

La Gazzetta Dell'Estetica

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

SPECIALE

**CATTURARE
TALENTI:
Mission
IMPOSSIBLE?**



pag. 2

FOCUS

**SOCIAL non
si NASCE,
si DIVENTA**



pag. 5

FORMAZIONE

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



pag. 7

Settembre / Dicembre 2019 - N. 10 - Quadrimestrale

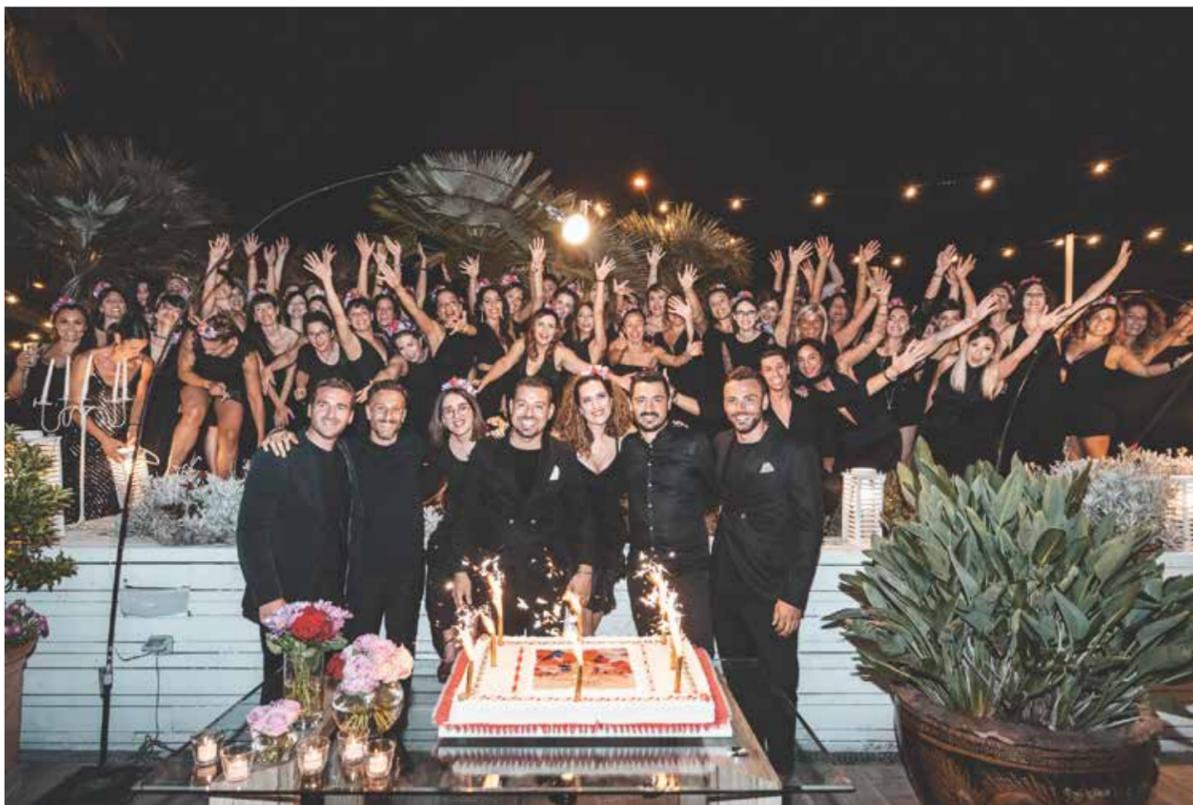
Diomed Beauty

PRODOTTI - SERVIZI - FORMAZIONE

PER IL SUCCESSO DEL CENTRO ESTETICO

EDITORIALE

News



Con questa nuova uscita del "Diomed Beauty News" siamo arrivati a tagliare l'importante traguardo delle **DIECI EDIZIONI**.

Ogni singola pubblicazione è **FRUTTO DI UN INTENSO LAVORO** che ci vede per settimane alle prese con la scelta dei temi da trattare, con la ricerca e lo studio di dati e statistiche, e con l'analisi dei beauty trend del momento.

Di volta in volta gli argomenti cambiano, ma **I NOSTRI OBIETTIVI** restano gli stessi:

- affrontare **QUESTIONI "CALDE"** legate alla corretta gestione del centro estetico
- offrire **SPUNTI DI RIFLESSIONE**
- dare **CONSIGLI PRATICI** per cambiare in meglio le sorti dell'istituto

Il primo articolo di questa decima edizione parla del delicato e complesso processo della **SELEZIONE DEL PERSONALE**. Troverai elencati gli errori che non devi commettere e gli step che devi seguire se vuoi trovare il "talento perfetto". Ricorda che il successo e lo sviluppo della tua attività dipendono in buona parte dalle capacità e dalla personalità di chi ti circonda!

Il secondo articolo è invece dedicato ai **SOCIAL NETWORK**. Questi potenti strumenti di comunicazione a cui tutti possono accedere, vengono spesso usati nel modo sbagliato e in alcuni casi vengono persino demonizzati! Dulcis in fundo troverai come sempre la **SEZIONE DEDICATA** ai nostri **CORSI DI FORMAZIONE** che, dopo la pausa estiva, riprendono a pieno ritmo.

Il calendario è ricco di appuntamenti, scegli a quali partecipare e riserva per tempo il tuo posto ... **LA TUA CRESCITA PROFESSIONALE NON DEVE MAI FERMARSI!**

Buona lettura!

A presto!
Diomed Beauty

DICONO di NOI...

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



**CENTRO ESTETICO
Luce Estetica**

Pollenza (MC)

Sono Lucia Cuppoletti, titolare dell'istituto "Luce Estetica" di Pollenza (MC). Sono arrivata alla Diomed Beauty nel 2015, dietro suggerimento di alcune colleghe che sapevano che lì a poco avrei aperto il mio centro ... praticamente da allora **non posso fare a meno di collaborare con loro e il motivo principale è che sono diversi da tutti gli altri fornitori!**



Acquisto da loro di tutto, monouso, linea cosmetica, make-up, smalti, senza dovermi minimamente preoccupare del magazzino. Di un certo prodotto sono libera di comprare 1 pezzo oppure 100 pezzi: nessun vincolo nei quantitativi e soprattutto, nessun investimento inutile!

Quando fanno formazione, che nella stragrande maggioranza è gratuita, cerco di essere sempre presente, perché a tenere i corsi sono persone preparatissime, e tutto quello che sento e che vedo non è mai banale ... soprattutto quando le spiegazioni non si limitano alle caratteristiche tecniche e all'utilizzo di un prodotto, ma arrivano al tasto dolente del numero dei trattamenti che riusciamo a vendere in istituto: i loro suggerimenti sono sempre preziosi per migliorare. Mi sento di stra - consigliarli, e chiamarli fornitori è riduttivo perché oltre a vendere prodotti buonissimi, a fare la differenza è il servizio che gli gira intorno! VOTO 10.

LUCE ESTETICA
Via S. Maria Maddalena, 10
05013 Pollenza (MC)
Tel. 075 82170435
P. IVA 01482770435
P. REC. C.A.P. 05044 (05044)

**CENTRO ESTETICO
Beauty Side**

Castelfidardo (AN)

Siamo Sara ed Eleonora titolari del centro estetico "Beauty Side" di Castelfidardo in provincia di Ancona.

Da qualche anno conosciamo Francesco, uno dei rappresentanti della Diomed Beauty, e quando abbiamo deciso di aprire il nostro istituto lo abbiamo contattato.

L'apertura di una nuova attività è per tutti un momento delicato, le spese da affrontare sono tante e, anche se i propositi sono buoni, all'atto pratico non si sa come andranno realmente le cose. Averli al nostro fianco in questa circostanza è stato fondamentale, perché **grazie a loro abbiamo avuto la libertà di comprare solo quello di cui avevamo bisogno, senza riempirci di merce che avrebbe appesantito il nostro magazzino e che avrebbe svuotato le nostre tasche. I prodotti che distribuiscono sono di alto livello e la formazione che fanno non è da meno, per queste ragioni acquistiamo da loro praticamente tutto, dal semplice monouso ai prodotti di cosmesi, passando per la cera depilatoria.**

Siamo fermamente convinte del fatto che per lavorare bene sia fondamentale conoscere a fondo i prodotti e le loro modalità di utilizzo, per questo **frequentiamo costantemente i corsi che la Diomed Beauty organizza, e il nostro giudizio è positivo: gli argomenti trattati sono interessanti e gli insegnanti sono sempre preparatissimi e bravi a trasferirci le nozioni di cui abbiamo bisogno.**

Cos'altro possiamo aggiungere? **Che ci tengono sempre informate sulle ultime novità e che sono super puntuali nel consegnare, in poche parole sono efficienti.**

Per tutte queste ragioni meritano un bel 10!



BEAUTY SIDE
Via S. Maria Maddalena, 10
05013 Castelfidardo (AN)
Tel. 075 82170435
P. IVA 01482770435
P. REC. C.A.P. 05044 (05044)

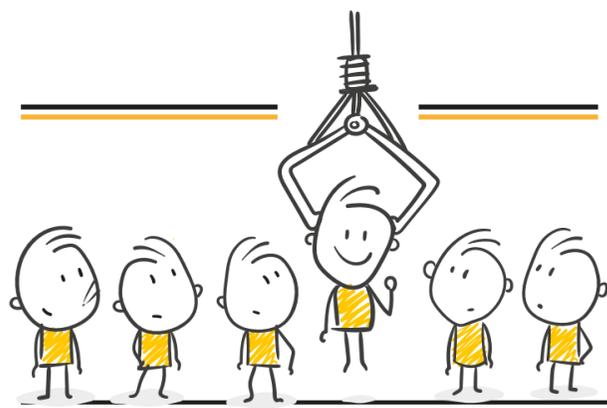
Se vuoi saperne di più...

CONTATTACI

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

Seguici su:

Diomed Estetica Professionale diomedibeaauty



SPECIALE



Catturare TALENTI: MISSION IMPOSSIBILE?

"Per molte estetiste trovare una brava dipendente è come cercare un ago in un pagliaio. Scopri come rendere questa ricerca meno sfiancante e più produttiva".

Il personale dipendente è una delle risorse più preziose su cui un imprenditore può contare.

Un conto corrente florido, una spiccata professionalità, un'elevata competenza, degli uffici nuovissimi e ben attrezzati, un piano marketing creativo (e soprattutto efficace!) sono presupposti necessari ma non sufficienti per far crescere un'attività. **Per lo sviluppo di qualsiasi impresa è il fattore umano a giocare un ruolo fondamentale** e purtroppo molte persone non ne sono consapevoli.

- **ALCUNE ESTETISTE sono convinte di poter gestire il centro senza l'aiuto di nessuno** e si accontentano dei risultati che riescono a ottenere lavorando "in solitaria".

Per questo, oltre a fare i trattamenti in cabina, rassettono le stanze, rispondono al telefono, accolgono le clienti che arrivano, fanno pagare quelle che escono, prendono gli appuntamenti, ordinano i prodotti e li sistemano in magazzino.

- **ALTRE si rendono conto di quanto sia limitante non avere dipendenti, ma non demordono.**

Hanno paura di dare fiducia a qualcuno e di rimanere deluse, e sono terrorizzate all'idea di lasciare le proprie clienti nelle mani di una quasi sconosciuta. Continuano quindi a correre a perdifiato da una stanza all'altra dell'istituto e si trovano a dire "no" a tutte le clienti vecchie e potenziali che chiamano quando l'agenda del centro "gestito a due mani" è piena.

- **ALTRE ANCORA sono decise ad assumere una collaboratrice ma faticano a trovare quella giusta.**

Quello che in inglese viene chiamato **recruitment è indubbiamente un processo delicato, ma perché spesso si finisce per viverlo in modo addirittura angosciato?**

Perché la mente di chi è alla ricerca della dipendente perfetta tende a raffigurare, in modo quasi diabolico, una creatura celestiale: giovane ma molto capace manualmente, spigliata ma non irriverente, curiosa ma non invadente, instancabile ma poco pretenziosa in fatto di stipendio. Insomma una persona piena di talento, con lo stesso senso di responsabilità di chi ha creato l'azienda, disposta a sacrificare la propria vita privata per il lavoro e soprattutto capace di accontentarsi di uno stipendio contenuto.

La ricerca della perfezione è però sfiancante e pericolosa, e lo è anche quando si ha a che fare con la gestione delle risorse umane. Per evitare di cadere in questa trappola non bisogna far altro che individuare la persona che nonostante le imperfezioni si mostra disposta ad affrontare un percorso di crescita professionale.

Partiamo da **UN PRESUPPOSTO FONDAMENTALE.**

Per accogliere in istituto una nuova collaboratrice bisogna avere la giusta predisposizione d'animo.

Non sono rari i casi in cui a prendere il sopravvento è un atteggiamento di sfida. Certo il periodo di prova è decisivo e bisogna osservare con attenzione il modo di porsi e le capacità di chi dovrebbe lavorare al nostro fianco. Ma tutto questo si può fare sorridendo e dando alla candidata il sostegno necessario, perché girare in istituto con aria inquisitoria e assegnare mansioni dequalificanti servirebbe solo a creare un'atmosfera ostile capace di mettere in difficoltà anche la collaboratrice più preparata e motivata. Del resto se un clima distensivo porta fuori strada una persona, vuol dire che quella che si stava per fare non era la scelta giusta.

L'intelligenza di un'aspirante collaboratrice si misura anche osservando il comportamento che assume quando è lasciata libera di agire.

COSA FARE QUINDI PER SCEGLIERE LA PERSONA GIUSTA e ancor prima, per condurre una ricerca sensata? Come ho più volte avuto modo di sottolineare nei miei articoli, le risorse che abbiamo a disposizione sono limitate per cui **non bisogna fare l'errore di investire sulla persona sbagliata** perché questo significherebbe buttare tempo e soprattutto denaro.

GLI ERRORI CHE NON DEVI COMMITTERE PRIMA DI ASSUMERE UNA PERSONA.

1. FARE QUESTO PASSO ANCHE SE NON TI SENTI

MENTALMENTE PRONTA

Assumere una persona significa essere disposti a:

- darle gradualmente spazio e fiducia
- coinvolgerla in alcune delle scelte aziendali
- aspettare che si ambienta
- condividere nozioni e trucchi del mestiere
- investire nella sua formazione
- premiare economicamente l'impegno dimostrato e i risultati ottenuti

2. PRATICARE, ANCHE INCONSCIAMENTE, IL FAVORITISMO

A cercare lavoro come estetista è la sorella di una tua cliente? Tua cognata? La figlia di una tua amica? La nipote del commercialista che ti segue da anni? Non importa quanto sei legata alla persona che fa da ponte tra te e la candidata. Se pensi che quella non sia la persona giusta, non devi accontentarti. **Il senso di colpa per la mancata assunzione e la paura di deludere le aspettative di qualcuno non devono farti fare la scelta sbagliata.**

3. DISTORCERE LA REALTÀ

In questo caso a guidare le nostre scelte sono dei preconcetti e le reali competenze/qualità della candidata non vengono prese in considerazione. **Il rischio è di compiere gravi errori di valutazione favorendo delle persone inadatte al ruolo da ricoprire e discriminandone delle altre molto più idonee.** Questo accade quando:

- quando si verifica l'EFFETTO EQUAZIONE PERSONALE. La valutazione è positiva se la candidata ha delle cose in comune con noi ed è invece negativa quando i suoi tratti caratteriali sembrano essere molto distanti dai nostri.
- quando si verifica l'EFFETTO ALONE. Questo effetto si manifesta quando una caratteristica della candidata, sia essa positiva o negativa, riesce a condizionare la formulazione del giudizio complessivo. Un esempio? Pensare che una persona sia intelligente solo perché di

bella presenza o al contrario, credere che una persona molto curata sia troppo superficiale.

- quando si verifica l'EFFETTO PRIMACY. In questo caso il giudizio finale nasce dalla prima impressione avuta entrando in contatto con la candidata e tutte le informazioni acquisite durante il colloquio vengono trascurate.

- quando si verifica l'EFFETTO CONTRASTO. Il giudizio sulla candidata sarà positivo o negativo in base all'esito dei colloqui precedenti. Se i profili valutati fino a quel momento sono inadeguati alla posizione da coprire, si tenderà a sopravvalutare le capacità di chi si ha di fronte. Se uno o più profili precedentemente analizzati sembrano essere interessanti, allora si tenderà a sottovalutare le doti della candidata incontrata in quel momento.

4. ASSUMERE QUALCUNO SENZA APPROFITTARE DEL PERIODO DI PROVA

Delle referenze positive, un curriculum interessante, un colloquio coinvolgente sono importanti ma non sufficienti per assumere una collaboratrice. **Quando prendi in considerazione le referenze**, devi essere molto prudente. La persona che ha avuto a che fare con la candidata che stai valutando esprime un'opinione che si basa su un'esperienza personale e quindi assolutamente soggettiva. **Quando invece analizzi un Curriculum Vitae** devi sempre ponderare le informazioni che ti vengono date perché non sempre tutto quello che è scritto corrisponde a verità. Chi lo compila può decidere infatti di gonfiarlo scrivendo cose che non sono del tutto vere. **Anche il colloquio** può essere in alcuni casi fuorviante. Ci sono persone molto brave con le parole e meno con i fatti, e ci sono persone meno brave a parole ma che viste all'azione riescono a stupirci in positivo.

IL PERIODO DI PROVA È QUINDI ASSOLUTAMENTE CONSIGLIABILE SIA PER TE SIA PER L'ASPIRANTE



dermalena
® ITALIAN COSMECEUTICAL

NAC POWER

IL POTERE DELL' ACETILCISTEINA
PER RISCOPRIRE LA PELLE DI UN BAMBINO

#maniepidi

DERMALENA, IL MODO PIÙ SEMPLICE PER UN RISULTATO UNICO!

Se vuoi saperne di più... **CONTATTACI** info@diomedibeauty.it

Visita le pagine: Diamedi Estetica Professionale diamedi_beauty

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

DIPENDENTE.

Per te perché sfruttandolo **potrai capire se le competenze dichiarate corrispondono a verità** e verificare se le sensazioni positive avute durante il colloquio trovano conferma dall'atteggiamento che la persona che stai valutando assume nei tuoi confronti, nei confronti delle clienti e delle colleghe. Per la **papabile dipendente** perché lavorando in istituto **potrà capire se il ruolo da ricoprire e le mansioni da svolgere sono in linea con le proprie aspettative**, e decidere se ha senso o meno sperare di poter stringere il contratto.

Devi sapere che **il periodo di prova è consentito dalla legge** e deve risultare da **atto scritto**, pena la trasformazione del rapporto di lavoro da temporaneo a definitivo!

La durata massima del periodo di prova varia da settore a settore ed è stabilita dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro. Per i dipendenti di aziende artigiane di parrucchieri, barbieri ed estetiste, **questo periodo non può superare (a seconda della qualifica/livello del lavoratore) i 180 giorni**. Durante la prova il lavoratore percepisce la stessa retribuzione che gli spetterebbe in caso di regolare contratto e matura ferie, TFR e scatti di anzianità. La prova può essere interrotta da entrambe le parti in qualsiasi momento e senza alcun preavviso. Trascorso il periodo di prova stabilito, se nessuna delle parti comunica la disdetta, l'assunzione diventa effettiva.

5. PENSARE CHE LA CANDIDATA STIA ELEMOSINANDO UN LAVORO

Nell'articolo dedicato ai dipendenti pubblicato nella scorsa edizione del giornalino, parlavo dei Millennials come di una generazione che non sa accontentarsi e che non è disposta a scendere a compromessi.

Si può essere in accordo o in disaccordo con le ultime tendenze del mercato del lavoro, ma credo sia **eticamente corretto trattare con rispetto e dignità chi è alla ricerca di un impiego**. Il candidato non è un limone da spremere ma una persona con bisogni da soddisfare e sogni da realizzare. **Pensare al bene dell'istituto è lecito ma non bisogna mai perdere di vista l'importanza del fattore umano**.

ECCO GLI STEP CHE DOVRESTI SEGUIRE PER RENDERE EFFICACE LA SELEZIONE

1. PRIMA DI TUTTO CHIARISCHITI LE IDEE

Valuta l'effettiva necessità di assumere una nuova persona e **individua in modo chiaro e dettagliato il profilo che vuoi ricercare**. Per farlo devi capire quali esigenze interne all'istituto vuoi soddisfare con la nuova assunzione.

Le domande a cui rispondere potrebbero essere quindi: quali sono le capacità che deve avere la candidata? Che età deve avere? Quali mansioni deve svolgere? Quale orario di lavoro deve coprire?

Attenzione: se hai già delle collaboratrici devi studiare attentamente i loro punti di forza e le loro debolezze perché la persona che andrai a inserire dovrà rappresentare un plus per lo staff. **Scegliere un profilo troppo simile a uno già esistente, potrebbe far nascere dei contrasti all'interno del gruppo**.

2. DIFFONDI L'OFFERTA DI LAVORO

E' vero. Nel mercato del lavoro la domanda supera di molto l'offerta. Chi è alla ricerca di personale pensa quindi di avere il coltello dalla parte del manico e oltre a dettare le "regole d'ingaggio", durante la selezione finisce quasi per non muovere un dito.

La verità è che **se vuoi attirare i talenti migliori ed evitare che finiscano a lavorare per l'istituto concorrente, devi suscitare interesse comunicando nel modo corretto e rendendo appetibile l'offerta**.

A dimostrazione del fatto che le aziende alle prese con la ricerca di personale oggi non possono sperare nella provvidenza, voglio fare un breve accenno all' **EMPLOYER BRANDING**.

Quest' espressione, che ha iniziato a diffondersi intorno agli anni Novanta, viene utilizzata per indicare il tipo di reputazione di cui gode un'azienda agli occhi dei potenziali dipendenti/collaboratori.

La fama del luogo di lavoro (che va a sommarsi a quella del brand), si costruisce nel corso degli anni e **non è altro che il risultato della percezione che le persone esterne all'azienda hanno rispetto a:**

- Orario di lavoro, retribuzione, distanza del posto di lavoro da casa (aspetto strumentale)

- Valore/prestigio attribuito al posto di lavoro (aspetto simbolico)

L' **offerta di lavoro deve quindi essere chiara** e, oltre a descrivere la posizione lavorativa aperta e a indicare le caratteristiche ricercate nel candidato/a, **deve raccontare mission e valori aziendali**. Lo scopo è attirare l'attenzione dei candidati più validi convincendoli che l'offerta di lavoro che stiamo facendo è unica e imperdibile.

Inoltre, **una Job Description dettagliata, ti consente di**

MISS P
NAIL DIFFERENT

KERALALAC

IL SEMIPERMANENTE
che stavi cercando

CON CHERATINA
e vitamina E

FINO A 21 GIORNI
di perfezione

NON SI LIMA
mai

SI RIMUOVE
in 10 min

NON DANNEGGIA
l'unghia naturale

Ricordati che...
100% SODDISFAZIONE GARANTITA

MADE IN ITALY
PRODOTTO IN ITALIA

PRODOTTO IN ITALIA
MADE IN ITALY

MISS P

Se vuoi saperne di più... **CONTATTACI** info@diomedibeaauty.it

Visita le pagine: [f](#) Diomedì Estetica Professionale [i](#) diomedì_beaauty

Per rimanere sempre aggiornata su novità e promo visita il sito www.diomedibeaauty.it

ottimizzare i tempi legati alla ricerca del personale: chi sente di non essere in linea con le caratteristiche richieste nell'offerta di lavoro si scoraggia e decide di non candidarsi. Ovviamente non bisogna esagerare richiedendo un numero esagerato di skills, perché il rischio è quello di allontanare persone valide che potrebbero facilmente apprendere e sviluppare quelle competenze che, con la formazione e con le esperienze lavorative precedenti, non hanno avuto modo di acquisire.

ECCO UN ELENCO DEI CANALI CHE PUOI UTILIZZARE PER DIFFONDERE LA TUA PROPOSTA:

Centri per l'impiego o Istituti scolastici.

Nel primo caso dovrai chiedere al centro per l'impiego della tua provincia un elenco con i nominativi e i contatti delle persone che risultano essere disoccupate (che hanno perso un lavoro) e inoccupate (che non hanno mai lavorato), le cui competenze e caratteristiche sono in linea con la tua offerta di lavoro.

Nel secondo caso rivolgendoti agli istituti scolastici potrai ottenere gli esiti degli esami e i dati personali degli studenti. Gli istituti, dopo aver verificato la fondatezza della richiesta, sono tenuti a diffondere queste informazioni per agevolare l'inserimento degli studenti nel mondo del lavoro.

Il web. Con il web acceleri i tempi di ricerca e selezione, abbatti i confini spazio temporali e raggiungi un numero elevato di persone. Fanno parte di questa categoria:

- I siti che nascono con lo scopo di far incontrare la domanda e l'offerta (trovalavoro, infojobs), dove puoi inserire il tuo annuncio a pagamento.

- I social network (fb, instagram, linkedin) completamente gratuiti.

I "canali informali". Sono gli strumenti di ricerca del personale più utilizzati dalle piccole realtà imprenditoriali. Un'indagine condotta da Unioncamere (Unione Italiana delle Camere di Commercio) ha svelato che:

- 6 aziende su 10 finiscono per scegliere una persona che conoscono

- sono pochissimi i casi in cui le piccole aziende ricorrono a strumenti di intermediazione (web) o a soggetti di intermediazione (agenzie del lavoro o centri per l'impiego). Le assunzioni vengono quindi fatte grazie a:

- Conoscenze dirette. L'estetista che ha lavorato per anni in un istituto concorrente, la figlia di un'amica che si è appena diplomata alla scuola di estetica, la ragazza che ha appena concluso lo stage o il tirocinio formativo nel tuo centro estetico.

- Segnalazioni fatte da persone di fiducia come dipendenti, colleghe, amici o familiari.

Le agenzie per il lavoro.

Si tratta di imprese, autorizzate dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, che si occupano di ricercare, selezionare, formare e collocare nel mondo del lavoro tutte quelle persone che sono alla ricerca di un'occupazione. All'atto pratico l'agenzia invia alle aziende che cercano personale i propri lavoratori dipendenti facendo così incontrare la domanda e l'offerta.

Annunci su giornali specializzati e solitamente a diffusione regionale (sempre meno utilizzati).

3. ANALIZZA I CURRICULUM VITAE RICEVUTI

In questo modo potrai scegliere chi incontrare per un colloquio. Dovrai fare quindi una **progressiva scrematura dei profili eliminando:**

- chi fornisce informazioni in modo confusionario e illogico

- chi utilizza un modello di cv che rende poco chiara la lettura (curriculum scarni e poco esaustivi, o al contrario troppo lunghi e dispersivi)

- chi descrive esperienze di lavoro facendo grandi salti temporali (cosa è successo nel frattempo?)

- chi dice di aver fatto esperienze lavorative diverse le cui date si accavallano

- chi non ha le qualifiche richieste
- chi non dimostra di offrire qualcosa in più rispetto agli altri (che sia un aspetto legato alla personalità o alla professionalità poco importa!)

4. GUARDA IL PROFILO FACEBOOK E/O LA PAGINA INSTAGRAM DELLA CANDIDATA

Viviamo in un'epoca di iperconnessione e non possiamo ignorare l'importante ruolo che i social network giocano nelle relazioni interpersonali, quindi anche nella ricerca/offerta di lavoro. **Questi strumenti di connessione sono spesso in grado di svelarci la vera identità di una persona ancora prima di incontrarla**, per questo motivo sono un valido alleato per chi è alle prese con la selezione del personale. Con un semplice click si possono scoprire gli interessi, le debolezze e le caratteristiche caratteriali di chi decide di comparire in queste bacheche virtuali, e verificare se le informazioni fornite dal candidato o dalla candidata durante il colloquio sono attendibili.

La moderazione o la sferatezza di chi li usa per raccontare se stesso potrebbero conquistarci o al contrario, metterci in guardia.

5. GESTISCI AL MEGLIO IL COLLOQUIO DI LAVORO

Il colloquio è un momento di cruciale importanza ai fini della selezione del personale. **Oltre al contenuto della conversazione, a darci preziose informazioni sulla persona che abbiamo davanti sono l'abbigliamento e la gestualità, aspetti che possiamo valutare solo incontrando vis-à-vis il candidato o la candidata.**

Esistono varie tipologie di colloquio: quello conoscitivo ono-to-one (candidato e selezionatore), quello di gruppo (diversi candidati valutati contemporaneamente), quello telefonico, quello che prevede una o più prove tecniche, quello di assunzione (in cui si trova un accordo sulle specifiche del contratto). Condurre un colloquio nel modo corretto significa **ottenere in poco tempo preziose informazioni e soprattutto scoprire e valutare le SOFT SKILLS e le HARD SKILLS di chi si sta esaminando.**

Rientrano nella prima categoria le **caratteristiche personali** della candidata: abilità comunicativa, autonomia, emotività, capacità di lavorare in gruppo e di risolvere problemi, spirito d'iniziativa e di adattamento, creatività, livello di autostima. Rientrano invece nella seconda categoria tutte le **competenze tecniche** che la candidata ha acquisito grazie al percorso formativo seguito e alle esperienze lavorative vissute. Se per individuare le hard skills basta leggere il curriculum, per conoscere le soft skills bisogna necessariamente incontrare l'aspirante dipendente.

L'obiettivo è scoprire se la persona che abbiamo di fronte è compatibile con noi e capire quale contributo potrebbe dare all'azienda.

ECCO ALCUNI SUGGERIMENTI PER GESTIRE IL COLLOQUIO NEL MODO CORRETTO.

- PENSA ALLE DOMANDE DA PORRE: FALLE SENSATE ED EVITA QUELLE INUTILI E PERSINO IMBARAZZANTI.

Solo così potrai capire quanto è motivata la candidata, scoprire quali sono le sue ambizioni e farti un'idea del suo carattere e della sua personalità. La comunicazione negli anni è cambiata moltissimo nei mezzi e nello stile e anche il colloquio di selezione è stato travolto da questo inarrestabile processo evolutivo. **Mettere in difficoltà il candidato e trattarlo come se fosse un imputato sottoposto a giudizio immediato, è démodé. La tendenza è quella di trasformare il classico colloquio in un incontro informale durante il quale dar vita a una conversazione stimolante.**

La famosa rivista statunitense di economia e finanza Forbes ha pubblicato un articolo, scritto dal guru delle risorse umane Liz Ryan, in cui vengono elencate **le dieci domande che un selezionatore al giorno d'oggi non dovrebbe più fare.**

- Qual è la tua più grande debolezza? È una domanda troppo invadente e la risposta che ne consegue non determina il valore della persona che abbiamo di fronte.
- Dove ti vedi tra cinque anni? Cinque anni per un lavoratore moderno sono un'eternità perché la flessibilità del lavoro e le occupazioni sempre più instabili hanno cambiato le dinamiche contrattuali. Sarebbe più opportuno chiedere quali sono le sue aspettative professionali e di crescita.
- Perché dovremmo assumerti? È più logico chiedere che tipo di contributo la candidata può dare all'azienda e come può, con il suo lavoro, favorire la crescita dell'attività.
- Che studi hai fatto? È molto più interessante scoprire le competenze acquisite grazie alle esperienze lavorative precedenti.
- Cosa direbbe il tuo ex capo di te? Non conoscendo il precedente datore di lavoro non possiamo dare troppo peso alle sue valutazioni.
- Quali sono i tre aggettivi che ti descrivono? Chiedere a una persona di descriversi utilizzando solo tre aggettivi è piuttosto riduttivo.

- Con quali altre aziende sei in contatto? Conoscere il nome di eventuali altre aziende contattate dal candidato potrebbe essere interessante, non è però una domanda da fare.

- Quanto percepisci ora? Per delicatezza non va chiesto.

- Perché vuoi lavorare qui? In realtà il candidato sta sostenendo un colloquio e sta facendosi un'idea del lavoro che dovrebbe svolgere, ma non sa ancora se vuole lavorare in azienda.

- Se potessi trasformarti in un animale, quale sceglieresti? Questa è una domanda inutile per non dire sciocca. Durante un colloquio bisogna focalizzarsi sulle competenze professionali del candidato e su come queste possono essere sfruttate in azienda.

Un'indagine condotta da Infojobs (uno dei portali più usati da chi offre e cerca lavoro) ci svela cosa deve fare un selezionatore per mandare su tutte le furie un candidato:

- dargli poche informazioni sull'azienda e sul tipo di lavoro da svolgere
- guardarlo con aria di superiorità
- trafficare con il cellulare mentre ascolta
- essere inespressivo di fronte alle cose che gli vengono dette
- dare prova di non aver letto il curriculum inviato

DAI LA POSSIBILITÀ ALLA CANDIDATA DI FARE DELLE DOMANDE.

Il vantaggio è doppio. Da un lato **la candidata potrà liberarsi dei dubbi** legati all'offerta di lavoro e capire se quella posizione fa o meno al caso suo. Dall'altro **potrai fare le tue valutazioni in base agli aspetti lavorativi che suscitano la curiosità della persona che hai di fronte.** Il livello di motivazione di una persona che fa domande sul ruolo da ricoprire è probabilmente più alto rispetto a quello dimostrato da una persona che si preoccupa di capire la pianificazione dei turni di lavoro/l'organizzazione delle ferie estive.

- DÌ AL CANDIDATO ENTRO QUANTO TEMPO COMUNICHERAI L'ESITO DEL COLLOQUIO.

Dopo la scelta **non dimenticare di ringraziare chi ti ha inviato la candidatura e non è risultato idoneo**, perché per cercare di aggiudicarsi quel posto di lavoro ha speso del tempo e nell'attesa di ricevere una risposta ha costruito delle speranze.

- RENDI COMPLICI LE TUE DIPENDENTI.

Lavorare in gruppo e ottenere dei risultati straordinari è possibile a patto che le persone che lo compongono operino in sintonia. Per questa ragione è fondamentale preservare l'equilibrio raggiunto anche quando una nuova persona va a unirsi al team. Come riuscirci? Coinvolgendo

le dipendenti nel processo di selezione del personale. D'altronde **a lavorare fianco a fianco con la nuova arrivata saranno anche (o soprattutto) le tue collaboratrici. Dall'incontro tra queste ultime e la candidata verranno fuori considerazioni molto interessanti che potrete condividere.** Potrai trovarti in accordo su alcune cose e in disaccordo su altre, ti verranno fatti notare dettagli che avevi del tutto ignorato e farai lo stesso mettendo in luce aspetti che chi ti circonda aveva sottovalutato e, in ultimo, arriverai a prendere una decisione realmente ponderata.

6. SCEGLI LA CANDIDATA PIU' ADATTA e CURA IL SUO INSERIMENTO IN ISTITUTO

Alla fine del processo, più o meno lungo, di ricerca e selezione del personale arriverai a una scelta.

Ricorda che **la relazione appena nata tra te e la neo collaboratrice, potrà funzionare solo con impegno e forza di volontà. Chi ti affianca dovrà dimostrare passione e dedizione. Tu dovrai dimostrarti capace di apprezzare e ricompensare il lavoro svolto.**

Come ho ampiamente spiegato nell'articolo "come il bruco diventa farfalla", se vuoi tirare fuori le potenzialità di una persona (sempre che se lo meriti), non puoi pensare che sia sufficiente pagarle lo stipendio. Devi affiancarla durante il suo inserimento, investire nella sua formazione, elogiarla quando è giusto farlo, incentivarla se lo ritieni opportuno, coinvolgerla nelle scelte aziendali, ascoltare le sue esigenze e aiutarla a realizzare i suoi sogni lavorativi. Nel 2017 il regista Giacomo Gatti ha girato un documentario intitolato "IL FATTORE UMANO, LO SPIRITO DEL LAVORO", per raccontare il dietro le quinte di quindici eccellenze imprenditoriali italiane. Quello che ne esce è un ritratto affascinante ed emozionante della nostra Italia che lavora, dove si scopre che **il successo nasce non solo grazie all'imprenditore ma anche per merito dei dipendenti.** Troppo spesso ci si dimentica infatti che **dietro alla crescita di un'attività c'è la mano quasi invisibile di chi ogni giorno mette in tutto quello che fa impegno, creatività, precisione e soprattutto passione.** Storie di lavoratori che si intrecciano e che ci fanno capire quanto ogni singolo contributo, se pur piccolo e apparentemente insignificante, sia fondamentale per il raggiungimento di un grande e comune obiettivo: fare crescere l'azienda.

Il fattore umano, come lo definisce il regista, è vita ed è capace di dare quel tocco di personalità anche ai prodotti, che un'anima non ce l'hanno.

Ora che conosci gli step da seguire e gli errori che non devi commettere se vuoi aggiudicarti il talento migliore, non mi resta che augurarti ... BUONA RICERCA!!!



Paola P

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.



Se vuoi saperne di più... **CONTATTACI** info@diomedibeauty.it

Visita le pagine: [f](#) Diomedi Estetica Professionale [ig](#) diomedi_beauty

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

SOCIAL non si NASCE, si DIVENTA



“Il tuo centro estetico deve essere social? Assolutamente sì. A meno che tu non abbia intenzione di abbandonare tutto per ritirarti in un eremo o per fuggire su un’isola deserta”

Non sono un social media manager, non sono un influencer e non ho sviluppato nessuna strana dipendenza dai social network ma, a mio modesto parere, oggi **QUALUNQUE TIPO DI AZIENDA per lavorare e crescere NON PUÒ ESIMERSI DAL COMUNICARE ANCHE ATTRAVERSO I SOCIAL.**

Se è possibile scegliere di vivere la propria sfera privata senza essere “connessi”, non è altrettanto possibile farlo con la propria attività.

In questo preciso momento storico se c’è una parola capace di descrivere meglio di altre la modalità con cui la maggior parte delle **RELAZIONI INTERPERSONALI** vengono a crearsi o, più semplicemente vengono portate avanti, quella parola è **VIRTUALMENTE.**

Grazie ai social network si riallacciano molti dei rapporti indeboliti dalla distanza e dal trascorrere del tempo, si fanno nuove amicizie, si intrattengono conversazioni, si esprimono opinioni sugli argomenti più disparati, si è sempre informati sui principali fatti del giorno, si scoprono eventi/prodotti/tendenze/Paesi vicini e lontani, si fanno acquisti, e diciamo la verità, si mette il naso nella vita degli altri. Per aiutarti a capire la portata del “fenomeno social network”, riporto **qui di seguito alcuni interessanti dati emersi dallo studio che l’agenzia internazionale “We Are Social” ha condotto nel 2018 su 239 Paesi del mondo.**

IL TREND DEI SOCIAL IN ITALIA

- Su 60.391.000 abitanti, 54.800.000 accedono a Internet ossia più di 9 persone su 10
- 35 milioni di persone trascorrono mediamente 1 ora e 51 minuti del loro tempo sui social
- 31 milioni di persone si collegano tramite dispositivo mobile
- Si naviga su internet per 6 ore al giorno, contro le 3 passate a guardare la tv
- 3 persone su 4 hanno dichiarato di aver acquistato nell’ultimo mese prodotti o servizi on-line
- Gli acquisti fatti on-line sono cresciuti, rispetto all’anno precedente, del 13%
- La piattaforma social più attiva è Youtube (62%), seguita da Facebook (60%) e da Instagram (33%)
- A utilizzare maggiormente Facebook sono le persone di età compresa tra i 25 e i 34 anni
- Mensilmente gli utenti attivi su Facebook sono 34 milioni, su Instagram 16 milioni

IL TREND DEI SOCIAL NEL MONDO

- Nel mondo su 7.716.686.000 abitanti 4.390.000.000 accedono a Internet, ossia più di 5 persone su 10.
- A essere attivi sui social sono 3 miliardi e mezzo di persone, quindi il 45% della popolazione mondiale.
- I Paesi con il numero più alto di utenti attivi su Instagram sono in ordine: Stati Uniti, India, Brasile, Indonesia, Turchia. L’Italia si colloca al decimo posto insieme alla Germania.

Un altro interessante dato riguarda le STORIES: la loro crescita è 15 volte più rapida rispetto alla creazione degli altri contenuti. **Il successo di questo formato social nasce dalla possibilità di poter sprigionare, mediante l’utilizzo di filtri - stickers - testi colorati - musica - tag - emoji, la propria creatività.** Gli utenti nel realizzare Stories personalizzate si divertono ed esprimono se stessi.

PERCHÉ L’ATTIVITÀ DEL TUO CENTRO ESTETICO DEVE NECESSARIAMENTE “DIVENTARE SOCIAL”?

1. PERCHÉ PUOI RENDERE PIÙ POPOLARE E VISIBILE IL TUO ISTITUTO.

Hai letto con attenzione i dati relativi all’uso dei social network che ho riportato qualche riga sopra? Ci sono tutti gli elementi per dire che non si tratta di una moda passeggera ma di un **fenomeno trasversale destinato a durare.** A connettersi sono donne e uomini di tutte le età, con abitudini e interessi diversi, accumulati dall’uso (in alcuni casi spasmodico) dei social.

Come puoi pensare di interagire con loro senza connetterti?

Come puoi pensare di sfuggire a un futuro già presente?

Combattere il cambiamento è un po’ come battersi contro i mulini a vento: alla fine dello scontro in un modo o nell’altro si è destinati a uscire perdenti.

L’elenco telefonico cartaceo, il fax, il telefono startac, il videoregistratore vhs stanno per fare ufficialmente ingresso

BEAUTY SPA natural resources

Ricordati che...



La NUOVISSIMA

OZOCEUTICA FACE

Un magazzino di **SUPER OSSIGENO** per il TUO VISO

DINAMIZZANTE | RIVITALIZZANTE | BIO-STIMOLANTE

Se vuoi saperne di più... **CONTATTACI** info@diomedibeauty.it

Visita le pagine: [f](#) Diomedi Estetica Professionale [i](#) diomedi_beauty

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

nel museo dei reperti archeologici. Se qualcuno 20 anni fa ci avesse detto che avremmo smesso di utilizzarli ci saremmo fatti una sonora risata. Eppure in poco tempo ci siamo abituati a cercare numeri di telefono su internet, a comunicare inviando mail o messaggi whatsapp, a navigare tramite dispositivi mobili e a guardare film grazie alle smartTV.

Anche la resistenza verso i canali social, almeno quando si è a capo di un’azienda, deve essere per forza di cose superata. Adattarsi è la chiave del successo perché, come disse Charles Darwin: “non è la specie più forte o la più intelligente a sopravvivere ma quella che si adatta meglio al cambiamento”

2. PERCHÉ IN MODO RAPIDO PUOI RAGGIUNGERE I TUOI CLIENTI ATTUALI E POTENZIALI. Il web in generale e i social in particolare sono in grado di abbattere tutte le barriere spazio temporali esistenti e di raggiungere con un semplice click un grande numero di utenti.

Puoi farlo:

- pubblicando in modo gratuito contenuti (immagini, video e testi)

- facendo inserzioni sponsorizzate a pagamento

È sulla possibilità di farlo in modo gratuito che voglio mettere l’accento. **Prima dell’avvento dei social network solo le persone benestanti o le aziende strutturate potevano avere successo, perché per comunicare era necessario**

pagare sempre e comunque. Un prodotto eccezionale o un talento straordinario se non erano supportati da sufficienti risorse economiche erano purtroppo destinati a non decollare/emergere. **I social network sono invece democratici. A prescindere dai mezzi, dall’esperienza e dalla provenienza, chi ha un’idea rivoluzionaria da mettere in pratica o chi vuole semplicemente raccontare il lavoro che svolge da anni, può farlo senza spendere un centesimo.**

3. PERCHÉ PUOI COMUNICARE E MIGLIORARE IL POSIZIONAMENTO DEL TUO ISTITUTO. La comunicazione on-line (web) e off-line (cartacea) che fai per l’attività del tuo centro estetico deve sempre essere coerente con la specializzazione che hai scelto di seguire. Questo significa che non puoi utilizzare in modo selvaggio la pagina aziendale che hai creato, pubblicando:

- contenuti che non hanno alcuna attinenza con il lavoro che fai. Quello che comunichi deve ribadire il posizionamento del tuo centro estetico.

- contenuti che danno l’impressione che nel tuo istituto si faccia “tutto per tutti”. Non puoi parlare un giorno del viso, il giorno dopo del corpo, il giorno dopo ancora delle unghie, poi dei piedi, poi del trucco e via dicendo.

In entrambi i casi attireresti solo clienti che non sono in target. La tua specializzazione è il viso? Le immagini/video che pubblichi e il contenuto dei post che scrivi dovrebbero parlare quasi esclusivamente:

- dell'acne, del rilassamento dei tessuti, delle macchie cutanee, della disidratazione ...
 - di come puoi prevenire e risolvere questi problemi
 - dei risultati che ha ottenuto chi si è affidato a te
 - di come ti formi per essere sempre aggiornata
- La tua specializzazione è il dimagrimento? Le immagini/video che pubblichi e il contenuto dei post che scrivi dovrebbero parlare quasi esclusivamente:
- dell'alimentazione, della cellulite, dell'adipe localizzato, della perdita di tono muscolare ...
 - di come puoi prevenire e risolvere questi problemi
 - dei risultati che ha ottenuto chi si è affidato a te
 - di come ti formi per essere sempre aggiornata

Spesso apriamo Facebook vedo contenuti che sono in completa contraddizione con il posizionamento che l'istituto di bellezza vorrebbe occupare nella mente del consumatore finale. Estetiste che vorrebbero diminuire il numero dei servizi base a favore dei trattamenti, ma che continuano a pubblicare quasi esclusivamente foto di mani a cui hanno appena fatto la manicure. Come si può diventare agli occhi delle clienti "esperte in trattamenti viso anti-age" se le uniche foto postate sono quelle che mostrano quanto si è brave a fare ricostruzioni e a seguire i trend di colore del momento?

4. PERCHÉ SE CERCHI PERSONALE PUOI ATTIRARE I TALENTI MIGLIORI. I social sono una vetrina da usare non solo per raggiungere nuovi clienti o per fidelizzare quelli già acquisiti, ma anche per attirare i talenti migliori nel momento in cui si è alla ricerca di personale. Nell'articolo che ho scritto sul processo di recruitment ho parlato di quanto sia importante "l'employer branding": **per trovare il dipendente perfetto bisogna avere una buona reputazione e questa va costruita anche attraverso la comunicazione sui social.** Il profilo che andiamo a creare non è altro che lo specchio della nostra attività e scegliendo immagini/colori/argomenti raccontiamo non solo quello che facciamo, ma anche i valori in cui crediamo.

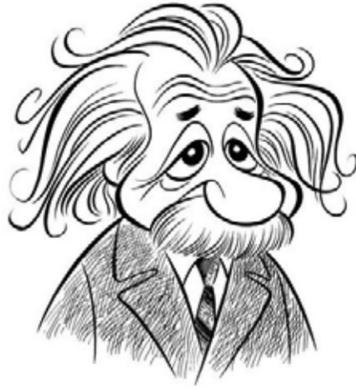
5. PERCHÉ PUOI INFLUENZARE LE DECISIONI D'ACQUISTO DEGLI UTENTI E RICEVERE IMPORTANTI FEEDBACK

Pubblicando contenuti mirati puoi invogliare le persone non solo a venire nel tuo istituto, ma anche a richiedere un certo tipo di trattamento o servizio.

Se i tuoi post nell'ultimo mese hanno parlato:

- di quanto sia importante, dopo l'esposizione solare, far recuperare alla pelle del viso il giusto livello di idratazione
- degli inestetismi che potrebbero comparire trascurando la pelle
- dei trattamenti ad hoc che hai messo a punto e dei risultati che le tue clienti sono riuscite a ottenere affidandosi a te.

Con buona probabilità ti verranno chieste informazioni a



La pillola di saggezza

“La vita è come andare in bicicletta: se vuoi stare in equilibrio devi muoverti.”

ALBERT EINSTEIN

riguardo e arriveranno clienti che, già sensibilizzate al problema, si mostreranno interessate a sottoporsi ai trattamenti che offri. Inoltre grazie ai social **puoi avere con le tue clienti un continuo scambio di opinioni e conoscere il loro grado di soddisfazione rispetto al lavoro che svolgi o rispetto a una particolare iniziativa che hai promosso.**

L'ABC PER GESTIRE IN MODO CORRETTO LA PAGINA AZIENDALE

a. PUBBLICA CONTENUTI IN MODO REGOLARE

Bisogna essere social, è vero. Ma non c'è niente di più triste che vedere una pagina in cui l'ultima pubblicazione risale a 6 mesi prima. Anche per la gestione dei profili vale la regola: "le cose o si fanno bene o non si fanno affatto" quindi, **piuttosto che tenere in vita una pagina abbandonata, meglio far perdere definitivamente le tracce della propria attività sul web.** Pubblicare contenuti in modo regolare è uno dei principi base da seguire per coinvolgere gli utenti e per ottenere un buon riscontro dall'uso dei social.

Una regola universale relativa al numero di pubblicazioni non esiste, perché bisognerebbe considerare il tipo di settore e le caratteristiche degli utenti con cui vogliamo comunicare. Di certo se postare contenuti in modo sporadico è sbagliato, è sbagliato anche farlo in maniera incessante.

In linea di massima è **consigliabile pubblicare su Facebook dai 2 ai 5 post a settimana, su Instagram essere presenti con 1 o 2 post al giorno.** Definisci quindi un calendario delle pubblicazioni che vuoi fare e programma l'uscita automatica dei post, perché tra un impegno e l'altro potresti dimenticarti di farlo ... Facebook o Instagram invece no!

b. SCEGLI IL GIORNO E L'ORA MIGLIORI PER PUBBLICARE CONTENUTI

Definire il momento perfetto non è possibile, ma dalla rete arrivano alcune utili indicazioni a riguardo.

FACEBOOK: la fascia oraria migliore per postare sembra essere **dalle 13.00 alle 16.00** e i giorni migliori della settimana sembrano essere **il sabato e la domenica.** Anche il venerdì registra delle ottime performance perché le persone sono felici e ben disposte d'animo.

INSTAGRAM: la fascia oraria migliore per pubblicare su

Instagram è **dalle 8.00 alle 9.00 e dalle 17.00 alle 21.00.** Gli utenti lo utilizzano in maniera costante, si registrano soltanto leggere variazioni la domenica (calo) e il lunedì/giovedì (crescita).

c. ATTENTA AGLI SCATTI CHE POSTI: "LA MACCHINA FOTOGRAFICA NON FA IL FOTOGRAFO"

Se vuoi essere presente in modo costante sui social e se vuoi farlo senza investire soldi, di certo non puoi affidarti a un fotografo professionista. **Seguendo alcune accortezze puoi però postare degli scatti fai da te che siano accettabili:**

- gli smartphone di ultima generazione vanno più che bene per fare foto di alta qualità
- lo stile che scegli, i colori del filtro che usi, gli oggetti di sfondo di cui ti circondi dovrebbero essere una costante. Solo così puoi creare la tua "Visual Identity"!
- semplice è meglio. Una foto con un'accozzaglia di elementi rende poco riconoscibile la tua attività e finisce per creare solo confusione nella testa degli utenti.
- devi accompagnare ogni singola foto con una didascalia, più o meno lunga.
- chi ti segue vuole vedere il tuo viso, devi metterci quindi la faccia!

RICORDA QUINDI CHE ...

1. Almeno per la tua attività devi imparare a essere social perché le possibilità che la rete offre sono infinite anche quando le tue risorse sono molto limitate!

2. Qualità e pertinenza sono sicuramente le caratteristiche che rendono vincenti un contenuto.

3. Quando parli di un argomento devi imparare a farlo ragionando da pesce e non da pescatore. Pensa a quali sono i problemi dei tuoi clienti potenziali o acquisiti, parlane, sollecita la loro ansia e racconta come puoi risolverli.

4. Indipendentemente dalla lunghezza del post e dal tipo di pubblicazione, se parli a un pubblico in target con la tua attività, il contenuto del messaggio sarà letto.

Supponiamo che tu abbia la fobia dell'aereo, scommetto che se collegandoti a Facebook trovassi un post intitolato "I 10 step da seguire per non avere più paura di volare", lo leggeresti senza badare alla lunghezza del testo!

COSA ASPETTI? BUONA CONDIVISIONE!



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



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 PLASTICITÀ**
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.
- 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.
- 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.
- VELOCITÀ DI APPLICAZIONE**
Le tempistiche dell'epilazione vengono dimezzate rispetto all'utilizzo di metodi tradizionali.
- FACILE RIMOZIONE**
Le cere SKIN'S sono flessibili e facilmente rimovibili dalla pelle con un semplice gesto.
- FORMAZIONE**
Percorso formativo ricorrente e gratuito.



Se vuoi saperne di più... **CONTATTACI** info@diomedibeaity.it

Visita le pagine: [f](#) Diomedì Estetica Professionale [i](#) diomedì_beaity

Per rimanere sempre aggiornata su novità e promo visita il sito www.diomedibeaity.it



Con NOI di Diomedi Beauty prima CONOSCI e poi SCEGLI!!

PREVENIRE è meglio che CURARE

Il lavoro negli ultimi tre mesi è stato molto impegnativo, per non dire sfiancante, e il GUADAGNO non ha ricompensato i sacrifici che hai fatto ?
 Gli APPUNTAMENTI che fino a qualche giorno fa hai incastrato come avresti fatto giocando a Tetris sono diventati un lontano ricordo ?
 Vorresti RIPOSARE qualche giorno ma non puoi perché i conti non tornano e hai bisogno di far salire gli incassi ?
 PREVENIRE È MEGLIO CHE CURARE.

QUELLO CHE STA ACCADENDO OGGI NEL TUO ISTITUTO NON È ALTRO CHE IL RISULTATO DELLE SCELTE CHE HAI FATTO FINO A IERI.

Con i nostri corsi di formazione hai la concreta possibilità di cambiare le dinamiche che ti tengono imprigionata nello schema "TANTO LAVORO - SCARSO GUADAGNO - POCHE SODDISFAZIONI". Dopo la pausa estiva siamo infatti prontissimi a ricominciare a pieno ritmo e lo facciamo proponendoti un **CALENDARIO RICCO DI APPUNTAMENTI**.

Ora che gli impegni in cabina sono diminuiti puoi ritrovare le energie fisiche e mentali, e pensare alla tua formazione.

Perché? Perché devi affinare la tua MANUALITÀ, devi aggiornare le tue COMPETENZE, devi ampliare le tue CONOSCENZE insomma, devi CRESCERE e diventare una vera professionista dell'estetica.

Calendario alla mano, **SCEGLI I CORSI CHE PIÙ DI INTERESSANO** e riserva il tuo posto, perché **SONO COME SEMPRE A NUMERO LIMITATO**.

SPECIALE PRO WEDDING

Anno Accademico 2019/2020

CORSO PRO WEDDING - Programma

- Giorno 1 - (8h) Domenica 13 Ottobre**
 - Studio del viso
 - Preparazione della pelle
 - Classificazione prodotti
 - Strumenti di lavoro
 - Teoria dei colori
- Giorno 2 - (8h) Lunedì 14 Ottobre**
 - Visi a tendenza lunga
 - Visi a tendenza corta
 - Chiaroscuri e volumi del viso
 - Trucco sopracciglia
 - Trucco labbra
 - Bordatura e sfumatura matita occhi
- Giorno 3 - (8h) Domenica 17 Novembre**
 - Ripasso generale
 - Studio delle sopracciglia
 - Allungamento occhi
- Giorno 4 - (8h) Lunedì 18 Novembre**
 - Abbassamento occhi
 - Rialzo occhi
 - Arrotolamento occhi
 - Chiaroscuri labbra
- Giorno 5 - (8h) Domenica 1 Dicembre**
 - Ripasso generale
 - Forme e correzione del viso
 - Correzioni orizzontali e verticali
- Giorno 6 - (8h) Lunedì 2 Dicembre**
 - Forme e correzioni degli occhi
 - Forme e correzioni delle sopracciglia
 - Applicazione eyeliner tradizionale
- Giorno 7 - (8h) Domenica 12 Gennaio**
 - Ripasso generale
 - Forme e correzioni del naso
 - Forme e correzioni del mento
 - Forme e correzioni della fronte
 - Forme e correzioni delle labbra
- Giorno 8 - (8h) Lunedì 13 Gennaio**
 - Correzioni discromie uomo
 - Trucco del viso e correzioni sull'uomo
- Giorno 9 - (8h) Domenica 9 Febbraio**
 - Ripasso generale
 - Creazione scheda trucco
 - Introduzione all'ambiente
 - Regole di comportamento
- Giorno 10 - (8h) Lunedì 10 Febbraio**
 - La sposa tradizionale
 - La sposa estrosa
 - La sposa moderna

ACQUISTA ENTRO IL 18 SETTEMBRE SCONTO €100

diomedi
 PAVOLAN ACADEMY

Via Palestro 50 - 43021 Porto Sant'Elpidio (PS) - 0734 300064 - info@diomedi-beauty.it - www.diomedi-beauty.it
 Diomedi Estetica Professionale - diomedi-beauty.it

DIAMO IL VIA AL NUOVO ANNO ACCADEMICO MAKE-UP organizzato in collaborazione con PaolaP. Ancora una volta protagoniste dei nostri appuntamenti formativi saranno solo ed esclusivamente le estetiste professioniste.

DEVI PARTECIPARE SE le tue conoscenze del make-up si sono fermate alla scuola di estetica.

DEVI PARTECIPARE PERCHÉ

- Perché il matrimonio è un business dalle grandi potenzialità e non devi rimanerne fuori.
- Perché se le tue clienti non ti considerano "esperta" potrebbero non affidarsi a te per il giorno del loro sì.
- Perché il tuo lavoro è in continua evoluzione e devi informarti sulle ultime tendenze make-up.

PARTECIPANDO

- Conoscerai il trucco sposa "dalla a alla z".
 - Padroneggerai tecniche, colori e strumenti diversi così da soddisfare le richieste di ogni tua cliente.
 - Farai un meraviglioso viaggio durante il quale imparerai ad analizzare la pelle e la morfologia del viso, studierai colori, farai molte ore di pratica e svilupperai il tuo stile personale.
- A GUIDARTI SARANNO dei make-up artist qualificati.

I corsi del mese di SETTEMBRE

CORSO Diagnosi Viso
 Workshop vendita
 Presentazione NUOVA LINEA

OZOCEUTICA FACE
 Domenica 15
 Lunedì 16 Settembre

Sede: Hotel Royal - Viale Enea Sesto Piacentini, 3 Casellina di Firenze

CORSO Diagnosi Viso
 Sede: Hotel Royal
 15/16 Settembre

Corso formativo di due giorni interamente dedicato alla diagnosi viso. Lo scopo è insegnare alle allieve come fare nel modo giusto diagnosi avanzate così da proporre alle clienti soluzioni mirate, personalizzate e capaci di dare risultati concreti. Si affronterà questo argomento passo dopo passo: check-up, domande da porre alla cliente, individuazione delle cause dell'inetestismo, comunicazione efficace e vendita dei programmi di bellezza. Per comprendere ancora meglio come gestire in modo corretto la comunicazione sono previste delle prove pratiche. Durante il corso sarà presentata la nuovissima linea viso OZOCEUTICA FACE.

perfection MASSAGE FACE
 22/23 Settembre

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

CORSO Perfection Massage Face
 Sede: Hotel Royal
 22/23 Settembre

Questo corso di massaggio insegnerà alle partecipanti come ottenere dei risultati straordinari su VISO, COLLO E DECOLTE', abbinando a una PARTICOLARE MANUALITÀ L'USO DI COPPETTE IN SILICONE. Grazie alla condizione di sottovuoto generata dalle coppette si riuscirà a ossigenare i tessuti, a drenare i liquidi, a rassodare i muscoli e a ottenere così un viso tonico, sano e luminoso.

Domenica 22 SETTEMBRE
 Diomedi Beauty / PORTO SANT'ELPIDIO

CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S

SESSIONE MATTUTINA DALLE 09.30 ALLE 12.30
SESSIONE POMERIDIANA DALLE 14.30 ALLE 17.30

INFO: Diego 334.1494778
 info@diomedi-beauty.it
 Via Palestro, 50

CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S
 Sede: Diomedi Beauty
 22 Settembre

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) e APPROFONDIRE la parte teorica, fondamentale per proporre in modo efficace il trattamento. Questa giornata è l'occasione perfetta per fare sempre meglio e per imparare a sfruttare le potenzialità di un prodotto eccezionale come SKIN'S. Non bisogna farsela scappare!

Lunedì 23 SETTEMBRE
 Hotel Villa Michelangelo - Via Lungofino 2
 CITTÀ SANT'ANGELO PESCARA

CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S

SESSIONE MATTUTINA DALLE 09.30 ALLE 12.30
SESSIONE POMERIDIANA DALLE 14.30 ALLE 17.30

INFO: Diego 334.1494778
 info@diomedi-beauty.it
 Via Palestro, 50

PRESENTAZIONE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S
 Sede: Hotel Villa Michelangelo
 23 Settembre

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) e APPROFONDIRE la parte teorica, fondamentale per proporre in modo efficace il trattamento. Questa giornata è l'occasione perfetta per fare sempre meglio e per imparare a sfruttare le potenzialità di un prodotto eccezionale come SKIN'S. Non bisogna farsela scappare!

A STAR IS BORN
 Parma 29/30 Settembre

3° Atelier dell'Innovazione
 Presentazione nuova linea prodotti viso per la rigenerazione cutanea

OZOCEUTICA NEOSKIN

3° ATELIER DELL'INNOVAZIONE
 Parma
 29/30 Settembre

Evento di due giorni dedicato alla celebrazione della nuova linea di prodotti viso OZOCEUTICA NEOSKIN. Grazie al "superzone 6000" e agli esclusivi blend firmati Beauty Spa, questa famiglia di prodotti è straordinariamente efficace per la rigenerazione cutanea. All'evento saranno presenti illustri ospiti ed esperti del settore cosmetico e scientifico, e si potrà vivere l'emozione di partecipare a una serata di gala con red carpet a Villa Malenchini, prestigiosa dimora del 1700 immersa nella campagna parmense.

I corsi del mese di OTTOBRE

dermalena
LUNEDÌ 7 OTTOBRE
Via Palestro, 50 - Porto Sant'Elpidio (FM)
ore 9.30-13.00

- Perché scegliere DERMALENA?
- Sistema innovativo (vedi brevetto), L'ACETILCISTEINA
- Risoluzione problemi (MECCANISMO ENDOGENO)
- Unicità prodotti (ATTIVI ad alta concentrazione)
- Efficacia nel lungo periodo
- Ricerca rivolta a prodotti altamente performanti (vedi NAILS REPAIR)
- Fidelizzazione clientela
- Nuovo ULTIMATE Mani e Piedi

PRESENTAZIONE DERMALENA
Sede Diomedì Beauty
7 Ottobre

Partecipa alla giornata di presentazione Dermalena, la linea di prodotti SPECIFICA per la cura delle MANI e dei PIEDI completamente made in Italy CHE 1. Vanta l'utilizzo di un componente chiave rivoluzionario, l'N-ACETILCISTEINA 2. Agisce non solo sulla manifestazione del problema, ma anche sulle CAUSE 3. Mette a tua disposizione una linea di prodotti con FORMULAZIONI DIVERSE a seconda dell'entità del disagio 4. Ti consente di ridurre i tempi di lavoro in cabina quindi di MARGINARE di più 5. AUMENTA le tue VENDITE.

CORSO PRO WEDDING
Domenica 13 Ottobre
Lunedì 14 Ottobre

Giorno 1 - (8h)
Domenica 13 Ottobre
Preparazione della pelle
Classificazione generale
Strumenti di lavoro
Teoria del color

Giorno 2 - (9h)
Lunedì 14 Ottobre
Vita e tecniche base
Vita e tecniche color
Chimica e scienza del color
Trucchi e trucchi
Strumenti e strumenti make-up

CORSO PRO WEDDING
1° Appuntamento
Sede Diomedì Beauty
13/14 Ottobre

Primo dei cinque incontri del percorso formativo di make-up organizzato in collaborazione con PaolaP. Il corso Pro-Wedding è aperto solo alle estetiste professioniste e nasce per accompagnare le allieve a un livello di preparazione tale da poter eseguire senza alcuna difficoltà i più elaborati trucchi sposa e non solo. Grazie alle spiegazioni teoriche e alle numerosissime esercitazioni pratiche le allieve riusciranno a realizzare make-up adatti a tutte le occasioni. In questo primo incontro verranno studiati la forma e i volumi del viso, si parlerà di come preparare la pelle al trucco, verranno spiegati i prodotti e gli strumenti di lavoro, verrà illustrata la teoria dei colori, verrà insegnato come truccare labbra e sopracciglia e come sfumare la matita sugli occhi.

CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S
BEST BRASILIAN WAXING

Domenica 20 OTTOBRE
Diomedì Beauty / PORTO SANT'ELPIDIO

SESSIONE POMERIDIANA
DALLE 14.30 ALLE 17.30

INFO: Diego 334.1494778
info@diomedibeauty.it
Via Palestro, 50

PRESENTAZIONE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S
Sede Diomedì Beauty
20 Ottobre

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) e APPROFONDIRE la parte teorica, fondamentale per proporre in modo efficace il trattamento. Questa giornata è l'occasione perfetta per fare sempre meglio e per imparare a sfruttare le potenzialità di un prodotto eccezionale come SKIN'S. Non bisogna farsela scappare!

GRANDI ZONE
SPECIALIZZAZIONE GRATUITO

21 OTTOBRE Porto Sant'Elpidio

INFO: Diego 334.1494778
info@diomedibeauty.it

CORSO GRANDI ZONE
Sede Diomedì Beauty
21 Ottobre

È un corso avanzato, dedicato a chi è cliente Skin's da almeno 3 mesi, organizzato 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!

CORSO EXTENSION CIGLIA
Domenica 20 Ottobre
Durata 1 giorno

PARTE TEORICA
Fasi di crescita della ciglia (fase di anageno)
Fasi di morte (catageno) - (telogeno)
Vita e ciclo della ciglia (durata del ciclo)
"Chimica del pelo"
Chimica del prodotto e la sua interazione con il pelo
Indicazioni e controindicazioni
Pratica sul modello

COMPETENZE CHE NE SEI ABILITATO A FARE:
Prezzo Diomedì Beauty - Via Palestro, 50
PORTO SANT'ELPIDIO - 0734.300904

CORSO EXTENSION CIGLIA
Sede Diomedì Beauty
20 Ottobre

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 extension ciglia con la tecnica one to one.

CORSO PRO BROW
LUNEDÌ 21 Ottobre
Henné sopracciglia epilazione filo arabo

PARTE TEORICA - Durata 1 giorno
- Descrizione e funzionalità del prodotto
- Origine metodo filo arabo
- Conoscimento della tecnica
- Spiegazione dell'uso del Pro Brow Wax e indicazione dei vari punti per realizzare la curva della sopracciglia

PARTE PRATICA
- Epilazione con Pro Brow Wax arabo
- Applicazione Pro Brow Wax
- Disegno del sopracciglio
- Applicazione Pro Brow Henné Color
- Creazione/definizione sopracciglia

INFO: Diego 334.1494778
info@diomedibeauty.it
Via Palestro, 50

CORSO PRO BROW
Sede Diomedì Beauty
21 Ottobre

Partecipando a questa giornata formativa: 1. Imparerai a depilare le sopracciglia e a eliminare la peluria del viso utilizzando il filo arabo. Questa antica tecnica di epilazione che si basa su una specifica manualità e sull'uso di un resistente filo di cotone è adatta a tutti i tipi di pelle, azzera il rischio di comparsa della follicolite e allunga i tempi di ricrescita del pelo. 2. Scoprirai come poter definire e correggere le sopracciglia utilizzando dei disegni specifici e il "Pro Brow", una polvere a base di henné che può essere considerata una validissima alternativa al trucco semipermanente.

CORSO KERATIN SYSTEM
Martedì 22 Ottobre
Durata 1 giorno

PARTE TEORICA
Anatomia dell'arcata e delle ciglia
Struttura e funzione
Temperatura ambiente

PARTE PRATICA
Chimica della cheratina
Pratica sul modello

COMPETENZE CHE NE SEI ABILITATO A FARE:
Prezzo Diomedì Beauty - Via Palestro, 50
PORTO SANT'ELPIDIO - 0734.300904

CORSO KERATIN SYSTEM
Sede Diomedì Beauty
22 Ottobre

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 rimpolpite.

BEAUTY LOCAL MARKETING
27/28 OTTOBRE

FOR WINNER

POSITIVITÀ
Fiducia e ambizione la rendono
cultura fondamentale
nella pratica

COMUNICARE
Non parlare mai di competitori
Non parlare mai di "prezzi"
Non parlare mai di "salotti"
Non parlare mai di "clienti"
Non parlare mai di "venditori"
Non parlare mai di "competitori"

IMPARARE COME ESSERE EFFICACE NEL WEB
Come creare un sito web

ESTETISTA VINCENTE IL TUO MERCATO È INTORNO A TE: "PRENDOLO"

CORSO BEAUTY LOCAL MARKETING
Sede Hotel Royal
27/28 Ottobre

Stage organizzato in collaborazione con l'ideatore del "Beauty Personal Branding" Maurizio Delucchi. Obiettivo delle due giornate è insegnare alle allieve come riconoscere, cogliere e sfruttare le opportunità offerte dal territorio in cui si opera così da ATTIRARE NUOVE CLIENTI e VINCERE LA CONCORRENZA. Durante il corso le allieve capiranno: perché è importante essere presenti nel web e come riuscirci, perché è importante comunicare e come creare contenuti di interessanti/di qualità, perché è importante avere un atteggiamento positivo e come coltivarlo, perché è importante creare con i clienti una community e come gestirla, perché è importante essere considerate un premio e non "una come tante".

Info e Prenotazioni

I corsi potrebbero subire delle variazioni e delle integrazioni. Per info, costi e prenotazioni e per rimanere sempre aggiornati **contattaci...**
Diomedì Beauty s.r.l.
Via Palestro, 50
63821 Porto Sant'Elpidio (FM)
0734.300904
info@diomedibeauty.it

www.diomedibeauty.it

Diomedì Estetica Professionale
diomedì_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, **SOLO SE TU HAI SUCCESSO** NOI ABBIAMO SUCCESSO...

Fai Squadra con Noi!

Grazie per l'attenzione!

Ci rivediamo a **GENNAIO 2020** per aggiornarti su tutto quello che **DOVRESTI SAPERE** e che gli altri **NON TI DICONO**.

Diomedì Beauty

diomedì
PRODOTTI - SERVIZI - FORMAZIONE
PER IL SUCCESSO DEL CENTRO ESTETICO



I corsi del mese di NOVEMBRE

CORSO Beauty Spa VISO
e specializzazione **NEOSKIN**
10/11 Novembre 2019

CORSO TEORICO PRATICO VISO

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

Info: Diego 334.1494778
info@diomedibeauty.it
Via Palestro, 50

CORSO Beauty Spa VISO
Sede Hotel Royal
10/11 Novembre

Due giornate formative in cui saranno illustrate le caratteristiche, le funzionalità e le performance di ogni linea e di ogni prodotto di questa eccezionale casa cosmetica. Durante il corso: saranno seguiti i contenuti del book tecnico per spiegare come molte delle "ricette cosmetiche" targate Beauty Spa nascono dalla sinergia tra linee e prodotti con lo scopo di dar vita a PROTOCOLLI DI LAVORO che consentano di ottenere risultati eccezionali - saranno affrontati MOLTI TEMI IMPORTANTI come idratazione, crono cosmesi, ritmi circadiani, disomie, utilizzo dell'ozono in campo estetico - si imparerà a capire con quali prodotti e con quali trattamenti RISPONDERE ALLE ESIGENZE E ALLE PROBLEMATICHE DI CHI SI PRESENTA IN ISTITUTO - verrà presentata la nuova straordinaria linea di prodotti NEOSKIN - verranno dati infine dei suggerimenti su come poter COMUNICARE PER AUMENTARE LE VENDITE dei prodotti di autocura e dei programmi dei trattamenti.

CORSO PRO WEDDING
Domenica 17 Novembre
Lunedì 18 Novembre

Giorno 3 - (8h)
Domenica 17 Novembre
Ripasso generale
Studio delle sopracciglia
Allungamento occhi

Giorno 4 - (8h)
Lunedì 18 Novembre
Allungamento occhi
Ripasso occhi
Anatomia occhi
Chimica labbra

CORSO PRO WEDDING
2° Appuntamento
Sede Diomedì Beauty
17/18 Novembre

Secondo dei cinque incontri del percorso formativo di make-up organizzato in collaborazione con PaolaP. Il corso Pro-Wedding è aperto solo alle estetiste professioniste e nasce per accompagnare le allieve a un livello di preparazione tale da poter eseguire senza alcuna difficoltà i più disparati trucchi sposa e non solo. Grazie alle spiegazioni teoriche e alle numerosissime esercitazioni pratiche le allieve riusciranno a realizzare make-up adatti a tutte le occasioni. In questo secondo incontro, dopo un ripasso generale, verranno studiate le sopracciglia, verrà insegnato come allungare-abbassare-alzare-arrotondare gli occhi e come fare i chiaroscuri alle labbra.

CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S
BEST BRASILIAN WAXING

Domenica 24 NOVEMBRE
Diomedì Beauty / PORTO SANT'ELPIDIO

SESSIONE POMERIDIANA
DALLE 14.30 ALLE 17.30

INFO: Diego 334.1494778
info@diomedibeauty.it
Via Palestro, 50

PRESENTAZIONE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S
Sede Diomedì Beauty
24 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) e APPROFONDIRE la parte teorica, fondamentale per proporre in modo efficace il trattamento. Questa giornata è l'occasione perfetta per fare sempre meglio e per imparare a sfruttare le potenzialità di un prodotto eccezionale come SKIN'S. Non bisogna farsela scappare!

MASTER CLASS SKIN'S
SPECIALIZZAZIONE GRATUITO

25 NOVEMBRE

INFO: Diego 334.1494778
info@diomedibeauty.it

CORSO MASTER CLASS SKIN'S
Sede Pescara
25 Novembre

Corso riservato alle clienti che sono entrate a far parte del mondo Skin's da almeno 8 mesi. L'obiettivo è perfezionare l'esecuzione del metodo e migliorare la capacità comunicativa per saper argomentare le proposte da fare alle clienti in istituto. Al termine del corso verrà rilasciata una TARGA che ATTESTA la SPECIALIZZAZIONE conseguita. In questo modo si entrerà a far parte della lista dei centri specializzati e segnalati al consumatore finale.