

La Gazzetta Dell'Estetica

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

**FORMATI e
ACQUISTA ma
NON FARTI
SPENNARE!**

SPECIALE



pag. 2

**ABBATTI le
DIFESE
MENTALI
delle tue clienti**

FOCUS



pag. 4

FORMAZIONE

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



pag. 7

Gennaio/Aprile 2020 - N. 11 - Quadrimestrale

Diomed Beauty News

PRODOTTI - SERVIZI - FORMAZIONE

PER IL SUCCESSO DEL CENTRO ESTETICO

EDITORIALE



Primo Gennaio ore 00.01
COSA MI RISERVERÀ L'ANNO APPENA INIZIATO?
Questa è la domanda che siamo abituati a farci allo scoccare della mezzanotte e a cui cerchiamo, mentre siamo attraversati da sentimenti contrastanti, di dare una risposta. **FIDUCIA ED ENTUSIASMO, DIFFIDENZA E TIMORE SONO LE DUE FACCE DI UNA STESSA MEDAGLIA CHE SI CHIAMA "DOMANI"**. Nella mente il passato incrocia il futuro spingendoci a fare riflessioni su "quello che è stato" e invitandoci a fare previsioni su "quello che sarà".

Se è vero che scrivere il futuro è impossibile, è altrettanto vero che possiamo condizionarlo con le nostre scelte di oggi. Ecco perché **IL PRIMO DEI DUE ARTICOLI** di questa undicesima edizione del Diomed Beauty News PARLA DI SCELTE. Chi si trova come te a gestire un centro estetico deve, tra le altre cose, relazionarsi e affidarsi a fornitori e a formatori. In questo "mare magnum" di venditori è molto importante che tu sappia distinguere i veri professionisti, che fanno della tua crescita il loro obiettivo primario, da chi vuole solo appiopparti prodotti o corsi di formazione spennandoti come un pollo.

Nel **SECONDO ARTICOLO** abbiamo scelto invece di parlare delle **RESISTENZE MENTALI** che impediscono alle tue potenziali clienti di sceglierti come loro estetista di fiducia. Seguendo i nostri suggerimenti riuscirai ad abatterle e ad aumentare quindi le vendite.

Ricorda che nel lavoro, come in ogni altro ambito della vita, a fare la differenza sono la passione per quello che si fa, la tenacia nel voler raggiungere i propri obiettivi e il coraggio di accettare nuove sfide. Nella big family **DIOMEDI BEAUTY** la passione, **LA TENACIA E IL CORAGGIO NON MANCANO MAI**, e **UNO DEI MODI CHE ABBIAMO PER CONTAGIARTI È SCRIVERE ARTICOLI** che possano spronarti a fare di più, a fare meglio e a credere in te stessa quindi ... BUONA LETTURA!

A presto!
Diomed Beauty

DICONO di NOI...

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





SPECIALE



Diomed Beauty *news* | Gennaio / Aprile 2020 - N. 11 |

Formati e **ACQUISTA** ma **NON FARTI SPENNARE!**

“A volte l’entusiasmo finisce per annebbiare gli occhi e per svuotare le tasche. Impara a ponderare le scelte che fai se vuoi tutelare ciò che hai costruito negli anni con fatica e sacrificio.”

“L’ENTUSIASMO SEGNA LA DIFFERENZA TRA LA MEDIOCRITÀ E LA REALIZZAZIONE” disse Norman Vincent Peale, uno dei più importanti predicatori statunitensi del cosiddetto “pensiero positivo”.

Sono assolutamente d’accordo con questa sua affermazione, ma **VICINO ALLA PAROLA ENTUSIASMO AGGIUNGEREI L’ AGGETTIVO REALISTICO.**

L’esperienza che sto maturando nel campo dell’estetica professionale e le vicissitudini di alcuni istituti di bellezza che ho avuto modo di conoscere da vicino, mi hanno fatto capire che **L’ ENTUSIASMO VERSO QUALCOSA O VERSO QUALCUNO NON DEVE MAI RENDERE CIECHI.** Se l’immobilismo non porta da nessuna parte, il buttarsi in una nuova avventura o il fidarsi incondizionatamente di qualcuno senza porsi domande, può mettere seriamente in pericolo ciò che è stato costruito negli anni con fatica e sacrificio.

Pensiamo al tuo lavoro, quali sono gli **ingredienti chiave su cui devi puntare** per svolgere con successo la tua attività di estetista?

1. La tua abilità tecnica, comunicativa e imprenditoriale
2. I prodotti con cui lavori

Entrambi gli ingredienti ti “costringono” a entrare in contatto con figure esterne al tuo istituto, nello specifico con dei formatori e con dei fornitori.

Per quanto tu possa contare su un’innata capacità relazionale, su una spiccata capacità gestionale e su una forte predisposizione al lavoro manuale da fare in cabina, **NON PUOI NON FORMARTI E NON PUOI NEMMENO ESIMERTI DALL’ ACQUISTARE PRODOTTI.**

Il lavoro è in continua evoluzione e se non vuoi essere travolta e schiacciata dal cambiamento, devi necessariamente stare al passo coi tempi.

Lo so, rimanere nella zona di comfort è molto spesso rassicurante. Nessun confronto con il mondo esterno in generale e con nessuna collega in particolare. In questo modo i servizi che offri, i prodotti che utilizzi, la politica del “tutto per tutti a prezzi onesti” che segui, l’attività di comunicazione che fai, le eventuali iniziative di marketing che metti in piedi, il sistema che adotti per gestire il personale, sembrano essere assolutamente perfetti.

Peccato che siamo nel 2020. Fuori dal tuo istituto c’è un mondo che cambia alla velocità della luce. Un mondo pronto a tagliarti fuori se non fai marketing, se non ti specializzi, se non offri dei servizi impeccabili e dei prodotti validi, se non comunichi anche attraverso i social.

Al giorno d’oggi non puoi limitarti a pensare “la pedicura come la faccio io non la fa nessuno”. Devi farlo sapere anche agli altri, devi dimostrare che quello che dici è vero, devi tenere in considerazione la realtà territoriale in cui ti trovi a lavorare quindi, devi fare anche i conti con la concorrenza.

LA FORMAZIONE PUÒ AIUTARTI A GESTIRE CON SUCCESSO IL TUO CENTRO ESTETICO.

Perché?

1. Perché ci sono corsi che **TI INSEGNANO A UTILIZZARE AL MEGLIO I PRODOTTI** che ogni giorno scegli di abbinare alla tua manualità.

Solo se conosci le caratteristiche dei tuoi strumenti di lavoro puoi sfruttare al meglio le loro potenzialità, raggiungere dei risultati concreti in cabina e fare delle proposte mirate, quindi efficaci, alle tue clienti. Ogni prodotto ha un ventaglio di possibilità di utilizzo che devi necessariamente conoscere se vuoi ideare un protocollo di lavoro che possa farti differenziare dalla concorrenza e se vuoi soddisfare le esigenze, anche quelle più sofisticate, delle tue clienti.

2. Perché ci sono corsi che **TI AGGIORNANO SULLE NUOVE TECNICHE E SULLE ULTIME TENDENZE DEL MONDO BEAUTY.**

La moda è per sua stessa natura passeggera e il crescente utilizzo dei social favorisce la diffusione virale di tendenze che riguardano anche il mondo dell’estetica professionale. Come puoi pensare che sia sufficiente lavorare con il bagaglio di conoscenze che hai acquisito grazie alla scuola di estetica che hai frequentato 10 o 20 anni fa? Le esigenze

del mercato cambiano rapidamente e se vuoi attirare nuove clienti e se vuoi evitare che quelle acquisite scappino verso centri estetici più all’avanguardia del tuo, devi saperle soddisfare.

3. Perché ci sono corsi di formazione che **TI AIUTANO A CAPIRE QUALI CANALI DI COMUNICAZIONE DEVI UTILIZZARE E COME DEVI UTILIZZARLI** se vuoi arrivare al tuo target di riferimento e se vuoi creare o aumentare l’engagement (coinvolgimento) delle tue clienti. Stories su Instagram? Post e sponsorizzate Facebook? Liste broadcast Whatsapp? Video su Youtube? Newsletter? Anche se fai parte della nuova generazione di estetiste “social e super tecnologiche” potresti comunque aver bisogno di capire come sfruttare al meglio i canali che già utilizzi. Se fai parte invece del gruppo di estetiste “old style” che fanno fatica a credere che oggi per lavorare sia necessario essere visibili e connessi, dovresti affidarti a chi può farti avvicinare a questo nuovo scenario comunicativo. Ti renderesti conto che oggi non è più sufficiente tirare su la serranda ed essere brave a fare qualcosa, e capiresti che respingendo il cambiamento il rischio di essere letteralmente “asfaltata” dalle nuove generazioni, anche quando i servizi che offrono sono qualitativamente inferiori ai tuoi, è davvero molto alto.

4. Perché ci sono corsi di formazione che **TI INSEGNANO A FARE VALUTAZIONI E DIAGNOSI, A CHIUDERE PACCHETTI E A VENDERE PRODOTTI.**

Fai parte del gruppo delle estetiste sfrontate, brave con le parole e sicure di loro stesse?

Oppure fai parte del gruppo delle estetiste che hanno paura di esporsi, che non sanno come passare dalla diagnosi alla vendita, che hanno timore di infastidire le proprie clienti per il semplice fatto di proporre un prodotto o un percorso di trattamenti?

Non basta essere brave con le mani, per ingranare la

marcia giusta bisogna chiudere pacchetti e vendere prodotti per l’autocura domiciliare senza sudare sette camicie. Riuscirci non è impossibile, devi solo:

- imparare a fare diagnosi e iniziare ad assumere un atteggiamento professionale, perché solo in questo modo le parole che dici avranno un peso per le tue clienti
- scoprire come portare le tue clienti a parlare del loro problema estetico

- trovare il modo giusto per mettergli sotto il naso la tua soluzione

- indurle ad affidarsi a te senza ricevere obiezioni sul prezzo

5. Perché ci sono corsi di formazione che **TI INSEGNANO A RAPPORTARTI NEL MODO GIUSTO CON LE CLIENTI.**

Ogni persona ha la sua personalissima chiave di accesso. Chiave che potresti tranquillamente permetterti d’ignorare se solo il tuo lavoro non ti facesse stare costantemente a contatto con altri esseri umani. Che cosa devi imparare a fare per entrare in sintonia con le tue clienti? Ascoltare e non necessariamente consigliare, abbandonare il giudizio facile, comprendere (che non significa condividere!), entrare in empatia. In questo modo chi decide di affidarsi a te, ascolterà i tuoi consigli, accetterà le tue proposte e sarà fedele al tuo istituto.

L’elenco che hai appena letto dovrebbe averti fatto capire che:

- Il successo del tuo centro estetico non dipende da quanta fortuna hai, ma dalla sinergia positiva che riesci a creare tra i prodotti che usi e le capacità manuali, imprenditoriali e comunicative che possiedi e che riesci a sviluppare nel tempo.

- Per acquistare i prodotti con cui lavori devi rivolgerti alle aziende fornitrici o ai distributori/agenti che le rappresentano, e che se vuoi aumentare le tue conoscenze

dermalena

® ITALIAN COSMECEUTICAL

U

ULTIMATE

NAC POWER

IL POTERE DELL’ ACETILCISTEINA

PER RISCOPRIRE LA PELLE DI UN BAMBINO

#maniepidi

DERMALENA, IL MODO PIÙ SEMPLICE PER UN **RISULTATO UNICO!**

dermalena

Hands&Feet

ULTIMATE

CREMA 24H

Lenitiva ed Attivante

la Microcircolazione

Trattamento per prevenire tutti i principali

inestetismi stagionali di mani e piedi

dermalena

50ml e NET WT 1.7 OZ.

Ricordati che...

SODDISFAZIONE

100%

GARANZIA

Azione vaso-protettiva

Azione lenitiva cutanea

Azione antinfiammatoria

Azione riscaldante delicata

Azione antiage e anti-photoaging

Se vuoi saperne di più...

CONTATTACI

info@diomedibeaity.it

Visita le pagine:

Diomed Estetica Professionale

diomedibeaity

Per rimanere sempre aggiornata su novità e promo visita il sito

www.diomedibeaity.it

pag.2

e il tuo livello di professionalità devi affidarti a dei formatori. **FORNITORI E FORMATORI, SONO QUESTE LE FIGURE CON CUI DEVI INTERAGIRE PER PORTARE AVANTI LA TUA ATTIVITÀ.**

È proprio tra queste due categorie di professionisti che ho notato innerscarsi, da qualche tempo a questa parte, un crescente antagonismo. Formatori che demonizzano chi fornisce prodotti ai centri estetici, e aziende di brand più o meno famosi che non perdono occasione per attaccare chi ha fatto della formazione il proprio lavoro.

Chi ha ragione? Difficile, se non impossibile, dirlo.

Le motivazioni che mi spingono a non schierarmi a priori da una parte o dall'altra, sono le stesse motivazioni che dovrebbero guidarti nel momento in cui ti trovi a scegliere l'azienda fornitrice o il formatore a cui affidarti.

PARTIAMO ANALIZZANDO LA CATEGORIA DEI FORMATORI.

In giro tutti, ma proprio tutti, parlano di quanto sia importante aumentare in ambito lavorativo le proprie competenze e conoscenze. Grazie a questa crescente presa di coscienza, il settore della formazione è stato letteralmente preso d'assalto da coaching più o meno preparati che, anche nel mondo dell'estetica professionale, sbucano come lumache dopo una giornata di pioggia.

È ovviamente sbagliato fare di tutta l'erba un fascio.

CI SONO FORMATORI ONESTI E PREPARATI, capaci di aiutare realmente i centri estetici a fare il famoso "salto di qualità".

CI SONO I COSIDDETTI "FUFFA COACHING" che si proclamano salvatori del mondo e che all'atto pratico finiscono solo per togliere ossigeno a chi decide di affidarsi a loro.

CI SONO I "COACHING IMPROVVISATI" che si mettono a fare corsi di formazione solo per alimentare l'ego e per gonfiare le tasche, anche se fino al giorno prima facevano tutt'altro. Di quest'ultima categoria non voglio nemmeno parlare, perché visto il poco seguito che hanno, possono per fortuna a fare pochi "danni".

ECCO UN BREVE IDENTIKIT DEL "FUFFA COACHING" A CUI DEVI STARE ALLA LARGA.

- **sparla indistintamente di tutti i fornitori**, accusandoli di appiappare prodotti e di togliere preziose risorse economiche dalle tasche delle estetiste e poi ... chiede somme spropositate per accedere ai corsi di formazione che organizza.

- **fissa cifre folli** per sottoscrivere l'abbonamento mensile con cui darà "assistenza strategica" alle iscritte e poi ... mese dopo mese ripete sostanzialmente le stesse cose.

- **predica di voler aiutare chi ha deciso di affidarsi a lui e poi ... apre un franchising** a pochi chilometri, per non dire metri, dal centro estetico di chi gli ha fatto incassare fino a quel momento tanti bei soldoni. In pratica il suo spronarti a puntare su te stessa e a differenziarti dal resto del mondo va a farsi benedire. Affiliandoti al suo franchising non diventerai altro che una delle sue tante dipendenti.

Certo, puoi sempre scegliere di non accettare la sua proposta, chissà poi se alla tua più acerrima concorrente sarà casualmente fatta la stessa offerta?

- **invia tecniche a supporto** delle corsiste per aiutarle in occasione delle giornate a porte aperte e poi ... quello che doveva essere **un aiuto finisce per diventare un ostacolo**. Non solo per avere questo servizio bisogna sborsare una bella cifra, ma i risultati ottenuti con iniziative di questo tipo si rivelano spesso insoddisfacenti. La tecnica che arriva in istituto non conosce nulla degli strumenti di lavoro (prodotti) che vengono usati quotidianamente, non riesce a personalizzare le offerte e finisce per compromettere il numero delle vendite concluse.

- **batte il chiodo sull'importanza della differenziazione** e poi ... tutti gli istituti presenti in un certo paese possono potenzialmente frequentare i corsi che organizza e mettere in pratica le strategie suggerite durante la formazione, creando il tanto famigerato **"effetto fotocopia"**.

PASSIAMO ORA AD ANALIZZARE LA CATEGORIA DI CHI FORNISCE PRODOTTI AI CENTRI ESTETICI.

C'è chi è collaborativo e sempre sul pezzo, e c'è chi invece si alza ogni mattina mosso da un unico intento: appiappare più prodotti possibili indipendentemente da tutto e da tutti. **ECCO UN BREVE IDENTIKIT DELL' AZIENDA, DEL DISTRIBUTORE O DELL'AGENTE A CUI DEVI STARE ALLA LARGA.**

- **Accusa i formatori di "vendere aria fritta"** e sostiene che il successo di qualunque centro estetico dipenda dal prodotto utilizzato in cabina. Peccato che quel prodotto, seppur ottimo, non possa vendersi da solo. Chi lo acquista deve riuscire a utilizzarlo al meglio, farlo conoscere e farlo apprezzare dalle clienti che frequentano il centro. Inutile mettere alla guida di una Ferrari un nonnino di 90 anni. Non solo le prestazioni dell'auto sarebbero sicuramente compromesse, ma il tragitto diventerebbe addirittura



BEAUTY SPA
natural resources

OZOCEUTICA NEOSKIN



LA RIGENERAZIONE
CON ACIDI ORGANICI:
EFFETTO RINASCITA

RINNOVANTE | LIFTANTE | RIDENSIFICANTE

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

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

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

pericoloso!

- non tiene conto delle necessità, dei sogni e delle aspettative delle persone che ha di fronte, ma **tratta le proprie clienti come se fossero bancomat da cui prelevare soldi**. Le proposte personalizzate che offre sono quindi pochissime per non dire inesistenti.

- **fissa quantitativi minimi d'acquisto** senza preoccuparsi della reale "capacità di smaltimento" propria di ciascun istituto. Poco gli importa del magazzino che lievita, delle tasse sulle rimanenze che aumentano e del conto costantemente in rosso di cui le clienti continuano a lamentarsi.

- **si limita a vendere e a incassare**. Non si preoccupa né di dare un'adeguata assistenza post-vendita, né di organizzare corsi di formazione (soprattutto se gratuiti!) che possano aiutare le proprie clienti non solo a livello tecnico, ma anche a livello comunicativo e commerciale.

- **non tutela la categoria**. Via libera alla vendita selvaggia dei prodotti. Il primo obiettivo è vendere, quindi poco importa se la stessa crema corpo, la stessa cera epilatoria, lo stesso mascara finiscono nelle mani dei privati o in quelle delle estetiste abusive.

Hai appena letto i dieci modi di operare (5 che riguardano i formatori e 5 che riguardano i fornitori) che dovrebbero aiutarti a fare le giuste valutazioni su chi incontri a lavoro. Come ho già sottolineato nelle righe precedenti, **NON È POSSIBILE MITIZZARE I FORMATORI E DENIGRARE I FORNITORI, OPPURE FARE IL CONTRARIO**. Ciascuna categoria conta al suo interno molte persone valide, diverse persone mediocri e purtroppo anche qualche "mela marcia".

Quello di cui sono fermamente convinto è che non sia possibile tracciare una netta linea di demarcazione tra formazione e fornitura di prodotti, perché sono due mondi tra loro comunicanti. Chi si occupa di formazione non può e non deve minimizzare il ruolo chiave che i prodotti svolgono per il successo dell'attività, e chi si occupa della vendita dei prodotti non può prendere gli ordini, incassare e consegnare la merce senza curarsi di tutte quelle variabili che entrano in gioco nella gestione di un centro estetico. Per questa ragione nella nostra realtà aziendale la vendita è stata presto contaminata dalla formazione. Oltre a dare alle clienti i migliori strumenti di lavoro, con il passare del tempo abbiamo sentito la necessità di sostenerle nella loro crescita professionale e personale. Corsi gratuiti sull'uso dei prodotti, sulla diagnosi e sulle tecniche di vendita, corsi professionalizzanti sulle ultime tendenze del mercato beauty, sul marketing e sulla corretta comunicazione da fare in istituto. Questi sono solo alcuni degli appuntamenti formativi che mettiamo a disposizione di chi decide di affidarsi a noi. **L'obiettivo che perseguiamo giorno dopo giorno? Aiutare i centri estetici a conquistare traguardi mai raggiunti prima dando loro la massima libertà decisionale.**

Le nostre clienti, oltre a ottenere soddisfazioni economiche e personali, devono infatti sentirsi libere di scegliere, e tu ... Tu non devi consentire a nessuno di mettere le mani su quello che hai costruito negli anni con passione, fatica e sacrificio. **CHI TI CIRCONDA DEVE ARRICCHIRTI E NON SPENNARTI**, impara quindi a capire quando vale la pena aprire la porta del tuo istituto e quando invece per "salvarti" devi chiuderla a doppia mandata!



FOCUS

ABBATTI le DIFESE MENTALI delle tue clienti

“Se vuoi aumentare le vendite devi abbattere le resistenze mentali di chi potrebbe potenzialmente diventare cliente del tuo istituto. Riuscirci è possibile, devi solo scoprire come fare.”

E SISTE UN MURO, UN MURO INVISIBILE, CHE SEPARA LE TUE POTENZIALI CLIENTI DALL' ISTITUTO.

Immagina che sia FORMATO DA SETTE MATTONI solidi e resistenti, e che solo armandoti dei giusti strumenti tu possa abbatterlo entrando così in contatto con chi, fino a quel momento, non era riuscito a muovere alcun passo verso di te. QUESTI MATTONI SONO I BLOCCHI MENTALI CHE PARALIZZANO LE TUE POTENZIALI CLIENTI impendendo loro di fare lo “switch” che potrebbe trasformarle in clienti acquirenti.

Scopriamo quali sono questi sette mattoni e come puoi demolirli uno dopo l'altro per raggiungere chi si trova al di là del muro, con l'obiettivo finale di acquisire nuove clienti e aumentare di riflesso le vendite.

PRIMO MATTONI: L' ARTIFICIOSITÀ

Chi nel comunicare in forma scritta o vis a vis è privo di naturalezza, finisce per allontanare il proprio interlocutore. In linea generale LE PERSONE ALLE PRESE CON L' ACQUISTO di un prodotto o di un servizio apprezzano infatti la spontaneità e l'autenticità della persona con cui si rapportano, e DETESTANO LA SACCENTERIA E LA MEGALOMANIA DI CHI STA CERCANDO DI CONCLUDERE UNA VENDITA.

Come dovresti comportarti quindi con le persone con cui ti relazioni ogni giorno? Nel raccontare di te e del lavoro che fai DOVRESTI EVITARE DI APPARIRE COSTRUITA E CONTROLLATA, in poche parole, dovresti consentire al tuo lato umano di uscire e di farsi conoscere. Certo, non è facile farlo, perché sin da piccoli ci è stato inculcato che ammettere di non essere bravi a fare una certa cosa equivale a dire di essere degli incapaci. In realtà però, se riconosci una debolezza o se confessi un limite, non comprometti la tua professionalità ma, al contrario, la rafforzi.

SUGGERIMENTO: quando sei di fronte alle tue clienti oltre a parlare di quello che sai fare alla perfezione e che dovrebbe, come sempre ribadisco, corrispondere alla tua specializzazione, dovresti imparare a dire con trasparenza quali sono le cose che hai scelto di non approfondire o che credi sia giusto non fare.

La maggior parte delle persone ama autocelebrarsi gridando al mondo intero che sa fare benissimo tutto per tutti. Peccato che chi sta ad ascoltare finisca per pensare “ok, tutto bellissimo ma ... dove sta la fregatura?”.

Se impari a dire “non posso”, “non riesco”, “preferisco non fare” allora significa che tutti gli altri servizi che offri sono servizi che svolgi in modo impeccabile. In poche parole L' AMMISSIONE DELLA DEBOLEZZA FINISCE PER RAFFORZARE TUTTO QUELLO CHE DICI andando avanti con la conversazione. Ricorda che questo è il primo dei potentissimi mezzi che hai a disposizione per abbassare le difese delle clienti e per differenziarti dalla concorrenza.

SECONDO MATTONI: LA FALSITÀ

Quando fai un'offerta, il dubbio più comune che assale le tue potenziali clienti è: posso fidarmi?

Quello che SI CHIEDONO È SE POSSONO CREDERE ALLE TUE PAROLE, se il trattamento che proponi è veramente adatto a loro, se gli straordinari risultati di cui parli sono solo una prospettiva seducente o se rappresentano invece una possibilità concreta a cui potersi aggrappare.

PRIMO SUGGERIMENTO: NON PROMETTERE QUELLO CHE NON PUOI MANTENERE. Millantare capacità mai avute o mai sviluppate, e decantare risultati strepitosi mai ottenuti è assolutamente sconsigliabile. Le aspettative che crei e che non riesci a soddisfare sono come un boomerang: presto o tardi tornano indietro inferendo un colpo estremamente doloroso. La sincerità viene sempre premiata, per questo devi evitare di essere attaccata per qualcosa che hai omesso di dire.

SECONDO SUGGERIMENTO: NON ATTEGGIARTI DA “TUTTOLOGA”. Credere nelle proprie capacità e parlare delle proprie attitudini è fondamentale per emergere e avere successo ma, come ho scritto nelle righe precedenti, non devi mai dichiararti “esperta di tutto”. Non avere quindi paura di dire “no” a chi ti chiede un servizio che sai di non poter svolgere in modo ineccepibile o su cui hai



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

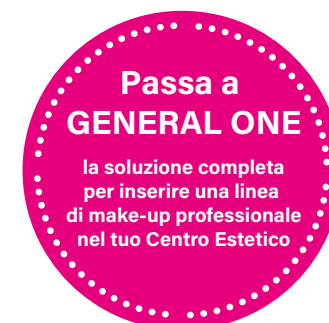
Campagne pubblicitarie su riviste consumer, di settore e sui social network per garantire lo sviluppo di una forte brand identity.

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.



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

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

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

semplicemente deciso di non investire.

Vuoi distruggere il “mattoni della falsità”? ESISTE UNO STRUMENTO INFALLIBILE: LA TESTIMONIANZA. Le parole positive spese da altri sul tuo modo di lavorare e di curare il cliente, avranno un grandissimo impatto su chi sta valutando se accettare o meno la tua proposta beauty.

TERZO MATTONI: L' INCOMPATIBILITÀ

IL LAVORO DI ESTETISTA CHE SVOLGI TI PORTA A STARE CONTINUAMENTE A CONTATTO CON PERSONE CHE HANNO UNA STORIA, UNA SENSIBILITÀ, UN MODO DI PARLARE DIVERSI.

Con alcune di loro hai una grande affinità, con altre faresti volentieri a meno di interagire, ma al di là delle tue considerazioni personali, se vuoi vendere, devi imparare a relazionarti anche con chi è diametralmente opposto a te. Le clienti con cui ti relazioni per la prima volta si fanno puntualmente due domande: mi capisce/mi ascolta davvero? È piacevole interagire con lei?

PRIMO SUGGERIMENTO: “Io sono così, chi mi ama mi segue” funziona (forse) con parenti, amici e conoscenti, ma non con i clienti. Se vuoi che la persona con cui parli non finisca per pensare che cerchi solo di appioppargli qualcosa e se vuoi che si inneschi una conversazione piacevole, devi imparare a cambiare registro a seconda di chi hai di fronte.

SECONDO SUGGERIMENTO: non puoi limitarti a raccontare i benefici dell'offerta che stai facendo e a spiegare in modo tecnico il prodotto o il servizio che offri. Gli altri penserebbero sicuramente che sei una grande professionista del settore beauty ma questo, data la naturale diffidenza di chi non è mai entrato in contatto con

te, non sarebbe sufficiente per concludere vendite.

Vuoi abbassare le difese delle tue potenziali clienti? Scopri che problemi hanno e mentre parli, impara a utilizzare le AFFERMAZIONI EMPATICHE. Sono frasi capaci di mettere a proprio agio la persona che hai di fronte portandola a pensare che capisci perfettamente le difficoltà che sta affrontando. Solo quando una persona sente di essere compresa riesce infatti ad aprirsi e ad affidarsi a qualcuno. Ecco alcuni esempi di affermazioni empatiche:

- se mi trovassi nella sua condizione mi sentirei esattamente allo stesso modo, anzi forse sarei ancora più deluso/arrabbiato/stanco/demotivato
- questo infastidirebbe anche me
- io avrei le sue stesse perplessità/paure
- ha pienamente ragione
- una cosa simile è capitata anche a me quando ...
- nel mio piccolo ho vissuto una situazione non uguale, ma simile.

Se la persona con cui ti relazioni ti dice che ha buttato soldi e tempo perché due estetiste non sono riuscite a risolverle un certo problema, puoi fare una grandissima cavolata e difendere la tua categoria, oppure fare una cosa intelligente ed essere comprensiva. In che modo? Facendo alcune affermazioni empatiche e raccontando magari che prima di trovare il dentista giusto per tuo figlio, hai preso quattro abbagli e speso inutilmente centinaia di euro. In questo modo la persona che hai di fronte capirà che hai avuto un problema simile al suo e a quel punto penserà che tutto vorresti, tranne che metterla ancora una volta in difficoltà.

TERZO SUGGERIMENTO: ESPONITI PER LORO.

Di apertamente quello che la cliente che hai di fronte non ha il coraggio di dire e diventerai la sua eroina. Le persone che non ti conoscono, un po' per vergogna un po' per diffidenza, fanno fatica a parlare dei loro problemi personali e finiscono per tacere o per dire mezze verità. Prova a dire una frase del tipo "che poi uno se non si sente in forma finisce per vivere male anche i dieci giorni di vacanza tanto sospirati" oppure "poi quando ti vedi con il viso spento non riesci nemmeno a trovare la voglia di valorizzarti e finisce che non sai da dove iniziare per sentirti meglio", vedrai che riuscirai ad abbassare le difese mentali delle clienti.

QUARTO MATTONI: L' INCERTEZZA

Le clienti, prima di affidarsi a te e al tuo staff, si pongono inevitabilmente alcune domande legate al servizio che offri: sapranno soddisfare le mie esigenze? Come opereranno? Cosa faranno nel caso in cui non dovessi raggiungere i risultati sperati? Le più diffidenti potrebbero addirittura pensare "se pago in anticipo un programma di trattamenti e poi chiudono, sarò rimborsata?".

In fondo tutti noi manifestiamo, più o meno esplicitamente, il BISOGNO DI ESSERE RASSICURATI PRIMA DI SPENDERE I NOSTRI SOLDI. Lo facciamo se andiamo a comprare un mobiletto per il bagno, figuriamoci quando in ballo c'è la nostra salute e bellezza.

SUGGERIMENTO: prendi la buona abitudine di presentare a chi si avvicina per la prima volta al tuo centro estetico: il tuo modo di lavorare, le persone che metteranno le mani sul loro viso/corpo, il progetto "step by step" che hai elaborato per loro, cosa garantisci e cosa faresti qualora dovessero essere disattese le loro aspettative.

Anche in questo caso l'esperienza positiva avuta dalle tue "già clienti" potrebbe giocare un ruolo decisivo, non esitare quindi a raccogliere le loro testimonianze!

QUINTO MATTONI: L' INCOMPRESIONE

COMUNICARE UTILIZZANDO PAROLONI TECNICI "FA TANTO FIGO", PECCATO CHE NOVE CLIENTI SU DIECI FINISCANO PER NON CAPIRE CIÒ CHE È STATO DETTO O SCRITTO E CHE, COSA ANCORA PIÙ GRAVE, FINISCANO PER NON CONFESSARLO. Molte persone pur non avendo compreso il significato di alcune parole e il senso del discorso che gli è stato fatto, preferiscono fingere che sia tutto chiaro piuttosto che fare la figura del fesso o dell'ignorante.

SUGGERIMENTO: la comprensione reale è fondamentale. Evita di parlare o di creare contenuti impiegando tecnicismi, il tuo obiettivo deve essere emozionare e vendere, non dare prova (almeno in questa fase) delle tue immense conoscenze teoriche.

SESTO MATTONI: LA MEDIOCRITÀ

SE I SERVIZI O I PRODOTTI CHE OFFRI VENGONO PERCEPITI COME "NON STRAORDINARI", chi si avvicina al tuo istituto per la prima volta finirà per farsi due domande:

- ne ho realmente bisogno?

- sto scegliendo la soluzione migliore tra quelle presenti nel mercato?

SUGGERIMENTO: se vuoi spingere la cliente all'acquisto devi far in modo che la tua soluzione al suo problema diventi irrinunciabile. Non solo devi far affiorare la sua esigenza latente, qualora lo sia, ma devi convincerla che nella zona non c'è altro istituto di bellezza al di fuori del tuo, capace di soddisfarla pienamente.

SETTIMO MATTONI: LA SMISURATEZZA

A formare l'ultimo mattone di questo ingombrante muro divisorio è la SMISURATEZZA DEL PREZZO CHE HAI DECISO DI FISSARE PER I SERVIZI O PRODOTTI CHE OFFRI. Se secondo le tue potenziali clienti la cifra che chiedi non è equa all'offerta che fai, con buona probabilità finiranno per non acquistare. Qui entrano in gioco degli argomenti che mi stanno particolarmente a cuore: la specializzazione, la differenziazione, l'autorità.

SE continui a essere un'estetista "come tante" che fa tutto ordinariamente e nulla straordinariamente ...

SE continui a non investire nella tua formazione e ad accontentarti di quello che hai imparato alla scuola di estetica ...

SE continui a non curare i dettagli e a non trasformare i tuoi servizi in vere e proprie esperienze ...

SE continui a non raccontare il tuo lavoro e il tuo percorso di crescita professionale ...

SE continui a non utilizzare le grandissime potenzialità dei social perché ti sembra inutile o addirittura ridicolo "metterci la faccia" ...

SE continui a non dare garanzie legate ai prodotti che vendi e ai risultati che ottieni in cabina ...

ALLORA IL TUO DESTINO È GIÀ SCRITTO.

Per continuare a vendere i tuoi mediocri servizi e per tenere in piedi il tuo mediocre istituto, dovrai metterti l'armatura e



La pillola di saggezza

“ I clienti, non i concorrenti decidono chi vince la guerra.”

PHILIP KOTLER

lottare con altre estetiste che come te, per sopravvivere, sono costrette ad abbassare i prezzi svuotando le proprie tasche. Solo se ti specializzi, se ti differenzi, se ti aggiorni, se agli occhi delle tue clienti sei un'autorità, non arriveranno obiezioni di prezzo.

Dal mio punto di vista i clienti con cui ti relazioni e che non dicono subito "sì, lo voglio!" non dimostrano di avere un'infondata circospezione, ma una giusta cautela. **Purtroppo in Italia siamo ancora legati all'idea che una persona che non ci ha mai visto, che non ci ha mai sentito e conosciuto, possa decidere dall'oggi al domani di acquistare da noi dopo un unico e banalissimo approccio.** Oggi noi imprenditori (ricordati che anche tu sei un'imprenditrice) ci troviamo a operare in un mercato saturo, lavoriamo con clienti a cui arrivano senza sosta le più disparate proposte commerciali e ci rapportiamo con consumatori sempre più informati e scaltri nel cercare la

soluzione migliore tra le mille disponibili.

Se vuoi che le tue potenziali clienti sentano il desiderio di affidarsi a te per soddisfare un determinato bisogno, devi fare tanti piccoli step capaci di creare un legame sempre più forte con loro.

Essere abbastanza bravi non è sufficiente per acquisire nuovi clienti, e vendere "una volta" qualcosa non è sufficiente per cantare vittoria.

Solo se in istituto arrivano regolarmente nuove persone, solo se le clienti che si affidano a te sono così soddisfatte da essere disposte a spendere di più e a fare passaparola, puoi dire di aver imboccato la giusta direzione. NOI POSSIAMO GUIDARTI IN QUESTO PERCORSO DOVE A ESSERE PREMIATI SARANNO L'IMPEGNO, LA PASSIONE E LA VOGLIA DI FARE SEMPRE MEGLIO!

MISS 
NAIL DIFFERENT

KERALAC

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



Se vuoi saperne di più...

CONTATTACI info@diomedibeauty.it

Visita le pagine:



Diomedi Estetica Professionale



[diomedibeauty](https://www.instagram.com/diomedibeauty)

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

Il PRIMO CLUB a NUMERO CHIUSO dell'estetica nato per PREMIARE gli acquisti delle CLIENTI

Ancora non sei ENTRATA a far parte del CLUB81?

Con l'arrivo del nuovo anno siamo pronti ad accogliere nuovi istituti di bellezza intenzionati a trasformare la loro spesa in imperdibili vantaggi!
COSA ASPETTI? IL CLUB È A NUMERO CHIUSO...

Sei già MEMBRO?

Quest'anno abbiamo introdotto una straordinaria **NOVITÀ**.
All'interno del Club puoi crescere di status e ricevere così maggiori **PRIVILEGI...**

Il nostro OBIETTIVO?

Ringraziare chi decide di riporre la propria fiducia in NOI scegliendo di lavorare al nostro fianco anno dopo anno.
Ecco le foto di alcuni centri estetici entrati ufficialmente a far parte del CLUB81





FORMAZIONE



Diomed Beauty *news* | Gennaio / Aprile 2020 - N. 11

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

I corsi del mese di GENNAIO

Una delle cose che ci differenzia da tutti gli altri fornitori?
L'offerta formativa che, nella stragrande maggioranza dei casi, offriamo in modo completamente gratuito.

Perché investiamo così tanto nella tua formazione?

Perché solo se arricchisci il tuo bagaglio di conoscenze puoi fare il vero salto di qualità e ottenere le soddisfazioni personali ed economiche che oggi purtroppo fatichi a raggiungere. **Perché devi partecipare?**

- **Per offrire** un'estetica sempre più avanzata.

- **Per specializzarti**

- **Per essere sempre al passo con le ultime tendenze del mondo beauty.**

Guarda il nuovo calendario, scopri quale corso ti interessa e contattaci se hai bisogno di avere maggiori informazioni.

Ricorda che i nostri appuntamenti formativi sono sempre a numero limitato, quindi non perdere tempo e riserva il tuo posto! Ti aspettiamo!

CORSO PRO WEDDING
4° Appuntamento
Sede: Diomed Beauty
12/13 Gennaio

**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 della labbra

**Giorno 8 - (8h)
Lunedì 13 Gennaio**
Correzioni discromie uomo
Trucco del viso e correzioni sull'uomo

Quarto 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 penultimo incontro, dopo un ripasso generale, le allieve impareranno a correggere la forma del naso, del mento, della fronte e della labbra, e scopriranno come truccare il viso dell'uomo e come migliorare le eventuali discromie.

Domenica 26 GENNAIO
Diomed Beauty
PORTO SANTELEPIDIO

CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S

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

BEST BRASILIAN WAXING
INFO: Diego 334.1494778
info@diomedbeauty.it
Via Palestro, 50

CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S
Sede: Diomed Beauty
26 Gennaio

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 imparare a sfruttare le potenzialità di un prodotto eccezionale come SKIN'S. Non bisogna farsela scappare!

BEAUTY SPA natural resources diomed

OZOCEUTICA NEOSKIN

19 Gennaio
CORSO TEORICO/PRATICO
di specializzazione
"NEOSKIN"
"Patentato Acido"

20 Gennaio
CORSO
BEAUTY SPA Viso

LA RIGENERAZIONE CON ACIDI ORGANICI
EFFETTO RINASCITA
RINNOVANTE LIFTANTE RIDENSIFICANTE

CORSO OZOCEUTICA NEOSKIN
Bologna
19/20 Gennaio

FUORI SEDE

Due giornate full immersion dedicate al viso che ti daranno la possibilità: 1. di scoprire le grandissime potenzialità della nuovissima linea Neoskin frutto della combinazione tra proprietà rigeneranti degli acidi organici e potere bio-dinamizzante dell'olio ozonizzato 2. Di fare esercitazioni pratiche. 3. Di ottenere il "Patentino Acido Neoskin". Questa nuovissima linea targata Beauty Spa, vuole dare una nuova pelle al viso trattando con risultati straordinari le criticità cutanee più difficili da combattere come: rughe profonde, cedimento dell'ovale, anelasticità, invecchiamento precoce, macchie e pori dilatati, pelle affaticata dalla fase pre o post menopausa, esiti cicatriziali.

Lunedì 27 GENNAIO
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

BEST BRASILIAN WAXING
INFO: Diego 334.1494778
info@diomedbeauty.it
Via Palestro, 50

CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S
Sede: Hotel Villa Michelangelo - Pescara
27 Gennaio

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 imparare a sfruttare le potenzialità di un prodotto eccezionale come SKIN'S. Non bisogna farsela scappare!

I corsi del mese di FEBBRAIO

diomed BEAUTY CLUB81 Vip

Relatore: **Diego Marinelli**

Consigli su **possibili strategie** da mettere in pratica per gestire in **modo corretto il centro estetico**

Lunedì 3 Febbraio
Sede: Diomed Beauty - Via Palestro 50 - Porto Sant'Elpidio

CORSO CLUB81 VIP
Sede: Diomed Beauty
3 Febbraio

Appuntamento formativo riservato ai soli istituti di bellezza che hanno raggiunto lo status Vip all'interno del nostro esclusivo Club81. Diego Marinelli, relatore della giornata, sceglierà un argomento chiave da trattare per dare alle clienti consigli sulle possibili strategie da mettere in pratica per gestire in modo corretto il centro estetico. Uno dei plus che chi si affida alla Diomed Beauty sa di poter ottenere? Ricevere suggerimenti su possibili iniziative di marketing, su tipo di specializzazione da seguire, su come migliorare i conti e su molto altro ancora. Questa giornata è l'occasione perfetta per avere un confronto con chi da anni studia le più avanzate strategie di marketing applicandole alla propria azienda. Chi parteciperà, siamo sicuri, potrà uscire arricchito e motivato.

diomed BEAUTY ACADEMY

CORSO PRO WEDDING
Domenica 9 Febbraio
Lunedì 10 Febbraio

**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

CORSO PRO WEDDING
5° Appuntamento
Sede: Diomed Beauty
9/10 Febbraio

Quinto e ultimo incontro 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 ultimo appuntamento formativo le allieve si immergeranno completamente nel clima wedding e potranno scoprire il tipo di trucco più richiesto dalla sposa tradizionale, quello da sperimentare sulla sposa estrosa e quello più adatto alla sposa moderna.

9-10 Febbraio
diomed BEAUTY SPA

CORSO PRODOTTI BEAUTY SPA e Manualità Corpo

Docente: **Pasquale Notonica**

- Spiegazione prodotti e protocolli Beauty Spa
- Esercitazione pratica

Sede: Hotel Royal - Via Ennio Silvo Piccolomini 3 - Casabianca di Fermo

CORSO PRODOTTI BEAUTY SPA e MANUALITÀ CORPO
Sede: Hotel Royal
9/10 Febbraio

L'esercitazione pratica sarà la protagonista indiscussa di queste due giornate formative. Pasquale Notonica, docente del corso, dopo aver illustrato i prodotti e i protocolli corpo targati Beauty Spa, ti aiuterà a mettere in pratica quanto appreso a livello teorico. Grazie alle delucidazioni e alle correzioni fatte dal docente, impegnato a supervisionare l'esecuzione dei vari trattamenti, potrai chiarire ogni tuo dubbio.

diomed BEAUTY SPA natural resources

16/17 Febbraio
MASSAGGIO Connettivale

Domenica 16
Parte teorica
Introduzione e origini massaggio connettivale
Esercitazioni pratiche

Lunedì 17
Parte teorica
Raccordi spinali segmentari
Il connettivale per le cellulite e i ristagni
Gli effetti del trattamento
Reazioni locali e neurali
Esercitazioni pratiche

Sede: Hotel Royal - Via Ennio Silvo Piccolomini 3 - Casabianca di Fermo

CORSO MASSAGGIO CONNETTIVALE
Sede: Hotel Royal
16/17 Febbraio

Questo corso ti insegnerà a ristabilire il corretto funzionamento di un viscere o di una zona del corpo, attraverso una specifica azione sul derma. Potrai usare questo particolare tipo di massaggio per trattare con eccellenti risultati la cellulite fibrosa in stadio avanzato, l'adipia, la pelle grassa, la sinusite, le orecchie, il mal di testa e il mal di schiena, i dolori articolari, e per migliorare sia la circolazione sanguigna e linfatica, sia la mobilità articolare.

Domenica 23 FEBBRAIO
Diomed Beauty
PORTO SANTELEPIDIO

CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S

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

BEST BRASILIAN WAXING
INFO: Diego 334.1494778
info@diomedbeauty.it
Via Palestro, 50

CORSO BASE NUOVO METODO EPILAZIONE SKIN'S
Sede: Diomed Beauty
23 Febbraio

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 imparare a sfruttare le potenzialità di un prodotto eccezionale come SKIN'S. Non bisogna farsela scappare!

SKIN'S BEST BRASILIAN WAXING

MASTER DI SPECIALIZZAZIONE GRATUITO

GRANDI ZONE

24 FEBBRAIO PESCARA

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

INFO: Diego 334.1494778
info@diomedbeauty.it

MASTER SPECIALIZZAZIONE GRANDI ZONE SKIN'S
Sede: Pescara
24 Febbraio

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.

GLAMOUR LASHES

PRO BROW

DOMENICA 23 Febbraio
CORSO PRO BROW
Epilazione sopracciglia con filo arabo e Pro Brow

PARTE TEORICA
- Descrizione e funzionalità del prodotto
- Origine naturale filo arabo
- Consolidamento della tecnica
- Spiegazione dell'utilizzo del Pro Brow Puler e indicazioni dei vari punti per selezionare la corretta arcata sopraccigliare

PARTE PRATICA
Epilazione con Pro Brow filo arabo
Applicazione Pro Brow Keratin
Disegno del sopracciglio
Applicazione Pro Brow Henna Color
Creazione/definizione sopracciglio

Sede: Diomed Beauty - Via Palestro 50 - Porto Sant'Elpidio - 67141 300904

CORSO PRO BROW
Sede: Diomed Beauty
23 Febbraio

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 tipi di pelle, azzerà 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 "Prow Brow", una polvere a base di henné che può essere considerata una validissima alternativa al trucco semipermanente.

LUNEDÌ 24 Febbraio
CORSO AVANZATO PRO BROW

PER SOPRACCIGLIA COLORIMETRIA CORSO PROFESSIONALE

IMPARA A CREARE SFUMATURE PERFETTE

APPRENDIMENTO TECNICHE PER DIVENTARE SPECIALIZZATI IN MISCELAZIONE COLORE E TRATTAMENTO DELLE SOPRACCIGLIA

Sede: Diomed Beauty
24 Febbraio

Corso avanzato sopracciglia, la cui partecipazione è fortemente consigliata alle allieve che hanno frequentato il corso Pro Brow. In questa giornata formativa, le corsiste scopriranno come miscelare nel modo corretto i colori per creare sfumature e nuance che si addicono all'incarnato di ogni cliente. Obiettivo del corso? Imparare a definire e a colorare in modo perfetto le sopracciglia, offrendo in istituto una valida alternativa al trucco semipermanente.

diomed BEAUTY

Martedì 25 Febbraio
CORSO Keratin System
Durata 1 giorno

PARTE TEORICA
Argomenti dell'effetto e della sigla
"Keratin System"
Spiegazione prodotti

PARTE PRATICA
Dimostrazione pratica dell'applicazione
Pratica sul modello

Sede: Diomed Beauty
25 Febbraio

Partecipando a questo corso sarai in grado di ricostruire l'arcata cigliare e sopraccigliare e di favorire la naturale curvatura delle ciglia. L'utilizzo delle keratina grazie alle sue proprietà, ti farà ottenere dei risultati visibili a occhio nudo con peli nutriti e ciglia rimpolpate.

I corsi del mese di **MARZO**



■ Partecipando a questo corso, che vedrà come docente Pasquale Notonico, imparerai a svolgere con sicurezza e destrezza le giuste manovre di massaggio al corpo di una cliente in dolce attesa. In questo modo potrai proporre in istituto un trattamento capace di accompagnare la donna nei nove mesi che trasformeranno progressivamente il suo corpo. Grazie al corso saprai inoltre dare alcuni consigli su come eseguire un automassaggio e su come svolgere degli esercizi a casa. Il tuo obiettivo? Aiutare le clienti a mantenere il livello di benessere psicofisico necessario per affrontare con maggiore serenità il momento del parto.



■ Corso che offre a tutti le partecipanti una panoramica a 360° sui prodotti Beauty Spa dedicati al trattamento del corpo e ai suoi sostanziali inestetismi (cellulite, ipotonica cutanea, adiposità localizzate). Saranno illustrate tutte le linee corpo e ogni singolo prodotto sarà spiegato insieme al suo protocollo. Al termine del corso sarai in grado di individuare la giusta sinergia tra linee-prodotti, protocolli di lavoro, caratteristiche del cliente e stili di vita, offrendo soluzioni sempre più mirate e personalizzate.



■ Corso di estetica avanzata dedicato a chi vuole diventare una vera professionista dell'estetica. La diagnosi rappresenta per l'estetista il fondamentale strumento di lavoro per approcciare qualsiasi cliente e per poter intraprendere insieme un duraturo percorso di cura del corpo. Nei due giorni formativi saranno affrontate tutte le fasi dell'incontro con la cliente quindi anche il check-up e la parte comunicativa, entrambe fondamentali per imparare a interagire in modo efficace. Verranno inoltre analizzate le possibili problematiche delle clienti e le conseguenze che l'inestetismo può avere nel medio lungo termine, si parlerà dell'adipe e della differenza tra soggetto androide e ginoide, si studieranno cellulite e sindromi posturali.



■ 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 imparare a sfruttare le potenzialità di un prodotto eccezionale come SKIN'S. Non bisogna farsela scappare!



■ 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.

I corsi del mese di **APRILE**



■ Appuntamento formativo riservato ai soli istituti di bellezza che hanno raggiunto lo status Vip all'interno del nostro esclusivo Club81. Diego Marinelli, relatore della giornata, sceglierà un argomento chiave da trattare per dare alle clienti consigli sulle possibili strategie da mettere in pratica per gestire in modo corretto il centro estetico. Uno dei plus che chi si affida alla Diomedi Beauty sa di poter ottenere? Ricevere suggerimenti su possibili iniziative di marketing, sul tipo di specializzazione da seguire, su come migliorare i conti e su molto altro ancora. Questa giornata è l'occasione perfetta per avere un confronto con chi da anni studia le più avanzate strategie di marketing applicandole alla propria azienda. Chi parteciperà, siamo sicuri, potrà uscire arricchito e motivato.



■ La coppettazione è una tecnica antichissima di massaggio, impiegata nelle spa e nei centri estetici per rigenerare il corpo e per combattere inestetismi come adipe e cellulite. Questa tecnica di massaggio viso e corpo sfrutta l'azione vacuum di particolari coppette in silicone, estremamente più maneggevoli rispetto alle vecchie fatte di vetro. Il Perfection Body Massage è l'ideale complemento di qualsiasi percorso rimodellante, riduttivo e rassodante, e permette di raggiungere risultati in modo immediati.



■ 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!



■ 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.

■ Info e Prenotazioni ■

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

contattaci

Diomedi Beauty s.r.l.

Via Palestro, 50

63821 Porto Sant'Elpidio (FM)

0734.300904

info@diomedibeauty.it

www.diomedibeauty.it

f Diomedi Estetica Professionale

diomedibeauty

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!

Ci rivediamo a Maggio con la 12ª edizione del giornalino.

Non perderla se vuoi scoprire cose che tutti gli altri non ti dicono!

Diomedi Beauty

Diego Marinelli

