

# La Gazzetta Dell'Estetica

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

**SPECIALE**

Focalizzarsi  
per **VINCERE!!!**

**FOCUS**

pag. 2

**FOCUS**

Gli **ACIDI** in cabina...  
dei **NEMICI**  
minacciosi o degli  
**ALLEATI**  
**FIDATI?** pag. 4

**FORMAZIONE**

Con **NOI** di  
**Diomed Beauty**  
prima  
**CONOSCI** e  
poi **SCEGLI!!!**

pag. 7

# Diomed Beauty

Settembre / Dicembre 2018 - N. 7 - Quadrimestrale

## News

PRODOTTI - SERVIZI - FORMAZIONE

PER IL SUCCESSO DEL CENTRO ESTETICO

## EDITORIALE

Cara estetista,  
siamo arrivati a Settembre, **L'ESTATE STA PER FINIRE**, molto probabilmente sei rientrata a lavoro da pochi giorni, e senza neanche accorgertene sei ripiombata nella **ROUTINE QUOTIDIANA** ... spezzarla e **COMBATTERE LO STRESS DA RIENTRO È PIÙ FACILE** di quanto tu possa pensare. Devi solo riuscire a ritagliare del tempo da dedicare a te stessa! Come? Inizia approfittando del giornalino che hai tra le mani: individua un **POSTO TRANQUILLO** dove poter trascorrere 30 minuti del tuo prezioso tempo, **METTITI COMODA e INIZIA CON LA LETTURA!** Anche in questa 7a edizione troverai due argomenti che ti riguardano da vicino e che ti terranno incollata fino all'ultima riga! Il primo articolo parla degli **"ACIDI IN CABINA"**, un tema molto controverso e soprattutto confuso, che mi sono sentito in dovere di trattare per aiutarti ad avere le idee più chiare quando ti trovi a dover scegliere dei prodotti che possano fare davvero la differenza nel tuo istituto. Durante l'autunno i trattamenti a base di acidi dovrebbero essere il tuo pane quotidiano, quindi ... non perdere altro tempo: informati e agisci! Il secondo articolo? Ho deciso di dedicarlo a un tema che mi sta particolarmente a cuore: **LA FOCALIZZAZIONE**. Troverai degli esempi che renderanno piacevole la lettura, e che faciliteranno la comprensione di questo importantissimo argomento. Ho inoltre approfittato di quest'edizione per presentarti **L'ULTIMA NOVITÀ** in casa **DIOMEDI BEAUTY**. Per scoprire di cosa si tratta non devi far altro che sfogliare le pagine del giornalino ... Prima di lasciarti alla lettura degli articoli, ti ricordo di dare un'occhiata alla **SEZIONE DEDICATA AI NOSTRI CORSI**, perché stiamo per entrare nel vivo della stagione formativa e tu **NON DEVI RESTARE A GUARDARE!**



A presto!  
Diomed Beauty

Ti ricordiamo che...  
Le nostre forniture  
sono garantite da... segue a pag. 6



**SPECIALE**

**FOCALIZZARSI**  
per **VINCERE!!!**

"Quando l'ego o la paura ti fanno lo sgambetto e ti suggeriscono che puoi fare tutto, il tuo centro estetico diventa dannatamente mediocre e ti tiene sul filo del rasoio!"

In realtà non sono ancora riuscito a capire se **ALLA BASE DEL PENSIERO** "a lavoro sono capace di fare **TUTTO** e quello che faccio io va bene per **TUTTI**", ci sia un **FORTE EGOCENTRISMO** oppure una **GRANDISSIMA PAURA...**

segue a pag. 2

**FOCUS**

Gli **ACIDI** in cabina...  
dei **NEMICI**  
minacciosi o degli  
**ALLEATI FIDATI?!**

"Scopriamo insieme le verità e i **FALSI MITI DA SFATARE SU UN MONDO - QUELLO DEGLI ACIDI -** che, approcciato con la giusta consapevolezza, può davvero **RIVOLUZIONARE I RISULTATI DEI TUOI TRATTAMENTI**"

**LE CHIACCHIERATE** che faccio ogni giorno con chi fa il tuo stesso lavoro, continuano a essere **LA MIA PIÙ GRANDE FONTE D'ISPIRAZIONE** per la scelta dei temi da trattare di volta in volta negli articoli di questo giornalino...

segue a pag. 4

**FORMAZIONE**

Con **NOI** di  
**DIOMEDI BEAUTY**  
prima **CONOSCI**  
e poi **SCEGLI!!!**

"LA CATTIVA NOTIZIA è CHE IL TEMPO VOLA. LA BUONA NOTIZIA è CHE SEI IL PILOTA." Michael Althsuler

La stagione estiva si è appena conclusa e in queste ultime settimane sei stata mentalmente e fisicamente assorbita dall'estenuante lavoro in cabina...

segue a pag. 7

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

Per rimanere sempre aggiornata su novità e promo visita il sito  
**www.diomedibeauty.it info@diomedibeauty.it**

Visita le pagine:  
Diomed Estetica Professionale diomed\_beauty

# FOCALIZZARSI per VINCERE!!!

**"Quando l'ego o la paura ti fanno lo sgambetto e ti suggeriscono che puoi fare tutto, il tuo centro estetico diventa dannatamente mediocre e ti tiene sul filo del rasoio!"**

In realtà non sono ancora riuscito a capire se **ALLA BASE DEL PENSIERO** "a lavoro sono capace di fare **TUTTO** e quello che faccio io va bene per **TUTTI**", ci sia un **FORTE EGOCENTRISMO** oppure una **GRANDISSIMA PAURA**.

**NELLA PRIMA IPOTESI** la persona, e nello specifico un'estetista come te, mette se stessa al centro di ogni cosa, e finisce per convincersi che le sue doti nel campo dell'estetica siano eccellenti e perfettamente "canalizzabili" verso i numerosi servizi e trattamenti offerti in istituto. L'infallibilità però altro non è che un'illusione e vivendola, si continua a pensare che lavorare facendo "tutto per tutti" quando si è così competenti, sia la cosa più naturale del mondo!

**IL SECONDO CASO** vede invece come protagonista un'estetista che, tormentata dal timore che le possano essere soffiare da sotto il naso le proprie clienti da centri estetici "multitasking" (che fanno cioè tante cose diverse), decide di offrire un numero sempre più elevato di servizi, così da "mettere il cappio al collo" a chi frequenta abitualmente il centro, ed evitare al tempo stesso che queste persone, per fare una "X" cosa, vadano alla ricerca di un istituto concorrente!

**MA È GIUSTO SECONDO TE**, basare la strategia di un centro estetico sulla crescente diversificazione dei trattamenti proposti?

**LA RISPOSTA TE LA DO IO: NO.**

E questa risposta non vale soltanto per il tuo istituto o più in generale per il mondo dell'estetica, vale per tutte le aziende indipendentemente dal tipo di attività svolta! Decidere di **ALLUNGARE COME UN POLIPO I PROPRI TENTACOLI** su tante attività contemporaneamente, **SIGNIFICHEREBBE DISPREDERE** due risorse vitali, il **TEMPO E IL DANARO**, e questo a sua volta vorrebbe dire **PERDERE IL CONTROLLO DELL'ATTIVITÀ** che è stata fatta nascere e che è stata tirata su con sacrifici e con tanto impegno. **ALT.**

**NON TI STO DICENDO CHE DEVI FARE UNA COSA SOLA NEL TUO ISTITUTO.**

ti sto dicendo che devi sviluppare il tuo interesse e destinare le tue risorse, principalmente verso una sola attività e secondariamente verso tutte le altre che, da brava estetista, sei capace di fare, questo vuol dire focalizzarsi. ovviamente non sono stato io a scoprire che il futuro di ogni azienda, quindi anche della tua e della mia, dipende dalla focalizzazione. sono state le vicissitudini di tante imprese a dimostrarlo, e i numerosi studi (soprattutto americani) a metterlo in evidenza.

All'inizio di questo articolo ho fatto riferimento soltanto a due possibili **RAGIONI** che potrebbero spingerti a **VOLER AMPLIARE IL TUO RAGGIO DI AZIONE**, ma leggendo uno dei tanti manuali di marketing che circolano sopra la mia scrivania ne ho scoperte delle altre, e voglio elencartele rapportandole alla realtà del tuo centro estetico.

Potresti **DECIDERE DI INSERIRE NUOVI SERVIZI PERCHÉ ...**

**1- PERCHÉ VUOI AUMENTARE L'EFFICIENZA DEL TUO ISTITUTO**

Esempio: nei momenti dell'anno in cui c'è calma piatta, decidi di buttarti a capofitto sulla ricostruzione unghie di cui solitamente non ti occupi. Lo fai per colmare i vuoti della tua agenda e per far lavorare le tue dipendenti, anche se sai che quel tipo di servizio a quel prezzo, porterà un margine vicino allo zero.

... Per non incorrere nell'incubo del fine mese e anzi, per favorire la crescita aziendale, dovresti riuscire a lavorare in maniera costante con i trattamenti di punta del tuo istituto (quelli che ti danno più margine), e per farlo dovresti agire anticipatamente e in modo strategico spingendo le vendite in quella direzione con trattamenti limited edition, con pacchetti promo a prezzi speciali ecc.

**2- PERCHÉ VUOI CORRERE DIETRO ALLA NUOVA TENDENZA DI MERCATO**

Esempio: nonostante tu sia focalizzata nei trattamenti ringiovanenti viso, decidi di acquistare una nuovissima lampada facciale UV, che sta spopolando nel settore dell'estetica, e che è capace in una sola seduta di far passare una persona dall'abbronzatura tipica del fototipo 1, a quella comunemente legata al fototipo 4 ... chi se ne frega se la pelle invecchia in un solo colpo di 10 anni.

... Ovviamente sto scherzando, voglio solo farti capire che a volte, pur di stare dietro a tutto, si rischia di cadere anche nell'incoerenza!

**3- PERCHÉ VUOI SODDISFARE LE ESIGENZE DI TUTTE LE FASCE D'ETÀ**

Vorresti tanto focalizzarti sui trattamenti viso anti-age, ma hai paura che facendolo e soprattutto esponendoti in questa tua "lotta contro il tempo", molte delle tue clienti più giovani, decidano di scappare verso altri istituti.

... La verità è che questo potrebbe accadere, ma solo con le clienti meno fidelizzate!

Del tuo lavoro di focalizzazione, c'è anche l'altra faccia della medaglia, ed è quella che deve interessarti: ricevere in istituto un numero crescente di persone over 50 che, sentendo parlare della tua specializzazione e vedendo la tua attività di comunicazione (on line e off line) incentrata soprattutto sulla questione "pelli mature", decide di rivolgersi proprio a te!

**4- PERCHÉ VUOI ANDARE INCONTRO ANCHE ALLE CLIENTI CHE NON POSSONO PERMETTERSI CERTI PREZZI**

Per accontentare tutte, ma proprio tutte le tue clienti comprese quelle che hanno un budget piuttosto risicato, e perché no, anche per attirarne di nuove, decidi di abbassare i prezzi dei tuoi trattamenti e magari di introdurre anche una nuova linea corpo o di make-up, più economica e accessibile di quella che avevi.

... Non potresti fare scelta peggiore. Stai seguendo il ramo su cui sei seduta e ti assicuro, che quando si spezzerà, la caduta sarà davvero rovinosa perché ti troverai a lottare, giorno dopo giorno, la terribile e massacrante battaglia dei prezzi.

Devi metterti in testa che **SE NON TI FOCALIZZI**, continuerai ad attirare soltanto persone che 9 volte su 10 fanno servizi base (manicure, pedicure, ceretta), e **SARAI PARAGONATA AD ALTRI 100 CENTRI ESTETICI CHE COME TE, FANNO "DI TUTTO UN PO"**. Risultato?

La scelta delle tue clienti sarà dettata solo ed esclusivamente dalla convenienza in termini di prezzo e **NON SALTERAI MAI NELLA LORO TESTA** quando si troveranno invece a dover fare qualcosa di importante, di "serio", perché in quella particolare circostanza, consapevoli inconsciamente della tua "comune" preparazione, **ANDRANNO A RIVOLGERSI A CHI INVECE È SPECIALIZZATO** in materia.

Sanno infatti che **IN QUEL MOMENTO NON POSSONO PERMETTERSI DI SBAGLIARE**: contatteranno quindi un make-up artist per essere truccate alla perfezione per il giorno del loro matrimonio (le tue conoscenze in fatto di trucco si sono fermate alla scuola di estetica che hai frequentato 15 anni prima), si rivolgeranno a un istituto specializzato nel dimagrimento quando sentiranno il bisogno di rimettersi in forma e di farlo "seriamente", sceglieranno un centro estetico specializzato nei trattamenti viso quando vorranno far scomparire dal loro volto i segni dell'acne oppure le prime rughe, e via dicendo!

Una persona "arrivata alla frutta" e che vuole risolvere davvero un problema, o una persona che sta per vivere un giorno unico come quello del fatidico sì, **NON BADA ALLA QUESTIONE PREZZO** ed è **DISPOSTA A SPENDERE CIFRE IMPORTANTI**.

Tu, che non hai preso nessuna direzione e che non sei vista quindi come specialista in nessuno dei campi che ho citato qualche riga sopra, **LASCERAI CHE LE TUE CLIENTI VADANO A PORTARE SOLDI AD ALTRE ESTETISTE COME TE** che sono però focalizzate.

**RIMARRAI A BOCCA ASCIUTTA** e dovrai accontentarti di fare solo i servizi di routine che continuano a farti soffrire economicamente. Devi sapere che se nel tuo istituto **FARE DEI TRATTAMENTI VISO O CORPO È UN AVVENIMENTO, NON È COLPA DELLA CRISI**, e la

THE NEW NEUTRAL



ORLY®



Se vuoi saperne di più... **CONTATTACI** [info@diomedibea.it](mailto:info@diomedibea.it)  
Per rimanere sempre aggiornata su novità e promo visita il sito [www.diomedibea.it](http://www.diomedibea.it)

Visita le pagine: [f](#) Diomedibea Estetica Professionale [f](#) Smalti ORLY Marche

dimostrazione ce l'hai dal centro estetico che sta a 3 km di distanza dal tuo, e che non sa come incastrare gli appuntamenti di pacchetti trimestrali e semestrali, pagati anticipatamente e a un prezzo che per te sarebbe improponibile.

**LA CRISI IN QUESTO CASO È NEL TUO CENTRO, E PRIMA ANCORA, È DENTRO DI TE.**

Non ci credi? **TI PORTO L'ESEMPIO DI UN'AMICA** che a inizio estate, decisa a fare dei trattamenti rassodanti e anticellulite, è andata a chiedere informazioni in un centro estetico della zona.

Quando mi ha raccontato il tutto, dicendomi che le avevano fatto una lunghissima consulenza di 2 ore, che le avevano proposto un certo tipo di trattamenti da seguire, e che alla fine le avevano sparato un certo prezzo, sono letteralmente sbiancato. Le ho quindi detto che io, al suo posto, sarei andato in un altro istituto che conosco personalmente, perché il costo totale sarebbe stato più basso e i risultati sarebbero stati quasi certamente migliori. Non sono riuscito a schiodarla. L'istituto a cui si è rivolta è focalizzato da diverso tempo sui trattamenti viso/corpo, ed è rinomato per le accurate diagnosi che fa, e le sue aspettative non sono state disattese.

**POCO LE È IMPORTATO DI DOVER PAGARE I TRATTAMENTI IL TRIPLO DEL PREZZO CHE AVREBBE SPESO ANDANDO NELL'ALTRO CENTRO ESTETICO.**

Da questo esempio vorrei che tu ti facessi alcune domande: perché una persona che non è mai venuta nel mio istituto, dovrebbe scegliere me? I tipi di trattamento che faccio, li trova anche negli altri 15 centri estetici della zona? La lista dei trattamenti è uguale a quella di tutti gli altri istituti (manicure, pedicure, ricostruzione unghie, gel, ceretta, massaggio rilassante, massaggio drenante ...) e nessuna cosa viene presentata come specialità del mio centro?

Voglio sottolinearti che la mia amica **ERA (ED È ANCORA OGGI) CLIENTE** di un centro estetico diverso da quello in cui ha deciso di fare il percorso di trattamenti corpo .... lo ha semplicemente "tradito" per una buona causa, affidarsi a mani esperte senza buttare via tanti bei soldini!

**RIFLETTI INSIEME A ME.** Se tu dovessi avere dei frequenti mal di pancia, andresti dal gastroenterologo o dal medico di famiglia? Se tu dovessi avere un continuo dolore al ginocchio, andresti dall'ortopedico o dal medico di famiglia? Se tu dovessi avere una fastidiosa tachicardia, andresti dal cardiologo o dal medico di famiglia?

**SONO SICURO CHE** sceglieresti sempre la prima delle due opzioni, e questa è la dimostrazione che anche tu, quando devi fare qualcosa di importante, **NON TI AFFIDI AL PRIMO CHE CAPITA.**

**È VERO,** il mondo dell'estetica non salva vite umane come accade in quello della medicina (parliamo di bellezza e non di salute!), **MA ANCHE NEL NOSTRO SETTORE** chi si trova a scegliere, **VUOLE E CERCA** la soluzione migliore tra quelle in circolazione, di questo puoi starne certa!

Devi sapere che **LE MIE STESSE SCELTE** ricadono su chi segue la **LOGICA DELLA FOCALIZZAZIONE.**

Se devo mangiare una pizza napoletana, faccio 40 km e vado da Mammarosa a Ortezzano, perché sono da sempre focalizzati nel cucinare quel certo tipo di pizza, tutti lo sanno, e sono sempre pieni tanto che per poter trovare un tavolo (soprattutto di sabato sera), bisogna prenotare diversi giorni prima. Quando vado non prendo solo la pizza, prendo anche la frittura per iniziare, e il dolce per finire e, non ci crederai ... **PAGO TUTTO!**

Quante volte **SI VA IN UN POSTO PER UN CERTO MOTIVO E POI SI FINISCE** inevitabilmente **PER ACQUISTARE DELL'ALTRO?!!!** Questo vale anche per te!! **NON METTO IN DUBBIO** che tu **SIA BRAVA** nel lavoro **A FARE TANTE COSE**, ma **DEVI FOCALIZZARTI SU UNA DI QUESTE** se vuoi:

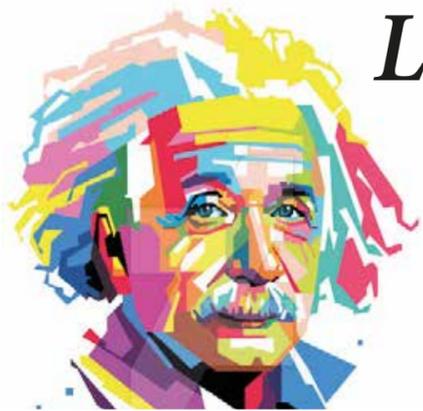
- Essere **SCELTA** tra tante colleghe "tutte uguali"

- **VENDERE** a una stessa persona e senza difficoltà, **ANCHE ALTRI TUOI SERVIZI** oltre a quello che rappresenta il tuo focus.

Ovviamente per focalizzarti in qualcosa, **NON PUOI IMPROVVISARTI SPECIALISTA** quando non lo sei, e alzarti una mattina dicendo: "io da oggi sbandiererò ai quattro venti che sono un'esperta di epilazione e tutti mi crederanno". **IL GIUSTO PROCESSO CHE DOVRESTI SEGUIRE È:**

**1. CAPIRE COS'È NELLE TUE CORDE.** Quello su cui decidi di puntare, deve riuscirci benissimo perché da questo potrai costruire la tua reputazione.

C'è un altro aspetto che devi tenere in considerazione nel momento in cui ti trovi a decidere quale, tra tutte le attività che fai, diventerà il tuo focus, ed è sapere quello che fanno



## La pillola di saggezza

“La misura dell'intelligenza è data dalla capacità di cambiare quando è necessario.”

ALBERT EINSTEIN

gli altri istituti del tuo paese in generale, e la tua concorrente più stretta in particolare. Se nel mercato in cui lavori, c'è già un istituto leader nel dimagrimento, decidere di far diventare il tuo focus quella stessa specialità, significherebbe perdere in partenza, rafforzaresti infatti il posizionamento del centro che è arrivato prima di te a specializzarsi in quella cosa, e ti resterebbero solo le briciole! Ti porto l'esempio di **Burger King**, catena di fast food eterna seconda di **McDonald's**.

McDonald's è molto orientata alle famiglie e ai bambini, nei suoi ristoranti non manca mai il parco giochi, e l'happy meal con la sorpresa dentro è uno dei prodotti di punta. Burger King anziché pensare di diversificarsi rivolgendosi a una clientela fatta di ragazzi più grandi, ha pensato (sbagliando) di progettare anche nei loro ristoranti delle aree gioco, così da piacere a tutti e da attirare anche i bambini che però, continuano a voler andare da McDonald's!

Per farti capire ancora meglio quanto sia fallimentare la scelta di "andare dietro" a un concorrente leader di un certo settore, ti faccio un altro esempio.

Supermercato. Reparto bevande. Hai bisogno di riempire il tuo frigo. Mentre scorri con gli occhi le tante bottiglie colorate sperando che ti venga la giusta ispirazione, il tuo sguardo si sofferma sulla "Guizza Cola". La parola cola, il colore del liquido e quello dell'etichetta ti fanno subito tornare in mente che .... Devi comprare la Coca Cola!!

Chi ha studiato il posizionamento di questo prodotto, il packaging ecc, non ha fatto altro che remare contro gli interessi della propria azienda e ha aiutato la Coca Cola, che continua a rafforzare il proprio brand anche grazie a brutte copie come questa!

**2. VALUTARE COME POTER POSIZIONARE** l'attività che diventerà il tuo focus, e **COME** riuscire a **SALTARE PER PRIMA NELLA MENTE** delle tue clienti.

Devi sapere che mediamente, quando una persona è interessata a un prodotto/servizio, riesce a memorizzare il nome di 7 brand che lo forniscono, se invece questo interesse non c'è, il numero di marchi memorizzati scende a 2. Normalmente quelli che vengono tenuti a mente corrispondono al leader di settore, al co-leader e al terzo classificato, per gli altri le speranze scendono drasticamente. La tua attività di comunicazione, che sia essa cartacea o digitale, dovrà avere come obiettivo quello di veicolare questo messaggio implicito: "ho studiato, mi sono formata e continuo a formarmi su una certa materia, risolvo moltissimi casi di persone afflitte dal tuo stesso problema, come lo faccio io non lo fa nessuno".

**3. FORMARTI E AGGIORNARTI CONTINUAMENTE** perché questa è l'unica strada che ti permetterà di diventare una vera esperta capace di anticipare sempre la concorrenza.

Come ho scritto sopra, la storia ci ha mostrato quanto sia importante avere un focus: molte **AZIENDE** con il passare degli anni, **PERDONO DI VISTA LA PROPRIA FOCALIZZAZIONE**, e nella stragrande maggioranza dei casi, ottengono dei **RISULTATI NEGATIVI**. Per correre ai ripari, **SONO** costrette a **TORNARE SUI PROPRI PASSI** riconcentrando l'attenzione e le risorse sull'attività che era stata motivo di successo. Qualche esempio?

**LA RED BULL:** dopo il grandissimo successo riscosso con questa bevanda energetica, l'azienda ha deciso di introdurre un soft drink simile alla Coca Cola per eguagliarne le vendite, chiamandolo Red Bull Cola. Risultato? Un totale fallimento, tanto che in Italia non è stata neanche più importata.

**YAHOO:** era il primo motore di ricerca al mondo.

Era, perché dopo aver esteso la propria attività nelle mails, nei giochi ecc, ha perso il suo primato e il posto è stato occupato da Google che negli anni non ha aggiunto altre attività a quella originaria, e continua a essere un motore di ricerca "puro".

**VOLVO:** per 17 anni consecutivi è stata l'automobile più importata negli Stati Uniti, poi è stata sorpassata, e con grande distacco, dalla BMW e dalla Mercedes che nel 2014 hanno venduto entrambe un quantitativo di auto 6 volte superiore rispetto alla prima. La causa di questa crisi?

La defocalizzazione. Da sempre quando si pensa alla Volvo viene in mente la parola sicurezza. Quello è il messaggio che hanno sempre lanciato e che ha determinato negli anni il successo di questo brand. Perché allora pensare di inserire anche modelli cabriolet o auto per gare, che di sicuro hanno bene poco?!

Non hai ancora le idee chiare sul significato di focalizzazione?

Ecco una **CARRELLATA DI BRAND DI SUCCESSO** che hanno basato la loro strategia su questo fondamentale principio di marketing.

Rolex: orologi di lusso

Gatorade: bevande sportive

Haagen-Dazs: gelati confezionati

Ebay: aste

Amazon: Ecommerce

Ryanair: voli low cost

Tesla: auto elettriche

Tre mesi fa, **DURANTE L'ULTIMA DELLE MIE VACANZE NELLA "WEST COAST"**, sono stato per la prima volta a mangiare un panino nella famosa catena di fast food statunitense **"IN-N-OUT"**. Ho deciso di andare dopo aver saputo, dalla guida che ci stava facendo fare un giro a Los Angeles, della grande qualità delle materie prime utilizzate che arrivano fresche ogni mattina nei diversi punti vendita, e che hanno ispirato lo slogan aziendale **"QUALITY IS EVERYTHING"**. Il loro menù è semplice e ristretto. Si può scegliere tra 3 tipi di burger (hamburger, cheeseburger e double double che ha doppia carne e doppio formaggio), è disponibile 1 solo tipo di patate fritte, delle bibite alla spina e il caffè. **STOP.**

Il loro focus sono quindi i panini, oltre a quelli ti propongono le patatine (che alla fine aggiungi), le bevande (che ovviamente compri per non strozzarti!), e il caffè che cerchi di evitare per non entrare a far parte della cerchia dei connazionali che all'estero cercano di mangiare cose tipiche italiane per poi rompere le scatole con la storia del sapore !!! Una delle ultime indagini, che la rivista "Nation's Restaurant News" ha condotto per scoprire quali sono le catene di ristoranti preferite dai consumatori americani, ha visto salire al primo posto **IN-N-OUT** con 75 punti, e scendere McDonald's al 104esimo posto con soli 37 punti! Una delle ragioni del declino di McDonald's va ricercata nel menù, che con il passare del tempo è letteralmente lievitato: oltre agli hamburger (focus iniziale) disponibili oggi in più di 10 versioni, sono comparse (e in alcuni casi **SCOMPARSE**) altre voci come: primi piatti, insalatone, wrap (sandwich arrotolati), più di 4 tipi di patatine fritte, 5 tipi di sfiziose, dessert ecc.

La formula di **IN-N-OUT** invece?

Qualità + menù ristretto.

**IL LORO RISULTATO?** Efficienza e successo.

Quindi **RIEPILOGANDO** devi ...

**FOCALIZZARTI** per essere riconosciuta come specialista e per essere scelta tra le tante estetiste che "sono brave a fare tutto ma che non sono eccellenti in niente".

**FOCALIZZARTI** per spostare le tue "già clienti" verso un servizio per te più remunerativo. La tua esperienza e la tua bravura potranno giustificare il prezzo elevato del servizio che rappresenta il tuo focus.

**FOCALIZZARTI** per vendere tutti gli altri servizi che fai in istituto.

**FOCALIZZARTI** per crescere, per migliorare i conti del tuo centro e per ottenere il successo che meriti!



# Gli ACIDI in cabina ... dei NEMICI minacciosi o degli ALLEATI FIDATI?

"Scopriamo insieme le verità e i **FALSI MITI DA SFATARE SU UN MONDO - QUELLO DEGLI ACIDI** - che, approciato con la giusta consapevolezza, può davvero **RIVOLUZIONARE I RISULTATI DEI TUOI TRATTAMENTI**"

**L**E **CHACCHIERATE** che faccio ogni giorno con chi fa il tuo stesso lavoro, continuano a essere **LA MIA PIÙ GRANDE FONTE D'ISPIRAZIONE** per la scelta dei temi da trattare di volta in volta negli articoli di questo giornalino.

Se per l'edizione che hai tra le mani ho sentito il bisogno di scriverne uno che parlasse di **ACIDI**, ovviamente di quelli che trovano applicazione nel campo estetico, è perché spesso percepisco una **GRAN CONFUSIONE** a riguardo, e questa confusione vista l'importanza dell'argomento, deve essere assolutamente risolta! Quali sono quindi gli obiettivi che mi sono prefissato di raggiungere scrivendo **QUESTO ARTICOLO?**

- **FARTI CONOSCERE** più a fondo alcuni acidi (quelli maggiormente usati quando si parla di bellezza)
- **FARTI CAPIRE** perché si usano e in quale momento dell'anno vanno utilizzati

- **FARTI SAPERE** quali sono gli errori comunemente commessi da molte delle tue colleghe, quando si trovano alle prese con la scelta dei prodotti da inserire in istituto

- **FARTI SCOPRIRE** la giusta strada da percorrere se vuoi sfruttare le loro grandissime potenzialità

Partiamo dal **PRIMO PUNTO!**

Gli acidi utilizzati dalle case cosmetiche sono quelli appartenenti alla categoria degli "alfa idrossiacidi" che, insieme ai "beta idrossiacidi", sono conosciuti come "acidi della frutta" per via della loro origine naturale.

Ecco una carrellata di **ALCUNI ALFA IDROSSIACIDI**, e se a lavoro ancora non li utilizzi, sono sicuro che li hai almeno sentiti nominare:

- **ACIDO GLICOLICO**

Nel mondo dell'estetica è probabilmente il più "famoso" tra gli acidi, viene estratto dalla canna da zucchero, dalla barbabietola e dall'uva (quando non ha raggiunto la maturazione). La sua molecola è molto piccola e per questa ragione è in grado di penetrare più facilmente nella pelle rispetto agli altri acidi della sua famiglia.

- **ACIDO CITRICO**

Si trova nel limone, nell'arancia, nel legno, nei funghi, nel tabacco, nel vino, nel latte e oltre al suo utilizzo in campo cosmetico, trova applicazione in quello alimentare (è facile vederlo scritto tra gli ingredienti come aroma o come conservante), in quello farmacologico (come anticoagulante per il sangue estratto) e, grazie alla sua potente azione anticalcare, è facile trovarlo anche come componente dei detergenti per la pulizia della casa.

- **ACIDO MANDELICO**

È stato scoperto riscaldando un estratto delle mandorle amare e, oltre a essere impiegato in molti prodotti cosmetici, viene utilizzato come antibatterico per la cura delle infezioni delle vie urinarie.

- **ACIDO TARTARICO**

È presente in molte piante, soprattutto in quella del tamarindo, e nell'uva (si sviluppa in modo naturale durante il processo di vinificazione). Oltre al campo della cosmesi, questo acido trova numerosi altri impieghi: in cucina come correttore di acidità e come agente lievitante, nella fitoterapia come valido antiossidante, in medicina come potente digestivo.

- **ACIDO MALICO**

Viene estratto dalla mela (la massima concentrazione è nella buccia), dall'uva, ed è presente in molte piante, negli animali e persino nell'uomo. Anche in questo caso le applicazioni sono numerose perché se nella specie umana l'acido malico rappresenta uno dei principali intermediari nella produzione dell'energia cellulare, in cucina viene utilizzato come sostanza aromatizzante e come correttore di acidità, e in medicina viene impiegato nella produzione di farmaci che stimolano l'attività delle ghiandole salivari per curare la secchezza delle fauci.

Passiamo al **SECONDO PUNTO.**

**PERCHÉ VENGONO UTILIZZATI GLI ACIDI IN CAMPO ESTETICO?**

Perché grazie all'azione esfoliante che svolgono sulla pelle, favoriscono la rimozione delle cellule morte e delle impurità, e stimolano la produzione di collagene nel derma che è alla base del rinnovamento cutaneo.

Gli acidi riescono ad assottigliare, a levigare la pelle e

soprattutto a correggere, con risultati straordinari, le tantissime imperfezioni che un organo così complesso può presentare nel tempo.

Ecco allora che usando gli acidi in cabina:

- Si può **RIDURRE** la profondità delle rughe
- Si possono **DIMINUIRE/LEVIGARE** i segni dell'acne
- Si possono **ATTENUARE** le cicatrici
- Si può **RIPRISTINARE** il giusto equilibrio nella produzione di sebo
- Si possono **TRATTARE** i pori dilatati
- Si possono **SCHIARIRE** le macchie cutanee
- Si possono **COMBATTERE** le smagliature
- Si può **RENDERE** luminosa la pelle

**GLI ACIDI POSSONO ESSERE UTILIZZATI INDIFFERENTEMENTE DURANTE TUTTO L'ANNO?**

**NO** perché sono sostanze **FOTOSENSIBILIZZANTI**.

Che cosa significa? Significa che gli acidi sono capaci di assorbire l'energia solare, di amplificare l'azione delle radiazioni UV e di aumentare in questo modo la sensibilità della pelle che, se esposta ai raggi solari, tenderà a scottarsi e a macchiarsi con estrema facilità.

A riguardo devo fare una precisazione. Un conto è spalmare

sul viso una crema che contiene acidi e che va quindi a foto sensibilizzare la zona (il prodotto è steso sulla pelle e ci resta per tutto il giorno), un conto è fare dei trattamenti in istituto a base di acidi. Questi vengono applicati sulla pelle, lasciati in posa per un tempo limitato e poi rimossi completamente: la pelle diventa più sottile e quindi più vulnerabile, ma non va incontro alla fotosensibilizzazione perché non vi restano residui di acido.

In linea di massima è consigliabile utilizzare gli acidi a partire **DA OTTOBRE** e **NON OLTRE** il mese di **MARZO**, fatta **ECCEZIONE** per **L'ACIDO MANDELICO** che, grazie all'azione rimodulatrice e rinforzante che svolge a livello dello strato corneo (lo strato più superficiale dell'epidermide), può essere utilizzato anche durante il periodo estivo e sulle pelli più sensibili. Dal punto di vista chimico, l'acido mandelico ha una struttura molecolare più pesante rispetto a quella degli altri acidi, e per questa ragione viene assorbito più lentamente dalla pelle che non correrà quindi il rischio di essere irritata dal suo utilizzo. Molti dei trattamenti di preparazione all'esposizione solare che hanno come obiettivo quello di rendere l'abbronzatura omogenea, prevedono proprio l'uso di prodotti che contengono questa sostanza.



PaolaP

LA LINEA MAKE UP DEL PROFESSIONISTA

**INNOVAZIONE DI PRODOTTO**

PaolaP è una linea di make up professionale in continuo sviluppo e aggiornamento. Ogni anno proponiamo novità straordinarie in esclusiva.

**AZIONI DI MARKETING MULTICANALE**

Campagne pubblicitarie su riviste consumer, di settore e sui social network per garantire lo sviluppo di una forte brand identity.

**DIFFERENZIAMENTO**

Coinvolgimenti in azioni di co-marketing locali e supporto commerciale.

**FORMAZIONE**

Formazione per professionisti grazie alla PaolaP Academy. Mettiamo a disposizione il nostro team di make up master e un programma di corsi di alto livello formativo.



winner 2016



CENTRI ESTETICI

PARRUCCHIERI

NAIL CENTER



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: Diomedì Estetica Professionale PaolaP MakeUp Marche

Analizziamo il **TERZO PUNTO**, quello a mio avviso più importante, perché leggendo le prossime righe potrai scoprire quali sono i falsi miti di cui parlavo nel titolo, e imparare a fare le giuste domande al tuo fornitore. Obiettivo? **SMASCHERARE I "VENDITORI DI FUMO"** e scegliere con consapevolezza i prodotti da utilizzare in cabina. Non dimenticare mai che la tua professionalità e la tua esperienza per manifestarsi pienamente, hanno bisogno di essere affiancate da prodotti eccellenti! Vuoi sapere qual è la **"CONVERSAZIONE TIPO"** tra il **RAPPRESENTANTE** di una casa cosmetica e un **ESTETISTA** che, come capita nella maggioranza dei casi, non è molto ferrata in tema di acidi? **ECCOTI ACCONTENTATA.**

**RAPPRESENTANTE:**

< Buongiorno Signora Maria, grazie per l'appuntamento che mi ha concesso! Sono venuto a presentarle una nuovissima linea di prodotti cosmetici che contiene acidi e che dà dei risultati straordinari >

**ESTETISTA MARIA:**

< Che concentrazione di acidi c'è in questi prodotti? >

**RAPPRESENTANTE:**

< Altissima. L'acido glicolico è presente, pensi, al 70% !

Mi creda, trovare in giro dei cosmetici con una concentrazione così elevata è difficile, forse impossibile. Lei capirà che fare dei trattamenti utilizzando dei prodotti come questi, vuol dire essere sicuri del risultato >

**ESTETISTA MARIA:**

< In effetti la concentrazione è molto alta ma ..... devo confessarle che l'idea di utilizzare un prodotto così forte mi spaventa, non vorrei irritare o addirittura bruciare la pelle delle mie clienti. Il lavoro è sempre più complicato, accontentare tutti è ogni giorno più difficile, e non vorrei cacciarmi da sola nei guai! >

**RAPPRESENTANTE:**

< Non deve assolutamente preoccuparsi di questo, le garantisco che otterrà dei risultati eccezionali lavorando nella massima sicurezza. Utilizzando i nostri prodotti, i rischi per la pelle sono pari a zero! >

**ESTETISTA MARIA:**

< Allora se le cose stanno così ... voglio provarli. >

**RAPPRESENTANTE:**

< Ha fatto la scelta giusta, se ne accorgerà usandoli! >

**FINE DELLA CONVERSAZIONE.**

**SE L'ESTETISTA MARIA FOSSE STATA PIÙ PREPARATA IN FATTO DI ACIDI**, come sarebbero andate le cose tra lei e il rappresentante? Scopriamolo insieme ...

Dopo i vari convenevoli, Maria avrebbe fatto questa domanda:

< Qual è la concentrazione di acidi in questi prodotti e **A CHE PH SONO TAMPONATI?** >

**RAPPRESENTANTE:**

< mmmmmmmmm ..... Deve sapere che per l'azienda che rappresento, la sicurezza viene prima di tutto, per questa ragione i nostri prodotti hanno degli acidi tamponati a 5.5, che è il ph fisiologico della pelle. Tanta concentrazione e zero rischi, la soluzione perfetta non crede?! >

**QUI CASCA L'ASINO** e ti spiego perché!!!

Il PH fisiologico della cute, oscilla tra un valore minimo di 4.2 e un valore massimo di 5.6, ed è molto importante riuscire a mantenere il livello di acidità della pelle entro questi parametri, perché solo così il **PH RIESCE:**

- **A PROTEGGERE** (come una vera e propria barriera) la nostra pelle, continuamente minacciata da inquinamento, sostanze chimiche e sbalzi di temperatura.

- **A INIBIRE** la proliferazione batterica

- **A MANTENERE** un ambiente acido ideale in cui la flora naturale della pelle può formarsi

**UN PRODOTTO A BASE DI ACIDI PER POTER FUNZIONARE DEVE** poter andare in profondità e questo è possibile solo quando, grazie a una buona concentrazione, si riesce ad "abbattere" la barriera del PH fisiologico 5.5. Infatti, solo lavorando sotto questa soglia, si possono ottenere dei risultati concreti.

Scegliere un prodotto che contiene un acido concentrato al 70% e tamponato a un ph 5.5 (come nel caso dell'estetista Maria), sarebbe come acquistare una Ferrari a cui però è stato montato il motore della **FIAT 500!**

Tu l'acquistaresti sognando di correre a 300 km/h con il vento tra i capelli, ma guidandola e accelerando ti accorgeresti che il contachilometri non riesce a superare i 130 km/h ... considerando i soldi spesi e le aspettative, si tratterebbe proprio di una bella fregatura, non credi?!

**I PRODOTTI** che Maria ha appena acquistato sono la nostra **FERRARI** (vista l'alta concentrazione di acidi), **GLI ACIDI TAMPONATI** al ph 5.5 sono il motore della nostra **FIAT 500**, la **LINEA DI PRODOTTI APPENA ACQUISTATI** e che

non dà i risultati sperati, rappresenta il nostro **MANCATO SFRECCIARE** lungo l'autostrada!!

Fatte queste considerazioni, forse ti starai chiedendo: "allora questi **ACIDI**, per rendere un prodotto **EFFICACE** e al tempo stesso **SICURO, A QUANTO** dovrebbero essere **TAMPONATI ???**"

Anche se attualmente **NON C'È UNA LEGGE** che sulla base della concentrazione e della tamponatura, stabilisce quali prodotti contenenti acidi possono essere usati dall'estetista e quali invece dal medico, è evidente che il mondo dell'estetica tende ad agire seguendo il buon senso.

**LE CASE COSMETICHE** che si rivolgono alle estetiste **SANNO INFATTI DI NON POTER OLTREPASSARE UNA CERTA SOGLIA**, e che per fare trattamenti più profondi è necessaria la figura di un medico. Ecco allora che i prodotti che propongono e che commercializzano **NON SONO QUASI MAI TAMPONATI AL DI SOTTO DEL PH 3**, a differenza di quelli usati in campo medico che, per arrivare al derma, sono tamponati a un ph 2 e addirittura 1.

Voglio **CONCLUDERE** facendo per te **UN PICCOLO RIASSUNTO**, con la speranza **CHE POSSA RIMANERTI BEN IMPRESSO!**

- Lavorare con prodotti che contengono **ACIDI È INDISPENSABILE** se vuoi ottenere dei risultati concreti.

- Quando sei alle prese con la scelta dei prodotti da utilizzare ricorda che non devi prendere in considerazione solo la concentrazione degli acidi, ma **DEVI CHIEDERE A QUANTO SONO TAMPONATI.**

- **UN'ALTA CONCENTRAZIONE DI ACIDI È NULLA SE** il prodotto ha "il freno a mano tirato" cioè se è tamponato (bloccato) a un ph 5.5, lavoreresti con cosmetici che non superano la barriera del ph, che non agiscono in profondità e che non danno i risultati che dovresti ottenere.

- **LA SICUREZZA DEVE ANDARE DI PARI PASSO CON L'EFFICACIA** per cui, avere dei prodotti concentrati e tamponati a un ph inferiore a 5.5, vuol dire usare dei cosmetici che vanno in profondità, che funzionano e che, se non sono ben gestiti, possono provocare anche dei danni. Quindi non puoi improvvisarti esperta di acidi, devi frequentare dei corsi di formazione specifici, capaci di insegnarti la giusta metodologia di utilizzo. In questo modo potrai ottenere dei risultati davvero straordinari senza correre alcun rischio.

Ricorda che se vuoi la **FERRARI**, e non vuoi andare a sbattere, devi imparare a guidarla!



**AQUA CONCEPT**

**BEAUTY SPA**  
natural resources

**BEAUTY ROUTINE**  
il tuo rituale di  
**BELLEZZA**

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

Se vuoi saperne di più...

**CONTATTACI** [info@diomedibeaauty.it](mailto:info@diomedibeaauty.it)

Seguici anche su Facebook, visita le pagine:



Diomedibeaauty Estetica Professionale



Beauty SPA Marche

Per rimanere sempre aggiornata su novità e promo visita il sito [www.diomedibeaauty.it](http://www.diomedibeaauty.it)

# La parola d'ORDINE di DIOMEDI BEAUTY per questo AUTUNNO 2018 è ... EVOLUZIONE!

Non importa come, quanto e perché ci segui, l'importante è che lo fai!!!  
E poi, a partire da oggi, essere **SINTONIZZATI CON NOI** è ancora più **SEMPLICE** grazie alla **NUOVISSIMA APP** di Diomededi Beauty!  
Se vuoi essere **SEMPRE AGGIORNATA** su tutto ciò che riguarda il mondo dell'estetica professionale, se non vuoi perderti le **NOSTRE PROMO IN CORSO**, e se vuoi **SCOPRIRE IN ANTEPRIMA** tutto quello che facciamo, **SCARICALA** subito sul tuo cellulare!!!  
Sbirciando i social, guardando il nostro sito e leggendo il nostro giornalino, ti sarai fatta un'idea sul nostro modo di lavorare e soprattutto avrai notato che la nostra **VOGLIA DI CRESCERE PROFESSIONALMENTE È INARRESTABILE**. Tutto cambia alla velocità della luce, noi vogliamo essere i **PROTAGONISTI** e mai le **VITTIME** dei cambiamenti che ci circondano!

APP disponibile per sistemi IOS e ANDROID.



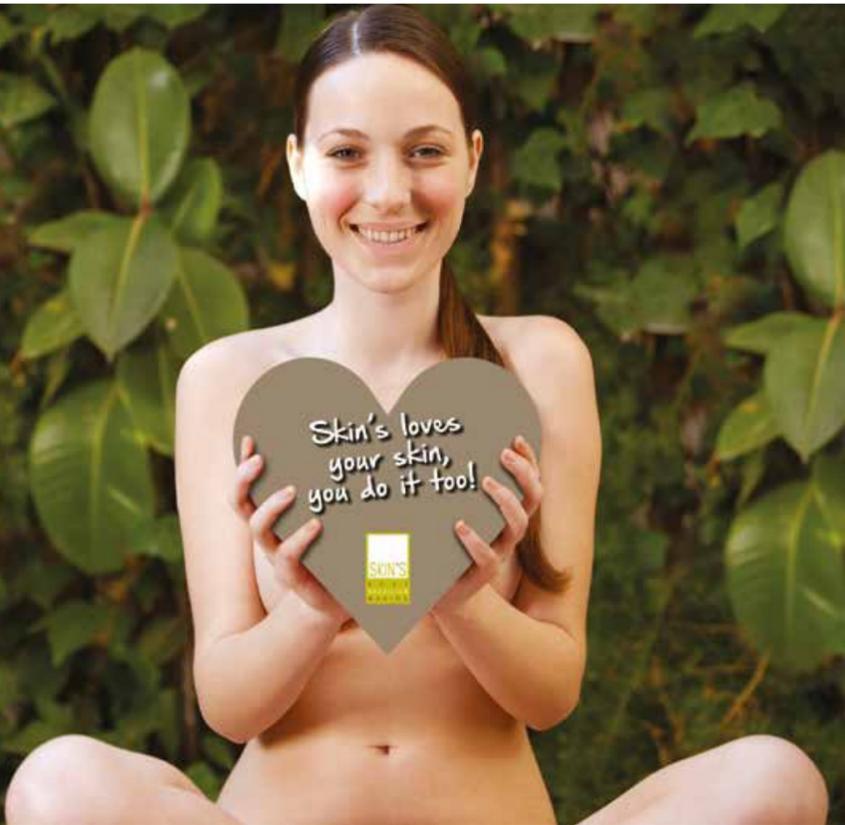
## DICONO di NOI...



## L'UNICO TRATTAMENTO DI EPILAZIONE SOLO PROFESSIONALE

*delicento sulla pelle*

NON SI VENDE ONLINE  
SOLO NEI MIGLIORI ISTITUTI AUTORIZZATI



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: Diomededi Estetica Professionale Skin's Best Brazilian Waxing Marche



## PERCHÈ SCEGLIERE SKIN'S?

- BASSA TEMPERATURA**  
Le cere SKIN'S fondono a bassa temperatura: hanno infatti una temperatura di utilizzo molto più bassa rispetto alle cere tradizionali e molto vicina alla temperatura corporea.
- ALTA PLASTICA**  
Le cere SKIN'S non richiedono l'utilizzo delle strisce e si applicano direttamente su piccole e grandi zone con un unico strappo, pratico e veloce.
- SENZA STRESS**  
SKIN'S è un trattamento piacevole, quasi indolore, ideale anche per l'uomo. È specifico per i peli difficili, nei casi di follicoliti e sulle pelli più sensibili.
- PELLE MORBIDA**  
La pelle rimane a lungo idratata, morbida e setosa.
- DURATA MAGGIORE**  
L'epilazione con metodo SKIN'S dura di più rispetto al metodo tradizionale: perché anche il pelo più piccolo viene catturato in profondità. Ne consegue un'epilazione più efficace, fino a 6 settimane.
- FACILE RIMOZIONE**  
Le cere SKIN'S sono flessibili e facilmente rimovibili dalla pelle con un semplice gesto.
- VELOCITÀ DI APPLICAZIONE**  
Le tempistiche dell'epilazione vengono dimezzate rispetto all'utilizzo di metodi tradizionali.
- FORMAZIONE**  
Percorso formativo ricorrente e gratuito.

**e inoltre SKIN'S è riservato SOLO ai CENTRI ESTETICI**

**NO VENDITA ONLINE - NO VENDITA AI PRIVATI DEVO AGGIUNGERE ALTRO?**





# FORMAZIONE



## Con NOI di Diomed Beauty prima **CONOSCI** e poi **SCEGLI!!**

“LA CATTIVA NOTIZIA è CHE **IL TEMPO VOLA**. LA BUONA NOTIZIA è CHE **SEI IL PILOTA.**” *Michael Althsuler*

La stagione estiva si è appena conclusa e in queste ultime settimane sei stata mentalmente e fisicamente assorbita dall'estenuante lavoro in cabina. Lo so. Vorresti solo allentare il ritmo della frenetica routine che ti accompagna ormai da troppo tempo ma, sono spiacevole, non è questo il momento di farlo. Ora devi pensare al tuo futuro e scegliere, quale delle due strade che sto per presentarti, vuoi percorrere:

1. Passare le domeniche e i lunedì di chiusura a riposare sul divano pensando “tanto c'è tempo per imparare le cose”
2. Ricominciare a formarti pensando “il tempo che passa non torna più e devo impiegarlo investendo su me stessa”

Scegliere la prima strada sarebbe facile, ma davvero poco saggio e sensato. Non vorrai mica adagiarti sugli allori, e guardare le tue ambiziose e volenterose colleghe mentre sorpassano il tuo istituto per numero di clienti, numero di trattamenti e numeri di bilancio !!!

Il nostro autunno è infuocato dai tantissimi corsi che abbiamo programmato per migliorare le tue conoscenze, le tue capacità e perché no, anche il tuo entusiasmo! Scopri tutte le date che abbiamo fissato e con l'agenda in mano, inizia a segnare gli appuntamenti formativi che ti interessano e a cui non vuoi assolutamente mancare.

## I corsi del mese di **SETTEMBRE**

**CORSO BEAUTY SPA VISO**  
Sede: Hotel Royal  
9/10 Settembre

**CORSO Beauty Spa VISO**  
9/10 settembre 2018  
Corso teorico/pratico viso

- Presentazione delle diverse linee cosmetiche
- Illustrazione delle funzionalità e delle performance dei prodotti
- Spiegazione dei protocolli e dei possibili trattamenti

Sede: Hotel Royal - Viale Ennio Silivo Piccolomini, 3 - Casabianca di Fermo

■ Due giorni formativi pensati per approfondire le conoscenze sulle caratteristiche, sulle funzionalità e sulle performance di ogni linea, e quindi di ogni prodotto, di questa eccezionale casa cosmetica. I contenuti del book tecnico saranno seguiti per spiegare come molte delle "ricette cosmetiche" targate Beauty Spa, nascono dalla sinergia tra linee, prodotti e protocolli di lavoro. Saranno affrontati inoltre molti temi importanti (idratazione, crono cosmesi, ritmi circadiani, discromie, utilizzo dell'ozono in campo estetico, e molto altro ancora), e si imparerà a capire con quali prodotti e con quali trattamenti rispondere alle esigenze e alle problematiche di chi si presenta in istituto.

Verranno dati infine dei suggerimenti su come poter comunicare per aumentare le vendite dei prodotti di autocura, e per riuscire a chiudere un numero sempre maggiore di pacchetti di trattamenti. Solo partecipando si potrà capire il valore differenziante di questi prodotti e di come, la maggior parte delle altre case cosmetiche, non possano essere minimamente paragonate a una realtà in continua evoluzione come quella di Beauty Spa.

**CORSO EXTENSION CIGLIA**  
Sede Diomed Beauty  
16 Settembre

Domenica 16 Settembre  
**Corso Extension Ciglia**  
Durata 1 giorno

**PARTE TEORICA**  
Fasi di sviluppo della ciglia, fasi di crescita, fasi di caduta, fasi di morte, fasi di ricrescita, fasi di caduta, fasi di morte, fasi di ricrescita.

**PARTE PRATICA**  
Cura e manutenzione della ciglia.

Sede: Diomed Beauty - Via Palestro, 50 - PORTO SANT'ELPIDIO - 0734-300904

■ Corso pensato per chi si avvicina per la prima volta al mondo delle extension ciglia. Un'introduzione teorica seguita da una parte pratica, daranno alle allieve tutte le nozioni indispensabili per realizzare l'extension ciglia con la tecnica one to one.

**CORSO VOLUME EXTENSION CIGLIA 3D/6D**  
Sede Diomed Beauty  
17 Settembre

Lunedì 17 Settembre  
**Corso Volume Extension Ciglia 3D/6D**  
Durata 1 giorno

**PARTE TEORICA**  
Fasi di sviluppo della ciglia, fasi di crescita, fasi di caduta, fasi di morte, fasi di ricrescita.

**PARTE PRATICA**  
Cura e manutenzione della ciglia.

Sede: Diomed Beauty - Via Palestro, 50 - PORTO SANT'ELPIDIO - 0734-300904

■ Corso ideato per chi, dopo aver fatto il corso base extension ciglia, vuole conoscere tutti i segreti della tecnica volume "effetto ventaglio" 3D/6D. Applicare ciglia di seta con spessori inferiori a quelli studiati nel corso base, per creare un volume tipico delle "Hollywood lashes"!

**CORSO KERATIN SYSTEM**  
Sede Diomed Beauty  
18 Settembre

Martedì 18 Settembre  
**Corso Keratin System**  
Durata 1 giorno

**PARTE TEORICA**  
Anatomia del capello e della ciglia.

**PARTE PRATICA**  
Cura e manutenzione della ciglia.

Sede: Diomed Beauty - Via Palestro, 50 - PORTO SANT'ELPIDIO - 0734-300904

■ Partecipare a questo corso per essere in grado di ricostruire l'arcata cigliare e sopraccigliare e per imparare a valorizzare la naturale curvatura delle ciglia. L'utilizzo della keratina grazie alle sue proprietà, farà ottenere dei risultati visibili a occhio nudo: peli nutriti e ciglia rimpolpate.

**CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S**  
Sede Diomed Beauty  
23 Settembre

Domenica 23 SETTEMBRE  
Diomed Beauty / PORTO SANT'ELPIDIO

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

SESSIONE MATTUTINA DALLE 9.30 ALLE 12.30

INFO: Diego 334.1494778  
Sofiano 3356400254  
Via Palestro, 50

■ Corso formativo rivolto a chi è entrato da poco a far parte del fantastico mondo di SKIN'S Best Brazilian Waxing, la prima e originale cera brasiliana. Due sono gli obiettivi di questa giornata: - correggere, grazie a delle prove pratiche, i piccoli errori che comunemente vengono commessi in fase di start-up (temperatura, applicazione multi direzionale e molto altro ancora) - approfondire la parte teorica, fondamentale per proporre in modo efficace questo trattamento. Questa giornata è l'occasione perfetta per imparare a sfruttare le potenzialità di un prodotto eccezionale come la SKIN'S, e per fare sempre meglio... non bisogna farsela scappare!

**CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S**  
Sede Diomed Beauty  
24 Settembre

Lunedì 24 SETTEMBRE  
Hotel Villa Michelangelo - Via Lungofino 2  
CITTÀ SANT'ANGELO PESCARA

**PRESENTAZIONE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S**  
BEST BRAZILIAN WAXING

SESSIONE MATTUTINA DALLE 10.00 ALLE 13.00

INFO: Diego 334.1494778  
Sofiano 3356400254  
Via Palestro, 50

■ Lieti di presentarvi l'inimitabile "Best Brazilian Waxing". Partecipando a questo evento si potranno 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.

## Speciale **MAKE UP** PAOLA P ACCADEMY stagione **2018/2019**

■ Diamo il via al percorso accademico di make-up 2018/2019, fatto in collaborazione con Paola P, e che per la prima volta vedrà come uniche protagoniste delle estetiche professioniste. Abbiamo deciso infatti di concentrare la nostra attenzione esclusivamente sulla formazione di chi ha alle spalle uno stesso percorso di studi, con l'obiettivo di creare un gruppo omogeneo. In questo modo l'apprendimento delle partecipanti sarà facilitato, e la nostra capacità di rispondere alle esigenze del gruppo potrà perfezionarsi. Dei make-up artist qualificati condurranno le nostre estetiche in un viaggio capace di svelare tutti i segreti del trucco: dall'analisi della pelle e della morfologia del viso, allo studio dei colori, fino alla realizzazione vera e propria dei make up, classici e di tendenza.

**Paola P ACADEMY**

7 - 8 - 9 Ottobre **MAKE UP BASE I LIVELLO**  
18 - 19 - 20 Novembre **MAKE UP BASE II LIVELLO**  
20 - 21 - 22 Gennaio **MAKE UP CORRETTIVO**  
17 - 18 Febbraio **MAKE UP SPOSA**  
24 - 25 Marzo **MAKE UP FOTOGRAFICO E CERIMONIA**  
14 - 15 Aprile **DONNE MATURE**

PER CHI PARTECIPA  
**SCONTO 10%**  
A 20 PIÙ CORSI

PER CHI PARTECIPA  
**SCONTO 20%**  
PERCORSO COMPLETO

CONFERMA ENTRO IL 21 SETTEMBRE  
**SCONTO EXTRA 10%**

**diomed BEAUTY**  
Via Palestro, 50 - PORTO SANT'ELPIDIO (FM)  
0734.300904 - info@diomedbeauty.it  
www.diomedbeauty.it

Diomed Estetica Professionale  
Paola P Make Up Marche  
www.paolapmakeup.it

# I corsi del mese di OTTOBRE



**PRESENTAZIONE e CERTIFICAZIONE**  
TOP color SALON  
Lunedì 1 Ottobre  
ore 9.30 alle 18.30

**ORLY**  
MADE IN L.A.

**PERCHÉ ORLY?**

**PRESENTAZIONE e CERTIFICAZIONE**  
TOP SOLOR SALON  
Sede Diomedi Beauty  
1 Ottobre

Giornata dedicata alla presentazione dei prodotti e di tutte le novità del mondo Orly, un brand di smalti di ultima generazione made in Los Angeles, sinonimo di: - NATURALITÀ. L'inventore della French Manicure è il suo fondatore - COLORE. Tantissimi sono le nuance disponibili per lo smalto normale e per il semipermanente - STILE E TENDENZA. Il loro studio dei trend di colore influenza il mondo della moda e del make-up - INNOVAZIONE. Grazie all'incessante attività di ricerca e sviluppo eseguite internamente - INTERNAZIONALITÀ. È presente in 75 Paesi del mondo ed è protagonista di molte riviste prestigiose. Nel corso della giornata sarà inoltre consegnata la certificazione "Top Color Salon" ai centri estetici che rispondono ad alcuni requisiti e che in questo modo diventano a tutti gli effetti "Centro Orly".



**diomedi ACADEMY**

Dom. 7 / Lun. 8 / Mar. 9 Ottobre  
**Corso Base I° Livello**  
Durata 3 giorni

**INCLUSO nei prodotti OMAGGIO**

**CORSO BASE I° LIVELLO**  
Sede Diomedi Beauty  
7/8/9 Ottobre

Tre giorni indispensabili per chi vuole rispolverare le conoscenze base del make up professionale. In questo corso ci saranno momenti di teoria, prove pratiche, esempi e dimostrazioni dell'insegnante. Dallo studio di luci e ombre, si passerà alla teoria dei colori, alla scelta e all'applicazione dei prodotti base, per arrivare al trucco degli occhi e delle labbra.



**CAMBIA IL TUO Futuro**  
Domenica 14 Ottobre

**PRESENTAZIONE - CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S**

**Best Brazilian Waxing**

**PRESENTAZIONE - CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S**  
Sede Diomedi Beauty  
14 Ottobre

Corso formativo della durata di un giorno, organizzato in collaborazione con Maurizio Delucchi e rivolto alle estetiste professioniste che sentono di voler cambiare in meglio il loro futuro professionale. I contenuti della giornata saranno molteplici: come riprendere in mano il controllo dell'attività del centro, come fare un piano economico e finanziario, come selezionare il personale, come tornare a essere motivate e molto altro ancora. L'obiettivo è tirare fuori "l'imprenditrice nascosta", e capire quanto sia importante seguire, e se possibile anticipare, i cambiamenti per non esserne vittima.



**workshop ACTION Beauty**  
DALLA TEORIA ALLA PRATICA  
Lunedì 15 Ottobre  
Maurizio Delucchi

**WORKSHOP ACTION BEAUTY**  
Sede Hotel Royal - Casabianca di Fermo  
15 Ottobre

Giornata workshop organizzata in collaborazione con Maurizio Delucchi e rivolta esclusivamente alle estetiste che hanno già partecipato al percorso formativo "Beauty Personal Branding". Dei veri e propri laboratori-officina coinvolgeranno attivamente i partecipanti attraverso esercitazioni pratiche, con l'obiettivo ultimo di offrire delle soluzioni operative di efficacia comprovata, da poter utilizzare nella realtà del centro estetico. Un imperdibile viaggio che dalla teoria porterà alla pratica, e che trasmetterà elementi fondamentali per la crescita professionale.



**perfection MASSAGE FACE**  
21/22 Ottobre

delle speciali coppette in silicone e una **MANUALITÀ RAFFINATA** per un viso perfetto ad **EFFETTO IMMEDIATO**

**PERFECTION MASSAGE FACE**  
Sede Hotel Royal - Casabianca di Fermo  
21/22 Ottobre

Questo corso di massaggio insegnerà alle partecipanti come ottenere dei risultati straordinari su viso, collo e decolté, abbinando a una particolare manualità, l'uso di coppette in silicone. Si capirà come riuscire, grazie alla condizione di sottovoto generata dalle coppette, a ossigenare i tessuti, drenare i liquidi, rassodare i muscoli, e ottenere così un viso tonico, sano e luminoso.



Lunedì 29 OTTOBRE  
Diomedi Beauty / PORTO SANT'ELPIDIO

**PRESENTAZIONE - CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S**

**Best Brazilian Waxing**

**PRESENTAZIONE - CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S**  
Sede Diomedi Beauty  
29 Ottobre

Lieti di presentarvi l'inimitabile "Best Brazilian Waxing". Partecipando a questo evento si potranno 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.

# I corsi del mese di NOVEMBRE



**PRESENTAZIONE e CERTIFICAZIONE**  
TOP color SALON  
Lunedì 5 Novembre  
ore 9.30 alle 18.30

**ORLY**  
MADE IN L.A.

**PERCHÉ ORLY?**

**PRESENTAZIONE e CERTIFICAZIONE**  
TOP SOLOR SALON  
Sede Diomedi Beauty  
5 Novembre

Giornata dedicata alla presentazione dei prodotti e di tutte le novità del mondo Orly, un brand di smalti di ultima generazione made in Los Angeles, sinonimo di: - Naturalità. L'inventore della French Manicure è il suo fondatore - Colore. Tantissimi sono le nuance disponibili per lo smalto normale e per il semipermanente - Stile e tendenza. Il loro studio dei trend di colore influenza il mondo della moda e del make-up - Innovazione. Grazie all'incessante attività di ricerca e sviluppo eseguite internamente - Internazionalità. È presente in 75 Paesi del mondo ed è protagonista di molte riviste prestigiose. Nel corso della giornata sarà inoltre consegnata la certificazione "Top Color Salon" ai centri estetici che rispondono ad alcuni requisiti. In questo modo si diventa a tutti gli effetti "Centro Orly".



**CORSO Diagnosi VISO**  
Workshop vendita  
11/12/13 Novembre 2018

**CORSO DIAGNOSI VISO**  
Sede Hotel Royal - Casabianca di Fermo  
11/12/13 Novembre

Corso formativo della durata di tre giorni, unico per la qualità dei contenuti e per l'utilità dei temi trattati. I primi due giorni saranno interamente dedicati alla diagnosi viso, una fase importantissima del rapporto estetista/cliente, che può essere considerata un vero e proprio strumento di lavoro. Lo scopo è imparare a fare diagnosi avanzate per proporre alle clienti delle risposte mirate, personalizzate e capaci di dare risultati concreti. Si affronterà questo argomento passo dopo passo: check-up visivo, domande da porre alla cliente, cause della problematica individuata e molto altro ancora. Il terzo e ultimo giorno sarà invece focalizzato sulla comunicazione efficace, dalla pianificazione del check-up alla gestione delle obiezioni, fino ad arrivare all'argomentazione della proposta da fare alla cliente. Per comprendere ancora meglio come gestire in modo corretto la comunicazione, sono previste delle prove pratiche.



**CORSO LEADERSHIP**  
18/19 Novembre

**MASTER: "BEAUTY PERSONAL BRANDING" I° CORSO**

**CORSO LEADERSHIP**  
Sede Hotel Royal - Casabianca di Fermo  
18/19 Novembre

Primo dei 4 appuntamenti del percorso marketing fatto in collaborazione con Maurizio Delucchi. Con questo corso potrete ottenere strumenti, idee e motivazioni, per iniziare un nuovo ciclo di successo per il vostro istituto di estetica. Adatto: - a chi vuole riprendere "in pugno" la propria attività - a chi vuole avere il controllo del proprio business grazie a una visione di insieme - a chi desidera un metodo per crescere - a chi desidera avere strumenti per la selezione del personale - a chi vuole imparare a fare un piano economico-finanziario della propria attività - a chi desidera capire cosa è il beauty personal branding - ai collaboratori che desiderano crescere dal punto di vista organizzativo - alla responsabile d'istituto che vuole far crescere il proprio staff



**diomedi ACADEMY**

Dom. 18/Lun. 19/Mar. 20 Novembre  
**Corso Base II° Livello**  
Durata 3 giorni

**INCLUSO nei prodotti OMAGGIO**

**CORSO BASE II° LIVELLO**  
Sede Diomedi Beauty  
18/19/20 Novembre

Corso di tre giorni dove si andranno ad approfondire e a mettere in pratica tutte le nozioni apprese grazie al corso base I° livello. Ci saranno parti teoriche e pratiche con esempi e dimostrazioni dell'insegnante. Gli allievi saranno guidati nell'apprendimento di tecniche propedeutiche al trucco correttivo.



**MASTER DI SPECIALIZZAZIONE GRATUITO**

**GRANDI ZONE**

**CORSO GRANDI ZONE**  
Sede Diomedi Beauty  
25 Novembre

È il corso avanzato, dedicato a chi è cliente Skin's da almeno 3 mesi, ideato per migliorare la manualità e quindi la capacità di stesura della cera HONEY, la cera unidirezionale della SKIN'S BEST BRAZILIAN WAXING che consente di ridurre i tempi del trattamento epilatorio e quindi di marginare di più!



Domenica 26 NOVEMBRE  
Diomedi Beauty / PORTO SANT'ELPIDIO

**CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S**

**Best Brazilian Waxing**

**CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S**  
Sede Diomedi Beauty  
26 Novembre

Corso formativo rivolto a chi è entrato da poco a far parte del fantastico mondo di SKIN'S Best Brazilian Waxing, la prima e originale cera brasiliana. Due sono gli obiettivi di questa giornata: - correggere, grazie a delle prove pratiche, i piccoli errori che comunemente vengono commessi in fase di start-up (temperatura, applicazione multi direzionale e molto altro ancora) - approfondire la parte teorica, fondamentale per proporre in modo efficace questo trattamento. Questa giornata è l'occasione perfetta per imparare a sfruttare le potenzialità di un prodotto eccezionale come la SKIN'S, e per fare sempre meglio... non bisogna farsela scappare!

## Info e Prenotazioni

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

**contattaci...**

Diomedi Beauty s.r.l.

Via Palestro, 50

63821 Porto Sant'Elpidio (FM)

0734.300904

info@diomedibeauty.it

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

Diomedi Estetica Professionale

diomedi\_beauty

**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 **GENNAIO 2019** per aggiornarti su tutto quello che **DOVRESTI SAPERE** e che gli altri **NON TI DICONO.**

diomedi BEAUTY  
PRODOTTI E SERVIZI PERSONALIZZATI  
PER IL SUCCESSO DEL CENTRO ESTETICO

Diomedi Beauty

