUS**

Cosmetico fai da te...  
**NO Alpitur!**  
AHI AHI AHI!!!

pag. 2

**SPECIALE**

La **PRIMA VOLTA**  
Non si scorda  
**MAI!!!**

pag. 4

**SUCCESSI**

Cambia **OGGI**  
per **ESSERE**  
Leader **DOMANI**

pag. 7

## LA GAZZETTA DELL'ESTETICA

Tutto quello che **DOVRESTI SAPERE** ma che gli altri **NON TI DICONO**

Maggio / Agosto 2017 - N. 3 - Quadrimestrale

# Diomedi Beauty

Solo estetica di alta qualità **DIOMEDI news**

Ti ricordiamo **che...**  
Le nostre forniture  
**sono garantite da...**



segue a pag. 6

**FOCUS**

Cosmetico fai da te...  
**NO Alpitur!** AHI AHI AHI!!!

*Il cosmetico personalizzato*

la **STRADA GIUSTA** o l'**INIZIO** della **FINE**?

Avrete sicuramente sentito parlare di una delle ultime mode del momento:

IL **COSMETICO PERSONALIZZATO**. segue a pag. 2

**SPECIALE**

La **PRIMA VOLTA**  
Non si scorda **MAI!!!**

*Il Vostro Istituto: il Giardino dell'EDEN  
o il REGNO della DESOLAZIONE?*

Avete mai pensato a quanto sia importante e strategico il modo in cui si presenta il vostro istituto?

A me è venuto il dubbio che qualcuna di voi non si sia mai posta questa domanda.

segue a pag. 4

**SUCCESSI**

Cambia **OGGI**  
per **ESSERE**  
Leader **DOMANI**

*Beauty Personal Branding & Delucchi  
"Vola solo chi Osa farlo"*

Il mio incontro con Maurizio Delucchi c'è stato circa un anno fa e quando ci ripenso mi convinco sempre più che le cose non accadono mai per caso.

segue a pag. 7

**FORMAZIONE**

Diomedi Beauty  
ti forma...

*Tutte le date utili per accrescere  
la tua formazione a portata di mano.*

Cara estetista Diomedi Beauty non si ferma mai! Questo è il nostro motto ed il nostro motore! Non è falsa modestia, ma pura realtà. Il nostro impegno...

segue a pag. 8

## EDITORIALE

Cara Estetista,  
Eccoci con il consueto appuntamento con l'**INFORMAZIONE** sul mondo dell'estetica professionale! Ricorda che questo è solo uno dei tanti mezzi che hai a disposizione per essere sempre in contatto con noi...

Se ci segui su Facebook, sai già che abbiamo anche un profilo **INSTAGRAM** e che puoi tenerti sempre aggiornata visitando il nostro **SITO INTERNET**!! Se non lo hai ancora fatto, cosa stai aspettando? Dai un'occhiata!!

[www.diomedibeauty.it](http://www.diomedibeauty.it) e **Diomedi Estetica Professionale**

Da qui puoi trovare poi tutte le pagine che sono collegate al nostro profilo! Ma torniamo al nostro giornalino... Con gli articoli che leggerai in questo numero voglio tenerti **AGGIORNATA** su **TEMI DI ATTUALITÀ** (legati all'estetica professionale) e voglio stuzzicarti parlando di argomenti a volte un po' scomodi, ma sicuramente da affrontare se vogliamo **MIGLIORARE** e crescere insieme!

Come sempre uno dei nostri obiettivi è dirti quello che gli altri non ti dicono e farti riflettere su cose che potranno fare la differenza e quindi il **SUCCESSO** del tuo centro!

La nostra lente d'ingrandimento questa volta è puntata sul cosmetico personalizzato, sull'aspetto del centro come biglietto da visita e infine sul corso di **PERSONAL BRANDING** che facciamo in collaborazione con **Maurizio Delucchi**.

Voglio però **SVELARTI** qualcosina in più....

Il primo articolo tratta il tema del 'cosmetico personalizzato'.

Analizzeremo insieme questo **SCOTTANTE ARGOMENTO** cercando di rispondere ad alcune domande: è facile arrivare ad avere un valido prodotto personalizzato?

Da cosa nasce la mania di avere un proprio prodotto? E molto altro ancora...

Il secondo articolo ha invece come tema l'importanza dell'aspetto del tuo centro estetico.

Ti sei mai calata nei panni di chi viene nel tuo istituto per la prima volta?

Che impressione pensi di fare?

L'articolo vede come protagonista una sventurata cliente alle prese con il primo appuntamento in un centro estetico. Seguendola minuto dopo minuto vedremo cosa **NON DOVREBBE** mai succedere, e cosa la nostra cliente si trova a subire nell'istituto di bellezza che aveva scelto con tanta cura...

Nel terzo e ultimo articolo ti svelerò alcune cose sulla nostra collaborazione con Maurizio Delucchi e sul corso di beauty personal branding che lui stesso tiene...

Cos'altro aggiungere!?

Leggendo con attenzione gli articoli, troverai le **RISPOSTE ALLE DOMANDE** fatte sopra e, ne sono quasi certo, qualche domanda inizierai a fartela anche tu...!

Non voglio rubarti altro tempo....

Buona lettura!

A presto!

Diomedi Beauty

**NON  
SERVE  
PRIMER**



ORLY®  
**GELFX®**

RIMOZIONE IN SOLI  
**5 MINUTI**  
DIMEZZA I TEMPI DI RIMOZIONE  
**NON SERVE PRIMER**

LUNGA DURATA  
RIMOZIONE PIÙ SEMPLICE  
**E VELOCE**  
INFUSO CON VITAMINE  
A, E & PRO VITAMINA B5

ORLY®  
**GELFX®**  
VITAMIN-INFUSED  
**EASY-OFF  
BASECOAT**

.3 Fl Oz / 9 mL e



**FOCUS**

# Cosmetico fai da te... no Alpitur! AHI AHI AHI!!!

## IL Cosmetico Personalizzato: la STRADA GIUSTA o L'INIZIO della FINE?

**A**vrete sicuramente sentito parlare di una delle ultime mode del momento:  
**IL COSMETICO PERSONALIZZATO.**

Sono sicuro che ognuna di voi ne è venuta a conoscenza navigando in internet, sbirciando qua e là nei social o nei blog o magari più semplicemente chiacchierando con un'amica, nonché collega, che ha iniziato a parlarne come se avesse appena scoperto (dopo 200 anni di tentativi falliti) la vera identità di Jack lo squartatore!

Che idea vi siete fatte?

Avete chiuso subito la pagina web che stavate leggendo? Avete tergiversato con chi ve ne parlava?

Oppure siete rimaste affascinate da un'idea così geniale che quasi avete pensato: "perché non mi è venuta in mente prima?"

Con questo breve e spero interessante articolo, non voglio puntare il dito né tantomeno demonizzare qualcuno o qualcosa, voglio solo darvi più informazioni possibili affinché voi, una volta letta anche l'ultima riga, abbiate tra le mani tutti i dati necessari per riflettere ed essere consapevoli di quello che state facendo, o che potreste fare.

In poche parole: voglio rendervi **CONSAPEVOLI.**

Nel corso degli anni passati, qualche vostra impavida collega ha abbracciato la pratica del prodotto personalizzato, ma erano poche, pochissime quelle che si avventuravano per questa strada.

Ora il loro numero è aumentato perché a parlarne non è stata la "vicina di bottega", ma qualcuno di più autorevole che, nei riusciti corsi marketing che organizza, oltre a dare efficaci strumenti da applicare per risollevare le sorti di centri che spesso stanno con l'acqua alla gola, suggerisce proprio la pratica del cosmetico personalizzato.

Se per tutte le attività è vero che muovere anche solo pochi passi nel marketing dà evidenti risultati, questo è ancora più vero quando si ha a che fare con istituti che respirano grazie all'ossigeno attaccato.

Se quello che ho appena detto funziona, sarà lo stesso per il cosmetico personalizzato, o è solo uno "specchietto per allodole"?

Ecco il motto che sta alla base di questa allettante e luccicante idea: "la riscossa delle estetiste e la sconfitta dei parassiti! Ops...volevo dire...dei distributori!"

Bene, io la faccia insieme alla reputazione la metto tutti i giorni in campo, perché credo ciecamente nei prodotti che vendo e perché so cosa c'è a monte e so quali sono i risultati a valle.

Non ho paura del prezzo che pago, non ho paura di quello che vi faccio pagare, e non sbianco neppure quando penso al prezzo con cui voi li proponete alle vostre clienti in istituto. Perché? Perché so quello che vendo.

Voi avreste lo stesso mio coraggio per il vostro cosmetico personalizzato?

Per rispondere a questa domanda prima cerchiamo di capire realmente com'è la tanto pubblicizzata strada del cosmetico personalizzato.

Supponendo che voi abbiate deciso di intraprenderla, dovrete prima di tutto cercare qualcuno disposto a produrre i vostri cosmetici... e qui arriveranno le prime difficoltà (io le chiamerei "schiaffetti di ritorno alla realtà"). Non penserete mica che una multinazionale o comunque un'azienda produttrice di un certo livello, possa mettersi sul serio a fare dei prodotti con il vostro marchio?

Non ne troverete neanche una e allora dovrete ripiegare su un laboratorio più modesto.

Bene! Primo obiettivo raggiunto:  
**PRODUTTORE INDIVIDUATO.**

E ora? Bisogna fare il cosmetico!

Se partiamo da due presupposti fondamentali, ovvero che il laboratorio che è disposto a produrre per voi è un piccolo laboratorio e che voi non siete Paperon de' Paperoni, capirete subito che per i pochi pezzi di cui avete bisogno, la parola personalizzazione non esiste.

Per capirci, vi dovrete accontentare di "quello che passa la mutua",

ovvero prendere un loro prodotto e attaccarci sopra la vostra etichetta...ecco cosa c'è di veramente personalizzato:

**LA VOSTRA ETICHETTA!!!**

Parliamoci chiaramente, fareste molta meno fatica andando a comprare un pacco di creme Nivea al supermercato vicino casa, e a sostituire l'etichetta esistente con la vostra: sarebbe la stessa identica cosa!

Ma noi andiamo avanti con il nostro progetto perché anche il secondo obiettivo è stato raggiunto: abbiamo finalmente il nostro (si fa per dire) **PERSONALISSIMO PRODOTTO!**

Ora lo andiamo a vendere nel nostro centro estetico.

Tutto sembra apposto: il prodotto ha un buon profumo, si stende bene, il packaging non sarà supersonico, ma il nome dell'istituto si vede in tutto il suo splendore.

Tutto filerà liscio fino a quando nel vostro centro, non arriveranno delle clienti più sveglie che vi chiederanno, se oltre ad avere un diploma di scuola estetica, non ne abbiate conseguito uno anche in chimica, e lì vi faranno letteralmente "cadere dal pero".

Beh mi sembra una domanda legittima!

Il vostro marchio ha praticamente invaso la cabina!

Andateglielo un pò a spiegare che in realtà non sapete neanche bene come sono stati fatti i prodotti e se ci sono davvero degli attivi all'interno...perché magari, da buone oratrici, potreste anche riuscire a essere convincenti ma...i risultati?

Quelli ci sono davvero, oppure vi state giocando la vostra reputazione costruita con anni segnati da sacrifici e sforzi per il lavoro, solo per avere qualche euro in più a fine mese?

Ma andiamo ancora più avanti e spingiamoci verso il tema della **LEGALITA'** del prodotto che mostrate orgogliosamente alle vostre clienti.

In Italia i prodotti per la cura e l'igiene intima della persona sono regolamentati in modo restrittivo, quindi non c'è spazio per i furbetti di turno.

Chi produce queste due categorie di prodotti deve obbligatoriamente redigere un PIF (Product Information File) che voglio spiegarvi brevemente.

- Il PIF deve indicare il nome di una persona responsabile (deve comparire su tutte le confezioni)

che solitamente coincide con il produttore e che, in caso di necessità, dovrà rispondere alle autorità competenti per eventuali controlli.

- La persona responsabile, trenta giorni prima dell'immissione di ogni singolo prodotto nel mercato, deve registrarne la formula qualitativa e quantitativa e la presenza di sostanze cmr (ovvero sostanze cancerogene e tossiche), nanomateriali etc.

- Dopo la registrazione nel portale di cui ho parlato sopra, il responsabile dovrà fare:

- un "challenge test" come garanzia che il sistema preservante (ossia i conservanti) funzioni

- una relazione chiamata "valutazione della sicurezza" che spieghi la concentrazione e l'attività dermatologica di ogni ingrediente.

Utili a questo proposito sono i patch test o test di irritazione cutanea, che ovviamente le grandi realtà allegano sempre al documento.

- Dimostrare con test di efficacia che il prodotto raggiunge lo scopo per cui è stato creato e con cui viene pubblicizzato.

Tutti i documenti devono essere conservati per dieci anni per essere fruibili dalle autorità competenti.

Mediamente per redigere un solo PIF i costi oscillano dai 1000€ ai 2000€ senza contare i vari test, obbligatori o meno, da effettuare.

Quando si va a fare una linea che racchiude decine di prodotti, potete immaginare da sole il notevole impegno economico e finanziario necessario.

**2015 READERS' CHOICE NAILPRO**

**BCL** BE | CARE | LOVE

**NATURAL REMEDY™**

**CRITICAL REPAIR CREAM**

HANDS • FEET • BODY

Repair critically dry, cracked or callused skin, naturally.

Shea Butter & Argan Oil repair moisture barrier | Arnica Flower heals with medicinal healing properties

**CERTIFIED ORGANIC INGREDIENTS**

**1% FOR EDUCATION** www.becarelove.com

**CRUELTY FREE**

**CERTIFIED ORGANIC INGREDIENTS** STELAR CERTIFICATION SERVICES

**MADE IN USA**

**2015 READERS' CHOICE NAILPRO**

**Ricordati che... 100% SODDISFAZIONE GARANTITA**

**NATURAL REMEDY™**  
Professional Manicure & Pedicure

- SENZA solfati
- SENZA parabeni
- SENZA ogm
- SENZA ftalati
- SENZA conservanti aggressivi
- NON testati su animali

Se vuoi saperne di più...

## CONTATTACI

Per rimanere sempre aggiornata su novità e promo visita il sito  
Seguici anche su Facebook visita le pagine:

[info@diomedibeauty.it](mailto:info@diomedibeauty.it)  
[www.diomedibeauty.it](http://www.diomedibeauty.it)  
Diomed Estetica Professionale | BCL - SPA Marche

# Paola P

MADE IN ITALY

Se vuoi saperne di più...

## CONTATTACI

[info@diomedibeauty.it](mailto:info@diomedibeauty.it)

Per rimanere sempre aggiornata su novità e promo visita il sito

[www.diomedibeauty.it](http://www.diomedibeauty.it)
Seguici anche su **Facebook** visita le pagine:
 Diomed Estetica Professionale

 PaolaP MakeUp Marche

## PERCHÈ DOVRESTI SCEGLIERCI:

- ✓ NO MINIMO D'ORDINE = NO PRODOTTI INVENDUTI
- ✓ ESCLUSIVITÀ = SOLO PROFESSIONISTI DEL SETTORE
- ✓ PUBBLICITÀ = PRESENTI SU RIVISTE PROFESSIONALI E CONSUMER
- ✓ INNOVAZIONE = NOVITÀ MENSILI
- ✓ DIFFERENZIAZIONE = PRODOTTI UNICI NON PRESENTI IN ALTRI BRAND

### NON VENDIAMO PRODOTTO, MA VALORE AGGIUNTO!

Alla luce di tutto ciò, una piccola realtà produttiva può davvero personalizzare rispettando punto per punto la legge? Ne ha la forza?

La risposta nella maggior parte dei casi è **NO**.

A questo punto se siete fortunate e avete a che fare con delle persone oneste, dovete optare per il "gioco" del cambio etichetta su loro prodotti a norma di legge.

Se invece siete sfortunate e vi imbattete in qualche **FURBETTO**, il gioco si fa davvero davvero rischioso.

Bisognerebbe ragionare anche in questi termini e indagare sulla serietà del laboratorio che produrrà per voi.

Con queste cose non si scherza, la non conformità rispetto alla legge, prevede il ritiro di tutti i prodotti e multe salatissime (D.Lgs n.204/2015).

Perché si arriva a voler percorrere la strada del cosmetico personalizzato?

Sostanzialmente per una o più di queste ragioni, cerchiamo di capire insieme quali.

**A)** La prima potrebbe essere quella di voler **GUADAGNARE DI PIU'**.

Quindi voi, mettereste in piedi un sistema abbastanza faticoso e sicuramente rischioso, per fare cassa.

Lasciatemi dire che di modi per fare cassa ce ne sono tanti e chi frequenta i miei corsi lo sa, voi avete tra le mani un potenziale grande da sviluppare (di cui spesso non avete neanche consapevolezza), ma per funzionare davvero, tutto deve ruotare intorno a una parola chiave: **SPECIALIZZAZIONE**.

Direi proprio che in questo caso invece, il vostro fine (**soldi**) non giustifica il mezzo (**prodotto personalizzato**).

Pensate davvero di poter vendere un numero così alto di prodotti da far aumentare la cassa in modo sbalorditivo?

Insomma, abbandonare dei prodotti garantiti, certificati, frutto di una grande attività di ricerca e dai risultati tangibili, a me non sembra una grande idea.

Sarebbe un po' come prenotare in un ristorante di alto livello, dove i ricercati piatti proposti sono frutto della fantasia e dell'esperienza dello chef, ed essere praticamente obbligati dal cameriere ad accompagnare questo tripudio di sapori con il vino della casa!

Quello che viene mostrato con orgoglio non è un prestigioso Brunello di Montalcino DOC e DOGC, ma una tristissima bottiglia con applicata un'etichetta (pure storta), dove compare il nome del ristorante. Scendereste a questo compromesso rischiando di rovinare la cena che state per gustare, con la consapevolezza che state semplicemente facendo fare cassa al ristorante che così avrà più margine?

Con quale leggerezza si può pensare di competere e vincere

con etichette pregiate e storiche?

Forse lo chef non ha pensato che tutto il suo lavoro può essere compromesso per una stupida bottiglia di vino e solo per la smania di avere qualche euro in più in tasca!!

**B)** La seconda motivazione potrebbe essere **"LA SETE DELLA VENDETTA"**.

Volete mettere una certa persona prima all'angolo, poi buttarla fuori dal vostro centro e infine calpestare ben bene il suo corpo per assicurarvi che non si ripresenti più alla porta del vostro istituto.

Di chi sto parlando? Del vostro fornitore!!

Fate bene a provare rabbia (spero meno esplosiva di quella che ho descritto) verso chi vi obbliga, senza alcuna pietà, a fare magazzino non considerando le difficoltà di voi clienti nel portare una zavorra così pesante.

Il magazzino potrebbe essere gestito dal vostro fornitore e così facendo vi toglierebbe questo pensiero.

Immagino che sarete stupefatti di avvistarlo mentre arriva (parlo sempre del fornitore) a prendere l'ordine tutto bello **"ingiacchettato"**, osservarlo mentre scarica i pacchi nel vostro istituto e vederlo poi andar via sapendo che l'unica preoccupazione che gli martella il cervello è **RISCUOTERE!**

Che gliene frega a lui se avete dovuto riempire il vostro magazzino dei suoi prodotti (svuotando quindi le vostre tasche), perché per poterli avere questa è la condizione sine qua non... Che gliene frega di assicurarsi che voi sappiate davvero usare quei prodotti e che sappiate anche comunicare la loro efficacia alle vostre clienti...

La cosa importante è che anche in questo giro sia riuscito a vendere!

**C)** La terza motivazione potrebbe essere **"LA SMANIA DI SUCCESSO"**.

La voglia di essere al centro dell'attenzione diventa il motore della vostra attività e tutte le vostre energie unite ai vostri risparmi vengono investite in prodotti che, con il vostro nome stampato sull'etichetta, possano soddisfare la vostra sete di celebrità.

Forse però avete perso di vista la realtà e, a meno che voi non abbiate lo stesso seguito di Chiara Ferragni, pensate davvero di essere così influenti da poter competere con marchi che sono nel mercato da decine di anni e con alle spalle complesse manovre di marketing?

Dopo aver analizzato il tema del cosmetico personalizzato sotto diversi aspetti, non mi resta che dire: **"sta a voi la scelta!"**. Voglio solo ricordarvi che di opportunità, nella vita così come nel lavoro, se ne presentano tante e, a fare la differenza è la capacità di **SAPER SCEGLIERE** quelle per cui valga davvero la pena puntare e investire, soprattutto quando le risorse a disposizione sono limitate.

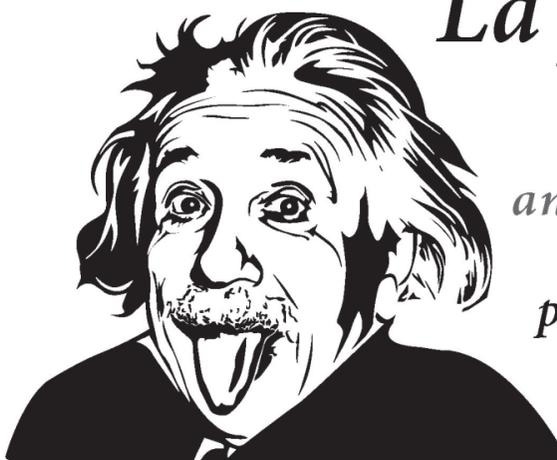
Chi per arrivare a costruire qualcosa ha fatto tanti sacrifici, e chi con tenacia è riuscito a costruire un'attività che funziona, non credo abbia voglia di bruciare tutto per un colpo di testa o per la moda del momento.

Il mio consiglio è sempre quello di investire sul vostro istituto, sul personal branding e soprattutto su di voi sviluppando al massimo la vostra **PROFESSIONALITA'**, solo così sarete davvero imbattibili e sarete scelte tra 1000 estetiste perché saprete fare qualcosa in modo così speciale, che le vostre clienti penseranno a voi e all'appuntamento che hanno, come a qualcosa di assolutamente **IRRINUNCIABILE!**

## La pillola di saggezza

“ Colui che segue la folla non andrà mai più lontano della folla. Colui che va da solo sarà più probabile che si troverà in luoghi dove nessuno è mai arrivato. ”

ALBERT EINSTEIN





SPECIALE

Diomed Beauty news | Maggio / Agosto 2017 - N. 3 |

# La PRIMA VOLTA... Non si scorda MAI!!!

## Il Vostro Istituto: il GIARDINO dell'EDEN o il REGNO della DESOLAZIONE?

**A**vete mai pensato a quanto sia importante e strategico il modo in cui si presenta il vostro istituto? A me è venuto il dubbio che qualcuna di voi non si sia mai posta questa domanda.

Lo dico perché passando ogni settimana per decine di centri estetici, mi sono fatto un'idea piuttosto chiara su come dovrebbe essere un istituto di bellezza per essere chiamato come tale, e su quanta leggerezza ci sia invece in questo senso.

Per prima cosa voglio farvi fare una riflessione che potrà esservi utile per capire quanto sia importante l'aspetto del vostro centro, per questo faccio un accenno ai rapporti interpersonali. Sono sicuro che dalla bocca di tutte voi sarà uscita almeno una volta la frase:

**"LA PRIMA IMPRESSIONE E' QUELLA CHE CONTA!"**

In pochissimi istanti siamo capaci infatti di formare un giudizio sulla persona che abbiamo davanti grazie al nostro istinto. Dall'aspetto estetico unito ai piccoli gesti e dalle sensazioni suscitate dal primo incontro, si forma l'impressione che andiamo a farci su una determinata persona.

A quel punto, se la reazione all'impatto iniziale è positiva, possiamo tirare un sospiro di sollievo...se dovesse essere invece negativa?

Mi dispiace deludere il vostro ottimismo, ma toglietevi dalla testa di avere poi tutto il tempo a vostra disposizione per far

cambiare idea a una persona, sul vostro conto e nello specifico sul vostro istituto.

La realtà è che la prima impressione si forma in pochi istanti, ma per moltissimo tempo continuerà a influenzare il pensiero su di una cosa/persona.

Resterà ben impressa anche dopo aver avuto più tempo per conoscere meglio qualcuno o qualcosa e sarà così anche quando i fatti la smentiranno...è proprio il caso di dire: **BUONA LA PRIMA!**

In quest'ottica varrebbe forse la pena mettersi in discussione cercando di "aggiustare il tiro" per evitare così che il primo incontro si trasformi da "interessante opportunità" a "vero e proprio disastro".

E' forse il caso di fare un pò di **AUTOCRITICA?**

L'autocritica, anche se sana, non è una cosa facile da mettere in atto, perché quando nelle situazioni ci si sente tanto coinvolti, si perde spesso e volentieri la lucidità e la capacità di essere obiettivi.

Per questo motivo voglio aiutarvi mettendo nero su bianco alcuni aspetti che spesso vengono trascurati nei centri estetici, e lascio poi a voi la possibilità di riconoscere se sono cose che vi riguardano oppure no.

Parlerò quindi delle cose che saltano subito agli occhi di chi come me è attento ai dettagli, ma badate bene, alcune mancanze

sono davvero grossolane...

Caliamoci ora nei panni di una vostra **POTENZIALE CLIENTE**, che viene per la prima volta nel vostro istituto e vediamo cosa esce fuori seguendola passo dopo passo...

Il **RACCONTO TRAGICOMICO** che vado a fare ovviamente esaspera delle possibili situazioni.

Mi serve per farvi riflettere su un punto in particolare: cosa potrebbe far rabbrivire la vostra cliente o cosa potrebbe farla addirittura pentire di essere venuta da voi?

Bando alle chiacchiere e passiamo al racconto...

La nostra cliente arriva alla porta dell'istituto e mentre suona, nell'attesa che qualcuno apra, scorge attraverso il vetro un **BANCONE TRISTEMENTE VUOTO**, dove ad accoglierla non c'è una persona sorridente, ma un cumulo insensato di prodotti e una "metallica" cassa i cui tasti fanno salti di gioia, non nel vederla arrivare, ma all'idea di quando la vedranno uscire!

Dopo qualche istante si sente un "click", la porta si apre e una voce dall'altra parte del locale invita la nostra cliente a entrare con un sonoro "arrivooo!"

Una volta ricevuta, si siede con la speranza riposta nel cuore, che i cinque minuti di **RITARDO** che le sono stati appena annunciati, non si trasformino in una snervante

# Enjoy your Summer with SMART SUN

## MASSIMA PROTEZIONE | IDRATAZIONE e LUMINOSITÀ SICUREZZA per TUTTA LA FAMIGLIA



BEAUTY SPA  
natural resources  
ATLANTIS BIO-RESEARCH

Se vuoi saperne di più...  
**CONTATTACI**

[info@diomedibeaity.it](mailto:info@diomedibeaity.it)

Per rimanere sempre aggiornata su novità e promo visita il sito

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

Seguici anche su Facebook, visita le pagine:

Diomed Estetica Professionale Beauty SPA Marche

attesa...d'altronde è riuscita a essere puntuale incastrando l'appuntamento con voi tra un impegno e l'altro con così tanta fatica, che l'idea di tornare tardi al lavoro le crea non poca ansia...Ma la nostra cliente è davvero ben intenzionata e decide, nell'attesa, di assumere un atteggiamento "zen". Questo vuol dire diventare pienamente consapevoli del momento che si vive, senza rimuginare sul passato e senza scervellarsi sul futuro.

Ecco allora che afferra una **RIVISTA** e inizia a leggere gossip, talmente datati da essere sulla bocca di tutti da settimane...ne afferra allora un'altra e trova idee su come preparare la tavola per le feste natalizie...peccato che la Pasqua sia alle porte! Appurato che le riviste non sono propriamente nuove e che, cosa gravissima, **NULLA PARLA DI ESTETICA**, dell'istituto, di quello che si propone o su cosa c'è una forte specializzazione, decide di concentrarsi sull'ambiente che la circonda e di rilassarsi, ma l'impresa non è per niente facile!

Da una stanza vicina arrivano i **LAMENTI** di una cliente che forse (pensa la nostra cliente) sta facendo la ceretta, da un'altra stanza arrivano le **CONFIDENZE** che un'altra cliente sta facendo all'estetista di turno e allora decide di concentrarsi su della buona musica.

Dalle casse in filo diffusione non proviene però una rilassante musica d'ambiente, quella che si sente è la voce stridula di una giornalista che aggiorna la nostra cliente sulle disgrazie dell'ultima ora.

Incredibile ma vero...l'istituto è sincronizzato su una **FREQUENZA RADIO**...e l'ansia cresce!!!

Cresce a tal punto che per allontanare il nervosismo, la nostra cliente si alza in piedi e decide di curiosare qua e là: nulla in quella piccola sala d'attesa crea la giusta atmosfera.

Nessuna cura dei dettagli, dai colori ai profumi, tutto sembra scoordinato.

Per non parlare delle **VETRINE**...e che vetrine!

Dozzinali, riempite con prodotti ammassati senza logica e tra i quali fanno capolino conchiglie colorate e pietre grigie che, prima di essere ricoperte da un dito di **POLVERE**, erano presumibilmente di un blu intenso!

I pensieri sull'allergia all'acaro della polvere vengono interrotti perché dopo venti minuti di attesa...è finalmente arrivato il turno della nostra cliente!

Viene chiamata con un "Prego signora" e non con un "Venga signora Maria" perché le nostre operatrici non hanno avuto l'accortezza di **MEMORIZZARE IL NOME**.

La nostra cliente viene accompagnata in cabina attraverso un piccolo corridoio, dove sparsi qua e là compaiono **CARTONI** di prodotti ancora da sistemare e dove dalle **PORTE SEMIAPERTE** delle stanze vicine, si intravedono clienti in posizioni improbabili e un piccolo bagno dove il piatto doccia è letteralmente coperto di cartoni...l'unica cosa libera che si vede è il lavandino e la tazza del wc (per fortuna!).

Una volta arrivata in cabina, la nostra cliente ha a disposizione qualche istante per prepararsi per la manicure e pedicure e poi... che il restyling abbia finalmente inizio!

Dopo qualche iniziale momento di timidezza, il ghiaccio si scioglie e si inizia a parlare del più e del meno: la stanchezza primaverile, la Pasqua alle porte, la tanto desiderata estate che sta arrivando e le possibili mete da raggiungere durante le vacanze di agosto.

A questo punto...apriti cielo!

L'operatrice si lascia andare e inizia a **SFOGARSI**.

Non potrà partire perché: i suoi genitori non stanno bene, il cane una settimana senza la sua presenza soffrirebbe di solitudine, partire con i figli oltre a essere stressante è pesante dal punto di vista economico, con il lavoro non sa come fare, il marito è apatico e bla bla bla.....

Un fiume in piena insomma, interrotto una volta dal telefono che squilla, una volta dal campanello che suona, una volta dalla collega che con lo sguardo del terrore stampato in faccia, chiede che tipo di trattamento fare alla persona appena arrivata in istituto. La nostra cliente non sa scegliere il minore dei due mali: da un lato è fastidioso che l'estetista ogni due minuti interrompa quello che sta facendo per correre qua e là, ma dall'altro almeno queste **DISTRAZIONI** la fermano nel continuare a tirare fuori le cose personali e frustranti della sua vita. Mani e piedi finalmente sono sistemati e un pensiero salta subito in testa alla nostra cliente: "che colpo di genio aver scelto il semipermanente...almeno non dovrò rimanere altro tempo chiusa qui dentro ad aspettare che asciughi lo smalto!"

Il tempo di rivestirsi, di prendere la borsa sottobraccio, di dare uno sguardo veloce alla cabina per assicurarsi di non aver lasciato nulla di personale e poi via verso la cassa!

La nostra cliente avrebbe voluto prendere una crema mani e qualcosa anche per il problema dei duroni ai piedi che la perseguita, ma non c'è stato modo di parlare dei suoi **PROBLEMI ESTETICI** e poi...le vetrine sono così poco invitanti...sembrano avere al loro interno prodotti di almeno cinque anni prima.

Il conto è saldato e la nostra stralunata estetista chiede di poter fissare un **NUOVO APPUNTAMENTO** per rimuovere il semipermanente e sistemare quindi mani e piedi.

La nostra cliente in cinque secondi passa al setaccio una sfilza di **POSSIBILI SCUSE** per rifiutare la proposta:

torna mia sorella dall'America ed è estetista, sto per trasferirmi per sempre a Tenerife, e poi spara quella più credibile...

"mi faccio risentire io, a lavoro sono così incasinata che non so mai quando poter prendere del tempo per me".

Un frettoso saluto e poi via di corsa verso l'ufficio dove la nostra cliente tornerà più stanca, ansiosa e nervosa di quando aveva messo piede nell'istituto...e poi ripensandoci bene... non aveva mica tutti i torti l'estetista quando diceva di non poter partire per i soldi e per il lavoro...non sarà mica troppo superficiale la nostra cliente???

Per fortuna questi pensieri negativi passano e lasciano il posto alla concentrazione per il lavoro e alla consapevolezza che **QUELLO NON E' L'ISTITUTO DI BELLEZZA CHE FA PER LEI**: altro che giardino dell'Eden, a confronto quello che ha appena visto è il regno della desolazione!

Come anticipato all'inizio di questo racconto, ho voluto esasperare una serie di situazioni che mi capita di vedere girando per i centri.

Ho voluto far finta che tutto capitasse alla nostra cliente e che il centro non ne azzecasse nemmeno una.

Per fortuna nella realtà in alcuni centri non capita nulla di quanto descritto, in altri capita solo una cosa, e in altri ancora capitano più cose ma meno marcate rispetto al racconto.

Il mio obiettivo è sempre farvi riflettere, farvi riconoscere in qualcosa che non va e che potrebbe essere migliorata con delle piccole accortezze e senza grandi sforzi.

Dovete sempre pensare al vostro istituto quasi come a un **LUOGO MAGICO**, dove il tempo si ferma e dove colori, profumi e suoni, percorrono la stessa strada, e dove le ansie e le preoccupazioni non possono varcare la soglia.

Ricordate che quando c'è delusione significa che le aspettative non sono state soddisfatte e la maggior parte delle persone deluse, non sarà disposta a darvi la seconda possibilità.

Capire che non si è perfetti e individuare le proprie lacune è già un grande passo verso il **MIGLIORAMENTO** e poi avete molti strumenti a vostra disposizione quindi, non sprecate altro tempo e datevi da fare!

Ogni nuovo appuntamento deve essere solo l'inizio di un lungo percorso beauty **INSIEME A VOI!!!**

## NO VENDITA ONLINE NO VENDITA A PRIVATI

- NON PARLIAMO DI CERA, MA DI SISTEMA DI DEPILAZIONE
- FORMULAZIONI ESCLUSIVE
- PERCORSO FORMATIVO RICORRENTE E GRATUITO
- PROFESSIONALIZZA IL SISTEMA DI EPILAZIONE
- FIDELIZZA I CONSUMATORI
- INCREMENTA I GUADAGNI
- TI DIFFERENZIA DALLA CONCORRENZA

## DEVO AGGIUNGERE ALTRO?



Se vuoi saperne di più...  
**CONTATTACI**

[info@diomedibeauty.it](mailto:info@diomedibeauty.it)

Per rimanere sempre aggiornata su novità e promo visita il sito

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

Seguici anche su Facebook, visita le pagine:

Diomed Estetica Professionale Skin's Best Brazilian Waxing Marche



## IL NUOVO METODO BRASILIANO PER L'EPILAZIONE INTEGRALE

- CATTURA I PELI CORTISSIMI**
- ALLUNGA I TEMPI DI RICRESCITA**
- ACCAREZZA ANCHE LE PELLI PIÙ SENSIBILI**



Diffida dalle imitazioni



# I VANTAGGI **Ti ricordiamo che...**



**Diomed Beauty non si ferma mai, soprattutto di fronte ai problemi!**

**NOI TI OFFRIAMO VANTAGGI CHE GLI ALTRI NON TI DANNO!**

## 1 DIFFERENZA

Ti consigliamo solo prodotti che possano **DIFFERENZIARTI**

## 2 ESCLUSIVITÀ

Ti garantiamo l'**ESCLUSIVITÀ**, infatti il canale di vendita è **ESCLUSIVAMENTE PROFESSIONALE** quindi **NON VENDIAMO A PRIVATI**.

## 3 PERSONALIZZAZIONE

Ti consigliamo strategie **SU MISURA**, adatte alla **TUA REALTÀ** per rendere il tuo business **VINCENTE**

## 4 LIBERTÀ

Non imponiamo **MAI MINIMI D'ORDINE**.

## 5 PROFESSIONALITÀ

Siamo persone **COMPETENTI** e con **ESPERIENZA** capaci di assisterti nelle fasi di **PRE e POST** vendita, e durante tutto l'utilizzo dei prodotti;

## 6 FORMAZIONE

Hai sempre a disposizione un **PERCORSO DI FORMAZIONE COMPLETO**, con il quale puoi metterti alla prova e migliorare **SPECIALIZZANDOTI** e **INNOVANDOTI**.

Ma soprattutto, **QUALORA TI AVESSIMO CONSIGLIATO MALE** o se le aspettative di vendita di un determinato prodotto fossero disattese... allora **ti garantiamo anche le forniture con la formula**



**"SODDISFAZIONE GARANTITA"!**

**E se non abbiamo soddisfatto le nostre promesse allora  
TI RESTITUIREMO I SOLDI o  
CAMBIEREMO I PRODOTTI CON ALTRI A TUA SCELTA!!!**

*Tocco morbido e vellutato  
Attenua gli ispessimenti  
Riduce le callosità*

**PIEDI?  
CHIEDI!**



Con **ATTIVI BOTANICI** da **COLTIVAZIONI BIOLOGICHE** 

**FEET DREAM**

Salute, bellezza e benessere



# Cambia OGGI per ESSERE Leader DOMANI

## BEAUTY PERSONAL BRANDING & DELUCCHI “ VOLA SOLO CHI OSA FARLO ”

**I**l mio incontro con Maurizio Delucchi c'è stato circa un anno fa e quando ci ripenso mi convinco sempre più che le cose non accadono mai per caso. Mi sono sentito come chi, alla guida della locomotiva di un treno, è alla ricerca di vagoni che meritino di trasportare i propri passeggeri verso una destinazione ben precisa.

I miei passeggeri siete voi, le mie clienti, e uno dei vagoni di cui parlo è Maurizio perché con i suoi corsi riesce a trasportarvi nella giusta direzione, che è la stessa direzione verso cui guardo anche io.

La destinazione di questo treno è la vostra **REALIZZAZIONE** professionale e prima di tutto personale, ma non sono due obiettivi facili da raggiungere perché richiedono sforzo, impegno e soprattutto forza di volontà. La collaborazione nata con Maurizio ha uno scopo ben preciso: aiutarvi in questo percorso dove si incontrano piccoli ostacoli e non poche resistenze mentali, dandovi gli strumenti giusti per affrontare con successo un mercato sempre più esigente e in continua evoluzione. Il mio contributo in questo senso è pensare alla vostra **FORMAZIONE** e soprattutto farvi specializzare per arrivare ad avere un'alta professionalità. Incontrando Maurizio ho pensato che lui potesse aiutarmi a completare questo processo di **CRESCITA** che vi vede protagoniste.

Ho creduto fin dal primo momento che lui, data la sua esperienza, fosse la persona giusta per affiancarmi nel cercare di farvi mettere in discussione e magari nel farvi cambiare finalmente rotta! Qui entra in gioco la vostra forza di volontà, perché se è difficile decidere di impiegare il proprio tempo libero partecipando a dei corsi di formazione, Maurizio ci insegna che è ancora più difficile decidere di **CAMBIARE**. Abbandonare le certezze di sempre che ci fanno vivere come in “un'oasi ovattata” e lasciarsi andare a qualcosa di nuovo e inesplorato, richiede **CORAGGIO**. Il corso di “beauty personal branding” vuole farvi trovare questo coraggio affinché possiate svegliarvi dal torpore di una vita professionale meccanica e ripetitiva, dove il vostro **CUORE**, il vostro talento, le vostre ambizioni e i vostri sogni non trovano lo spazio e il tempo di esistere. Maurizio vi farà capire quanto sia importante, per arrivare ad essere delle grandi professioniste, riuscire a esprimere, comunicare e trasmettere passioni e sentimenti. In questo percorso di introspezione arriverete a capire quali sono i punti deboli del vostro istituto e quale potrebbe essere invece il vostro **TALENTO** da sviluppare. Maurizio vi insegnerà come riuscire a farlo diventare un vero e proprio punto di forza, che vi permetterà di distinguervi dalla concorrenza e grazie al quale sarete scelte tra decine di istituti che, a differenza vostra, continueranno a offrire “tutto e niente” restando così schiavi di una continua e sfiancata ricerca di clienti. Tra gli altri obiettivi del corso c'è anche quello di farvi conoscere i tanti mezzi legati al “personal branding” che, uniti alla vostra professionalità, vi porteranno a soddisfare e fidelizzare le clienti con cui entrerete in contatto.

Quello che ho fatto è solo un breve accenno ai temi trattati da Maurizio durante il corso, ma spero di avervi suscitato una giusta dose di curiosità.

Vi avverto: decidendo di partecipare dovrete essere pronte a sentirvi a tratti spiazzate, a tratti denudate delle certezze che vi hanno accompagnate e protette per anni nella vostra vita e nel vostro lavoro, e soprattutto dovrete essere disposte ad aprirvi a nuovi scenari con la consapevolezza che solo chi si mette in discussione e solo chi ha davvero il coraggio di cambiare può fare qualcosa di diverso e inimitabile. Se volete che nel tempo vi accompagni la stessa intensa **PASSIONE** che vi ha fatto scegliere di intraprendere il vostro lavoro, non dovrete mai permettere che la frustrazione prenda il sopravvento. Dovete trovare il coraggio di dire basta a tutte le attività antieconomiche e poco appaganti del vostro istituto. Sono quelle attività che assorbono tutto il vostro tempo e tutte le vostre energie, senza avere un dignitoso ritorno economico e senza darvi soddisfazione. Dovete ribellarvi alla logica del “chi si accontenta gode”, perché ragionare così vorrebbe dire iniziare una rapida discesa che alla fine vi porterà a tuffarvi in un mare melmoso, dove sopravviverete boccheggiando insieme ad altri istituti che come voi, non hanno saputo specializzarsi, differenziarsi e crescere.

Come dice Maurizio: **“BISOGNA ESSERE PER AVERE”**.

Vi aspetto al corso che ripartirà a Ottobre!!!



VINCITRICI PREMIO “ESTETISTE DA FAVOLA”



CENTRO ESTETICO ELEONORA - Passo San Ginesio -

VINCITTRICI MIGLIOR “STORYTELLING”



CENTRO ESTETICO MATI - San Benedetto del Tronto -



**FORMAZIONE**

# Diomed Beauty ti forma!

I CORSI CHE NON PUOI PERDERE!

Cara Estetista,

Diomed Beauty non si ferma mai!

Questo è il nostro motto e il nostro motore! Non è falsa modestia, **MA PURA REALTÀ**. Il nostro impegno per te è **COSTANTE** e gli sforzi che facciamo sono evidenti anche dal calendario degli appuntamenti che ti proponiamo e che è sempre più ricco. Di seguito potrai trovare alcuni appuntamenti che fanno parte del **PROGRAMMA FORMATIVO** che Diomed Beauty ti offre. I corsi di formazione sono arrivati quasi al termine ma nelle settimane di pausa che arriveranno, non ce ne staremo con le mani in mano! Settembre non è poi così lontano e noi riparteremo con un calendario **RICCHISSIMO** di appuntamenti e pieno di tante **NOVITÀ!!!**

RIMANI SEMPRE AGGIORNATA!

## I corsi del mese di **MAGGIO**

**Corso MAKE UP MODA** Sede Diomed Beauty **7-8 MAGGIO**

**Penola ACADEMY** **DIOMEDI**

Domenica 7 / Lunedì 8 Maggio  
Corso Make Up Moda  
Durata 2 giorni

**DOMENICA 7 MAGGIO**  
Preparazione al lavoro nel backstage  
- Base e sfumature moda  
- Labbra e guance di tendenza  
- Eyeliner di tendenza  
- Smoky Eye  
- Esercitazione pratica

**LUNEDÌ 8 MAGGIO**  
- Nude Look  
- Bonne Mine Look  
- Esercitazione pratica  
- Realizzazione di un Make Up

presso Diomed Beauty s.r.l.  
via Palestro, 50 - PORTO SANT'ELPIDIO - 0734.300904

■ È il corso adatto a chi ha già appreso nozioni di base e vuole specializzarsi nel settore della moda. Il corso prevede lo sviluppo di make up classici rilette in chiave attuale, lo studio delle tendenze moda dettate dai maggiori stilisti del panorama mondiale e la creazione di make up ad hoc, interpretati secondo gli stili dettati dalle ultime passerelle. Si imparerà inoltre a programmare, sviluppare e creare un'immagine moda partendo da un progetto di lavoro

**PRESENTAZIONE Slender Life** Sede Diomed Beauty **15 MAGGIO**

*Gambe più leggere dalla prima seduta*

**RISULTATI IN 40 MINUTI... -15 cm**

*diffidate dalle tentazioni*

**RENOTA LA TUA DIMOSTRAZIONE**

Un solo prodotto, un metodo d'applicazione innovativo: **SPECIAL VACUUM**  
**IL BENESSERE RINASCE SOTTO VUOTO**

**WWW.SLENDERLIFE.IT**

**DIOMEDI Presentazione Slender Life**  
**Lunedì 15 Maggio**

Presso Diomed Beauty s.r.l. via Palestro, 50 - PORTO SANT'ELPIDIO - 0734.300904

■ Vieni a scoprire il mondo Slender Life e il suo trattamento innovativo "Special Vacuum". Una crema dimagrante e anticellulite di concezione completamente diversa, sperimentata SOTTOVUOTO. Sin dalla prima applicazione, dopo appena 40 minuti i risultati saranno immediati ed evidenti. Con Slender Life la cellulite delle vostre clienti avranno le ore contate!

**Skin's Corso Base METODO EPILAZIONE** Sede Diomed Beauty **29 MAGGIO**

**Lunedì 29 MAGGIO**  
Diomed Beauty / PORTO SANT'ELPIDIO

**CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S**  
**BEST BRAZILIAN WAXING**

UNICA SESSIONE MATTUTINA DALLE 9.30 ALLE 12.30

INFO: Diego 334.1494778  
diomedbeauty.it  
Via Palestro, 50

■ Lieti di presentarvi l'inimitabile SKIN'S BEST BRAZILIAN WAXING. Partecipando a questo evento potrete conoscere le potenzialità di questo prodotto che rivoluziona il classico e sottostimato concetto di cera. Un metodo innovativo di epilazione, rapido, indolore e duraturo che potrà differenziarvi dagli altri istituti di bellezza.

## I corsi del mese di **GIUGNO**

**Corso MAKE UP Donne Mature** Sede Diomed Beauty **11 - 12 GIUGNO**

**Penola ACADEMY** **DIOMEDI**

Domenica 11 / Lunedì 12 Giugno  
Make Up Donne Mature  
Durata 2 giorni

**DOMENICA 11 GIUGNO**  
Alterazioni dei tessuti nei decenni  
Analisi dei segni del tempo sul viso  
- Il trucco del viso  
- Il trucco degli occhi  
- Esercitazione pratica

**LUNEDÌ 12 GIUGNO**  
- Il trucco delle labbra  
- Il trucco delle guance e del contorno del viso  
- Esercitazione pratica  
- Realizzazione di un Make Up

presso Diomed Beauty s.r.l.  
via Palestro, 50 - PORTO SANT'ELPIDIO - 0734.300904

■ È un corso, adatto a chi ha già frequentato un corso base, durante il quale si rivisiteranno le varie tecniche di make up per applicarle a pelli non più giovani. È un ulteriore approfondimento del make up correttivo attraverso il quale si studieranno tutti gli accorgimenti necessari ad una corretta esecuzione del trucco.

## I corsi del mese di **LUGLIO**

**Corso MAKE UP d'Epoca** Sede Diomed Beauty **2 - 3 LUGLIO**

**Penola ACADEMY** **DIOMEDI**

Domenica 2 / Lunedì 3 Luglio  
Make Up d'Epoca  
Durata 2 giorni

**DOMENICA 2 LUGLIO**  
- Make Up anni '20  
- Make Up anni '30  
- Make Up anni '40  
- Make Up anni '50  
- Make Up anni '60  
- Esercitazione pratica

**LUNEDÌ 3 LUGLIO**  
- Make Up anni '70  
- Make Up anni '80  
- Make Up anni '90  
- Esercitazione pratica  
- Realizzazione di un Make Up

presso Diomed Beauty s.r.l.  
via Palestro, 50 - PORTO SANT'ELPIDIO - 0734.300904

■ È un vero e proprio viaggio nel tempo: dagli anni '20 agli anni '90 si ripercorreranno le tappe del make up che hanno determinato lo stile delle diverse epoche e che influenzano tutt'oggi le nostre mode. Consuetudini, caratteristiche, canoni di bellezza, rapportati allo specifico contesto storico che ne ha suggestionato i modi e le finalità, fino a giungere alla cosmesi contemporanea, che altro non è, se non il frutto di secoli di usanze e costumi che si incrociano e prendono per mano arte, cultura e moda.

## Info e Prenotazioni

I corsi potranno subire delle variazioni e delle integrazioni. Per info, costi e prenotazioni e per rimanere sempre aggiornati **contattaci...**

Diomed Beauty s.r.l.  
Via Palestro, 50  
63821 Porto Sant'Elpidio (FM)  
0734.300904  
info@diomedibeauty.it

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

Diomed Estetica Professionale

## SCOPRI COSA ABBIAMO ANCORA IN PROGRAMMA...!!!

Se pensi di non essere solo un numero, ma **PARTE DI UN PROGETTO** in cui solo se vinci tu vinciamo anche noi, in cui **SOLO SE TU HAI SUCCESSO, NOI ABBIAMO SUCCESSO...**

E se pensi che nel lavoro un po' di divertimento non guasta, allora cosa aspetti?!

## Fai Squadra con Noi!

Grazie per l'attenzione! Ci rivediamo a **SETTEMBRE** per aggiornarti su tutto quello che **DOVRESTI SAPERE** e che gli altri **NON TI DICONO**.



Team  
Diomed Beauty