

La Gazzetta dell'Estetica

Tutto quello che dovresti sapere ma che gli altri non ti dicono

DIOMEDI BEAUTY NEWS

PRODOTTI - SERVIZI - FORMAZIONE

PER IL SUCCESSO DEL CENTRO ESTETICO

Gennaio/Aprile 2025

EDITORIALE

L'APPUNTAMENTO CON IL "DIOMEDI BEAUTY NEWS" CI ACCOMPAGNA DA BEN 8 ANNI ED È ORAMAI IMMANCABILE!

In questa diciannovesima uscita troverete come sempre tutte le date degli **appuntamenti formativi online e in presenza che abbiamo organizzato fino al mese di Aprile.**

Sono occasioni di crescita imperdibili, che organizziamo per aggiornarvi sulle nuove frontiere beauty e per darvi tutti quegli strumenti teorico pratici che permettono di offrire un'estetica realmente avanzata.

Indipendentemente dall'argomento trattato, il filo che unisce i corsi è sempre lo stesso: **GARANTIRVI DELLE ESPERIENZE FORMATIVE CHIARE, COMPLETE, COSTRUTTIVE.**

Qual è invece il tema che abbiamo scelto di affrontare nell'articolo di questa edizione? **LE PROMOZIONI, importante ma controverso strumento di marketing utilizzato dalle aziende per incentivare le vendite.**

Molte di voi le propongono regolarmente ma si chiedono quanto sia realmente conveniente farle, altre di voi le realizzano in modo improvvisato, senza sapere come renderle efficaci nel lungo termine, altre ancora si rifiutano categoricamente di utilizzarle come incentivo agli acquisti perché le vedono come causa di svalutazione professionale e perdita economica.

Leggendo l'articolo potrete farvi un'idea più chiara delle loro vere potenzialità e scoprire che se ben studiate, ad avere vantaggi non sono solo i clienti finali che scelgono di acquistarle, ma anche i centri estetici che decidono di realizzarle.

Per capire come e perché non vi resta che mettervi comode e iniziare con la lettura, senza dimenticarvi di segnare le date degli appuntamenti formativi che più vi interessano!

Siamo solo a inizio anno e se è vero che "chi ben comincia è già a metà dell'opera", mettetevi subito sotto e i risultati non tarderanno ad arrivare! Noi siamo qui, a sostenervi con prodotti selezionati e con consigli e strategie mirate!

Diego Marinelli



*Ricorda che le nostre
forniture sono coperte
dalla formula...*



SPECIALE

**PROMO SÌ
O PROMO
NO?**



pag. 2

FORMAZIONE

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



pag. 7



Per info e aggiornamenti

CONTATTACI

Tel. **0734.300904**

info@diomedibeauty.it - www.diomedibeauty.it

Diomedi Beauty diomedibeauty

PROMO SÌ, PROMO NO?

SPECIALE



Il dibattito sulla loro utilità è sempre acceso, scopriamo paure, benefici e controindicazioni.

LA QUESTIONE PROMOZIONI VEDE LE ESTETISTE SCHIERARSI SU DUE FRONTI OPPOSTI, c'è chi le propone regolarmente perché crede fortemente nelle loro potenzialità e chi invece si rifiuta categoricamente di farle, perché sostiene che arrechino solo danni economici e d'immagine.

I DETRATTORI DI QUESTE PRATICHE COMMERCIALI sostengono infatti che le promozioni, oltre a ridurre le entrate, finiscano per svalutare il lavoro agli occhi dei clienti. Secondo questa visione, scontare un prodotto, un trattamento, un servizio o un pacchetto significherebbe svilire la professionalità dell'estetista e in un certo senso, ammettere di aver agito in modo scorretto, approfittando della buona fede dei clienti per gonfiare ingiustamente i prezzi di listino.

LA VERITÀ SULL'UTILITÀ DELLE PROMOZIONI STA NEL MEZZO.
Non tutti gli istituti dovrebbero farle, non dovrebbero essere fatte in qualunque momento dell'anno e non

dovrebbero essere proposte a casaccio, ma se sapute gestire adeguatamente le promozioni rappresentano una grande, grandissima opportunità.

- 1. **AUMENTANO NELL'IMMEDIATO LE ENTRATE DI CASSA**
- 2. **FANNO ARRIVARE NUOVI CLIENTI IN ISTITUTO**
- 3. **CREANO RICORRENZA DI ACQUISTO**
- 4. **SONO UN MEZZO PER FARE CROSS SELLING E UP SELLING**
- 5. **PORTANO I CLIENTI IN CABINA NEI MESI MENO PRODUTTIVI DELL'ANNO**

Analizziamo l'elenco dei vantaggi in modo più dettagliato, facendo prima una **DOVEROSA PREMESSA. LE PROMOZIONI DEVONO CREARE URGENZA D'ACQUISTO**, suscitare curiosità ma soprattutto mettere addosso al cliente l'ansia di doversi affrettare per accaparrarsi qualcosa a condizioni speciali prima che l'opportunità svanisca o che il prodotto o servizio, acquistato da altri, finisca lasciandolo a bocca asciutta.

- 1. **AUMENTO DELLE VENDITE.** Il cliente è spinto all'acquisto quando gli viene proposto qualcosa di allettante. Nel campo delle offerte beauty può essere attrattivo il prezzo ribassato di un trattamento o servizio normalmente offerto a prezzo pieno, oppure l'oggetto stesso della promo, magari una novità appena lanciata, o ancora, un'uscita limited edition. La curiosità di provare qualcosa di nuovo e all'avanguardia, la scarsità del numero di pacchetti disponibili a condizioni vantaggiose e la durata limitata dell'offerta sono tecniche di persuasione estremamente efficaci per aumentare nell'immediato le vendite, quindi la liquidità e i guadagni.
- 2. **NUOVI CLIENTI.** Attirare nuovi clienti è sempre una sfida e vincerla è fondamentale per crescere e per migliorare i conti di fine mese. La difficoltà sta nel convincere qualcuno a bussare alla porta dell'istituto per la prima volta, ad affidarsi a nuove mani, prodotti e tecnologie, e ad aprire il portafogli abbandonando magari abitudini consolidate in altri istituti.

Purôil



IL PRIMO OLIO
professionale da massaggio

IL MASSAGGIO È UNA FORMA
D'ARTE IN CUI NON TROVANO
TRA LORO CONFINI
Tecnica, Empatia e Sensorialità.



LA PRIMA CANDELA
professionale da massaggio



Se vuoi saperne di più... **CONTATTACI**
Tel: **0734.300904** - info@diomedibeautey.it - www.diomedibeautey.it
Resta sempre aggiornata su **Promo e Beauty News**
 Diomed Beauty diomedibeautey www.diomedibeautey.it



La promozione, data la grande varietà delle modalità con cui può essere attivata, è uno degli strumenti più potenti che un centro estetico ha a disposizione per acquisire nuovi clienti. Come possono arrivare in istituto persone mai viste prima?

- Attraverso promozioni sponsorizzate che vengono fatte comparire online a un target di potenziali clienti, selezionati secondo alcuni parametri come età, interessi e zona geografica.

- Attraverso promozioni che prevedono il rilascio di due buoni sconto, entrambi utilizzabili per acquistare a un prezzo vantaggioso altri servizi/trattamenti, di cui possono beneficiare due persone diverse. Il primo buono sarà utilizzabile dal cliente del centro che ha acquistato la promo, mentre il secondo dovrà essere ceduto a una persona che non è mai stata in istituto, scelta dal cliente stesso.

- Attraverso promozioni che i clienti del centro decidono di acquistare e regalare ad amici, al partner, a parenti mai andati prima nell'istituto di fiducia.

3. RICORRENZA D'ACQUISTO. Spingere un cliente a ripetere l'esperienza vissuta è possibile solo se le aspettative non vengono disattese e solo se il livello di soddisfazione (customer satisfaction) è alto, ma alcune volte non basta e l'acquisto resta "one shot".

Le promozioni possono essere l'incentivo che manca al cliente per tornare in cabina, entro un determinato arco temporale, una seconda, una terza, una quarta volta. Condizione essenziale ai fini dell'efficacia della promozione è che abbia per oggetto un trattamento/servizio a cui sono collegati dei mini percorsi di trattamenti, complementari rispetto a quello iniziale, o che in alternativa l'offerta venga attivata direttamente su un pacchetto di trattamenti.

I vantaggi per il centro estetico sono tre, uno, quello più evidente, è che l'acquisto multiplo genera un introito superiore rispetto all'acquisto singolo, poi ce ne sono altri due meno intuitivi ma non per questo meno importanti.

Il primo è che con un cliente abituale si crea un legame solido grazie alla fiducia, confidenza e complicità che tendono ad aumentare appuntamento dopo appuntamento. Il secondo è che con un cliente che torna in modo ricorrente è possibile ottenere dei risultati viso, corpo ed epilazione che con sedute una tantum non potrebbero mai essere raggiunti.

La ricorrenza d'acquisto permette quindi di aumentare i guadagni, migliorare l'engagement e arginare il pericolo insoddisfazione dovuto agli scarsi risultati ottenuti in cabina.

Sì, perché il rischio associato alla gestione dei clienti incostanti è che alcuni di essi possano ribaltare la situazione a loro favore quando gli obiettivi non vengono raggiunti nel tempo o nella misura preventivata. Invece di auto colpevolizzarsi per la mancata costanza con cui hanno usato prodotti e fatto trattamenti, secondo una visione distorta della realtà attribuiscono la responsabilità del "fallimento beauty" o ai prodotti che classificano come scadenti o all'estetista che giudicano come impreparata.

4. CROSS SELLING E UP SELLING. Con questi termini di lingua inglese vengono identificate due tecniche di vendita strategiche, che vengono attuate mentre il cliente sta comprando, e che hanno come obiettivo quello di aumentare gli incassi legati alla singola vendita. Nel caso del Cross Selling viene venduto un servizio, trattamento o prodotto aggiuntivo rispetto a quello che il cliente sta già acquistando.

Nel caso dell'Up Selling il cliente sceglie il servizio, trattamento o prodotto che aveva in mente di acquistare, ma nella versione luxury, quindi più costosa. In realtà queste tecniche oltre ad avere un fine puramente economico hanno un altro interessante obiettivo: far provare al cliente qualcosa che non ha mai acquistato.

BEAUTY SPA

natural resources

PER IL TUO CENTRO ESTETICO



SCEGLI LA MAGIA DELL'ORO BLU

l'Ozono selettivo per la pelle



Per info e aggiornamenti

CONTATTACI

Tel. **0734.300904**

info@diomedibeauty.it - www.diomedibeauty.it

Diomedi Beauty diomedibeauty



P **Liùech**

La **TECNOLOGIA PIÙ** evoluta
al servizio dell'**ESTETICA PIÙ** avanzata



**A PARTIRE DA SOLI
€100 AL MESE**

Scopri i dettagli dell'iniziativa e le caratteristiche
delle tecnologie che hai a disposizione



Per info e aggiornamenti
CONTATTACI

Tel. **0734.300904**
info@diomedibeautey.it - www.diomedibeautey.it
f Diomed Beauty i diomedibeautey

In questo modo sarà possibile ampliare il range delle esperienze che ha vissuto nel centro, fidelizzarlo e aumentare nel tempo lo scontrino medio e il suo livello di soddisfazione!

Le promozioni sono il mezzo perfetto per incentivare sia la pratica del cross selling sia quella dell'up selling. Esempi di cross selling: quando il cliente acquista un'igiene viso si propone uno scrub corpo scontato del 20%, quando il cliente acquista un pacchetto tonificante corpo si propone un pacchetto di 3 trattamenti viso liftanti al prezzo di 2 (trattamenti complementari che hanno come tema il rinnovamento e la tonificazione).

Esempi di up selling: quando il cliente chiede una manicure classica si propone una manicure luxury scontata di 10€, quando il cliente chiede una ceretta

classica si propone la ceretta brasiliana a cui verrà applicato uno sconto del 15% (stessi servizi ma di livello superiore per qualità e prezzo).

5. SPINTA PER I MESI MENO PRODUTTIVI.

In estate e a Natale l'agenda dei centri estetici è così fitta di appuntamenti che in alcune giornate, il pranzo e il pit stop in bagno delle operatrici diventano dei bisogni primari dimenticati. Questi due picchi lavorativi sono puntualmente seguiti da un calo importante, spesso da una semi-inattività. Calendario alla mano l'agenda inizia a svuotarsi dopo Capodanno, all'incirca da metà gennaio fino al mese di marzo o aprile, a seconda della cadenza delle festività pasquali, e poi di nuovo da metà settembre fino ai primi di dicembre. Le promozioni sono uno strumento utile per migliorare l'andamento del centro in questi periodi poco o per nulla produttivi,

ma per ottenere dei risultati è necessario agire strategicamente nei mesi in cui si è talmente indaffarati che pensare a come "lavorare di più" sembra quasi un controsenso. È proprio nei momenti in cui c'è un elevato flusso di clienti che bisogna seminare, perché solo così si potrà raccogliere al momento giusto. Proporre trattamenti e pacchetti a 60 persone in una settimana non è la stessa cosa che proporli a 30: le possibilità di vendita sono direttamente proporzionali al numero di clienti che arrivano in istituto in un certo lasso temporale, e questo numero nell'alta stagione è considerevole!

Maggiori saranno quindi le vendite concluse, maggiore sarà il numero di appuntamenti che andranno a riempire l'agenda nei periodi più tranquilli dell'anno.

LE OPPORTUNITÀ OFFERTE DA PROMOZIONI





1000 e 1 MOTIVI per cui
NON PUOI NON AVERLA
anche nel tuo istituto!

PERCHÈ TRA TUTTE LE CERE BRASILIANE
dovresti SCEGLIERE COCOCera

1. **UNA SOLA CERA** efficace sui peli e delicata sulla pelle
2. **LA PIÙ BASSA TEMPERATURA** di applicazione tra le cere
3. **Formula "100% SODDISFAZIONE GARANTITA"**
4. **NO online, NO privati, NO abusive**
5. **ZERO VINCOLI** sugli acquisti
6. **DIFFERENZIAZIONE** dalla concorrenza
7. **ACQUISIZIONE** nuovi clienti
8. **AUMENTO** dei guadagni
9. **SUPPORTO** marketing
10. **FORMAZIONE** continua



Inquadra il QRcode
 e richiedi una
DEMO GRATUITA
 nel tuo istituto

Oltre 1000 tue colleghe
L'HANNO GIÀ SCELTA

Inquadra i due QRcode e leggi le
 loro esperienze



estetiche



clienti finali

delicata
EFFICACE ma anche
facile VELOCE
 e non solo!



BEN STUDIALE SONO QUINDI MOLTEPLICI e facendole, non solo alcuni clienti acquistano trattamenti che non hanno mai provato prima, ma tornano nelle settimane successive e in alcuni casi portano in istituto anche amici e parenti grazie ai regali beauty che acquistano.

QUAL È L'IDENTIKIT DEL CENTRO ESTETICO CHE POTREBBE NON AVERE BISOGNO DI FARE PROMOZIONI? Quello che vanta una clientela sufficientemente ampia, stabile e fedele, che acquista e torna in modo regolare senza aver bisogno di essere incentivata. Normalmente questo accade quando l'attività è ben avviata e quando il lavoro che si fa è così esclusivo e non replicabile che la domanda non si presenta in modo stagionale e non registra nel corso

dell'anno picchi estremi o al contrario, cali degni di nota. Tornando brevemente alle paure legate al tema promozioni di cui si è fatto cenno all'inizio dell'articolo, bisogna fare una precisazione.

LE PROMOZIONI NON HANNO NULLA A CHE VEDERE CON GLI SCONTI STRACCIATI che qualche professionista dell'estetica, poco professionista, applica in modo selvaggio per sopravvivere, perché queste scelte minano concretamente la credibilità e l'economia del centro. Dietro alle promozioni c'è un mondo fatto di strategie, marketing, conoscenza dei margini di guadagno, posizionamento e obiettivi da raggiungere. Nulla deve essere fatto a caso: dalla scelta del servizio o trattamento che fungerà da esca a cosa collegare per

riportare il cliente in cabina, tutto deve seguire una logica ben precisa.

LE PROMOZIONI, SE FATTE CON COGNIZIONE DI CAUSA, NON HANNO CONTROINDICAZIONI.

Il rischio per un centro estetico che sceglie di non farle, anche quando l'arrivo di nuovi clienti e la fidelizzazione di quelli già attivi sarebbero opportunità preziose, è quello di perdere delle occasioni concrete. La paura di registrare una diminuzione dei guadagni o di compromettere l'immagine spesso paralizza ingiustamente ...

È COME FERMARSI A GUARDARE IL DITO E NON VEDERE LO SPETTACOLO DELLA LUNA: UN VERO PECCATO!



Per info e aggiornamenti

CONTATTACI

Tel. **0734.300904** - info@diomedibeauty.it - www.diomedibeauty.it

Diomedi Beauty diomedibeauty

La pillola di saggezza
 “ Quando il saggio indica la luna,
 lo stolto guarda il dito
 (proverbio cinese) ”

Diventa anche TU



coco^{POINT} exclusive

Oltre a un prodotto
EFFICACE - ESCLUSIVO - REMUNERATIVO
ad aspettarti ci sono tanti esclusivi vantaggi!

SCONTI
BONUS
INCONTRI FORMATIVI
Maggiore visibilità
ESCLUSIVA di zona

e molto altro ancora



Per info e aggiornamenti
CONTATTACI

Tel. **0734.300904**

info@diomedibeauty.it - www.diomedibeauty.it

 Diomed Beauty  diomedibeauty

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

SE NON TI DISTINGUI RISCHI DI AFFONDARE! LA FORMAZIONE PUÒ ESSERE LA TUA ANCORA DI SALVEZZA.

Solo la formazione può salvarti nel mare di offerte in cui navigano i consumatori finali. Conoscere e aggiornarsi significa stare al passo coi tempi, saper scegliere cosa proporre e come proporlo, soddisfare i clienti finali fino a fidelizzarli. Il nostro calendario corsi è come sempre ricco di imperdibili appuntamenti.

ANNOTA LE DATE CHE TI INTERESSANO e non prendere impegni LA FORMAZIONE DEVE DIVENTARE UNA PRIORITÀ!

NUOVO CALENDARIO CORSI WEBINAR DA GENNAIO AD APRILE 2025

Formazione ONLINE



Gennaio



BEAUTY SPA
natural resources

Lunedì 13 Gennaio - 9.30/11.30

Corso Check-up della pelle con Api100
Docente: Cossio C.

Febbraio



BEAUTY SPA
natural resources

Lunedì 10 Febbraio - 9.30/11.30

Corso La pelle impura e l'Acne
Ozopure HP, Acid Green e Neoskin 2.0
Docente: Cossio C.



BEAUTY SPA
natural resources

Lunedì 24 Febbraio - 9.30/11.30

Corso Ozocutetica Body
Docente: Cossio C.

Marzo



BEAUTY SPA
natural resources

Lunedì 10 Marzo - 9.30/11.30

Corso I Trattamenti rassodanti corpo
e specifici smagliature
Docente: Cossio C.

Aprile



BEAUTY SPA
natural resources

Lunedì 7 Aprile - 9.30/11.30

Corso Calcotherapy
Docente: Cossio C.



BEAUTY SPA
natural resources

Lunedì 28 Aprile - 9.30/11.30

Corso I cosmetici per
il sole SunSee
Docente: Cossio C.

MARCHE

I corsi di Febbraio

SEDE MARCHE

CORSO
COCOstart
03 Febbraio 2025

Orario
09.30/13.00
14.00/17.30

Porto Sant'Elpidio

Info: DIOMEDI BEAUTY
Via Palestro 50, - Porto Sant'Elpidio (FM) 0734 300904

CORSO COCOSTART
Sede Diomedi Beauty
Lunedì 03 Febbraio

Il primo dei due appuntamenti formativi COCOCera, della durata di 7 ore, ti aiuterà a capire: come eseguire da subito il trattamento COCOCera senza commettere errori, come utilizzare nel modo corretto il COCOCround sia per preparare la cera sia per raggiungere e mantenere la temperatura perfetta, come eseguire la stesura per non lasciare residui durante la rimozione, come sfruttare appieno la multidirezionalità della cera.

SEDE MARCHE

CORSO di Specializzazione
DIAGNOSI CORPO
e Novità Corpo 2025

Corso teorico/ pratico sulle CAUSE E SOLUZIONI
degli inestetismi del corpo

23-24 Febbraio
2025

Definizione e manifestazione •
Cellule cain e manifestazioni •
Origine fisiologica •
Cosa significa •
Tipologie di cellule •
Adiposità localizzate •
Diagnosi e confronto •
Esercitazione a coppie •

Docente: **Isabella Barbaresi**
Sede: Hotel Royal

CORSO NOVITÀ CORPO E DIAGNOSI CORPO
Sede Hotel Royal
Domenica e Lunedì 23/24 Febbraio

Corso di estetica avanzata dedicato alla diagnosi e alle novità corpo. Partecipando potrai scoprire come trasformare il check-up in uno strumento di lavoro efficace nello spingere i clienti a intraprendere un percorso di cura del corpo che sia duraturo. Oltre all'analisi dei principali inestetismi e alle possibili conseguenze che possono nascere dal mancato intervento, capirai come comunicare in modo costruttivo. Altro argomento cardine saranno le novità corpo - da presentare ai clienti nel corso del nuovo anno appena iniziato.

I corsi di Marzo

SEDE MARCHE

CORSO
COCOspecialist
10 Marzo 2025

Sessione mattutina
09.00/13.00
Sessione pomeridiana
14.00/18.00

Porto Sant'Elpidio

Info: DIOMEDI BEAUTY
Via Palestro 50, - Porto Sant'Elpidio (FM) 0734 300904

CORSO COCOSPECIALIST
Sede Diomedi Beauty
Lunedì 10 Marzo

Il secondo dei due appuntamenti formativi COCOCera, della durata di 4 ore, ti permetterà di capire: come epilare velocemente e in modo impeccabile le grandi zone, come ridurre il consumo di cera abbattendo il costo cabina del trattamento, come compilare una scheda cliente in modo completo e funzionale, come gestire proposte di vendita e eventuali obiezioni dei clienti.

SEDE MARCHE

**Corso Massaggio
DA DEFINIRE**

CORSO MASSAGGIO
Sede Hotel Royal
Domenica 23 Marzo

Weekend interamente dedicato all'arte del massaggio. Due giornate formative, ciascuna focalizzata su una particolare tipologia di massaggio, organizzate per darti la possibilità di ampliare l'offerta del tuo istituto con proposte di benessere sempre innovative. Partecipa se vuoi apprendere nuove tecniche e offrire ai tuoi clienti esperienze sensoriali esclusive e indimenticabili in grado di fidelizzarli al tuo centro e alla tua professionalità.

SEDE MARCHE

**Corso Massaggio
DA DEFINIRE**

CORSO MASSAGGIO
Sede Hotel Royal
Lunedì 24 Marzo

Weekend interamente dedicato all'arte del massaggio. Due giornate formative, ciascuna focalizzata su una particolare tipologia di massaggio, organizzate per darti la possibilità di ampliare l'offerta del tuo istituto con proposte di benessere sempre innovative. Partecipa se vuoi apprendere nuove tecniche e offrire ai tuoi clienti esperienze sensoriali esclusive e indimenticabili in grado di fidelizzarli al tuo centro e alla tua professionalità.

I corsi di Aprile

SEDE MARCHE

CORSO
COCOstart
07 Aprile 2025

Orario
09.30/13.00
14.00/17.30

Porto Sant'Elpidio

Info: DIOMEDI BEAUTY
Via Palestro 50, - Porto Sant'Elpidio (FM) 0734 300904

CORSO COCOSTART
Sede Diomedi Beauty
Lunedì 07 Aprile

Il primo dei due appuntamenti formativi COCOCera, della durata di 7 ore, ti aiuterà a capire: come eseguire da subito il trattamento COCOCera senza commettere errori, come utilizzare nel modo corretto il COCOCround sia per preparare la cera sia per raggiungere e mantenere la temperatura perfetta, come eseguire la stesura per non lasciare residui durante la rimozione, come sfruttare appieno la multidirezionalità della cera.

SEDE MARCHE

CORSO
COCOspecialist
12 Maggio 2025

Sessione mattutina
09.00/13.00
Sessione pomeridiana
14.00/18.00

Porto Sant'Elpidio

Info: DIOMEDI BEAUTY
Via Palestro 50, - Porto Sant'Elpidio (FM) 0734 300904

CORSO COCOSPECIALIST
Sede Diomedi Beauty
Lunedì 12 Maggio

Il secondo dei due appuntamenti formativi COCOCera, della durata di 4 ore, ti permetterà di capire: come epilare velocemente e in modo impeccabile le grandi zone, come ridurre il consumo di cera abbattendo il costo cabina del trattamento, come compilare una scheda cliente in modo completo e funzionale, come gestire proposte di vendita e eventuali obiezioni dei clienti.

SEDE MARCHE

CORSO MARKETING
LUNEDÌ 19 MAGGIO

Corso: MARKETING, VENDITA E COMUNICAZIONE

Sede: Hotel Royal - Viale Enea Silvio Piccolomini, 3, 63900 Lido di Fermo FM

CORSO MARKETING
Sede Hotel Royal
Lunedì 19 Maggio

Un corso incentrato su alcuni dei fondamentali principi del marketing che, una volta acquisiti, ti aiuteranno a gestire con successo il tuo centro estetico. Grazie a momenti teorici intervallati da esempi pratici, potrai scoprire le principali strategie di posizionamento e differenziazione, come analizzare correttamente i numeri per coprire i costi e per aumentare i guadagni, in che modo incrementare le vendite dei prodotti, qual è il modo corretto per gestire i nuovi clienti e molto altro ancora.

PIEMONTE

I corsi di GENNAIO

SEDE
PIEMONTE

CORSO
DiagnosiViso
26/27 Gennaio 2025
Docente: Isabella Barbazza
Info: TULIP INN TURIN SOUTH HOTEL
Via Guido Rossa, 11, 10024 Moncalieri TO

CORSO Diagnosi Viso
Sede: Tulip Inn South Hotel - Torino
Domenica e Lunedì 26/27 Gennaio

Corso formativo di due giorni che vuole insegnare alle corsiste come fare correttamente diagnosi viso avanzate così da proporre soluzioni mirate, personalizzate e soprattutto efficaci ai clienti. Gli argomenti trattati saranno: check-up, anamnesi, identificazione delle cause dell'inestetismo, comunicazione efficace e vendita dei programmi di bellezza.

I corsi di FEBBRAIO

SEDE
PIEMONTE

CORSO
COCOstart
03 Febbraio 2025
Orario: 09.30/13.00 / 14.00/17.30
Torino
Info: TULIP INN TURIN SOUTH HOTEL
Via Guido Rossa, 11, 10024 Moncalieri TO

CORSO COCOstart
Sede: Tulip Inn South Hotel - Torino
Lunedì 03 Febbraio

Il primo dei due appuntamenti formativi COCOcera, della durata di 7 ore, ti aiuterà a capire: come eseguire da subito il trattamento COCOcera senza commettere errori, come utilizzare nel modo corretto il COCOround sia per preparare la cera sia per raggiungere e mantenere la temperatura perfetta, come eseguire la stesura per non lasciare residui durante la rimozione, come sfruttare appieno la multidirezionalità della cera.

I corsi del mese di MARZO

SEDE
PIEMONTE

CORSO: MARKETING, VENDITA E COMUNICAZIONE
LUNEDÌ 03 MARZO
Sede: Tulip Inn South Hotel - Torino

CORSO MARKETING
Sede: Tulip Inn South Hotel - Torino
Lunedì 03 Marzo

Un corso incentrato su alcuni dei fondamentali principi del marketing che, una volta acquisiti, ti aiuteranno a gestire con successo il tuo centro estetico. Grazie a momenti teorici intervallati da esempi pratici, potrai scoprire le principali strategie di posizionamento e differenziazione, come analizzare correttamente i numeri per coprire i costi e per aumentare i guadagni, in che modo incrementare le vendite dei prodotti, qual è il modo corretto per gestire i nuovi clienti e molto altro ancora.

SEDE
PIEMONTE

CORSO
COCOspecialist
17 Marzo 2025
Sessione mattutina: 09.00/13.00 / Sessione pomeridiana: 14.00/18.00
Torino
Info: TULIP INN TURIN SOUTH HOTEL
Via Guido Rossa, 11 - Moncalieri - Torino

CORSO COCOspecialist
Tulip Inn South Hotel - Torino
Lunedì 17 Marzo

Il secondo dei due appuntamenti formativi COCOcera, della durata di 4 ore, ti permetterà di capire: come epilare velocemente e in modo impeccabile le grandi zone, come ridurre il consumo di cera abbattendo il costo cabina del trattamento, come compilare una scheda cliente in modo completo e funzionale, come gestire proposte di vendita e eventuali obiezioni dei clienti.

SEDE
PIEMONTE

Corso Massaggio DA DEFINIRE

CORSO Massaggio
Tulip Inn South Hotel - Torino
Domenica 30 Marzo

Weekend interamente dedicato all'arte del massaggio. Due giornate formative, ciascuna focalizzata su una particolare tipologia di massaggio, organizzate per darti la possibilità di ampliare l'offerta del tuo istituto con proposte di benessere sempre innovative. Partecipa se vuoi apprendere nuove tecniche e offrire ai tuoi clienti esperienze sensoriali esclusive e indimenticabili in grado di fidelizzarli al tuo centro e alla tua professionalità.

SEDE
PIEMONTE

Corso Massaggio DA DEFINIRE

CORSO Massaggio
Tulip Inn South Hotel - Torino
Lunedì 31 Marzo

Weekend interamente dedicato all'arte del massaggio. Due giornate formative, ciascuna focalizzata su una particolare tipologia di massaggio, organizzate per darti la possibilità di ampliare l'offerta del tuo istituto con proposte di benessere sempre innovative. Partecipa se vuoi apprendere nuove tecniche e offrire ai tuoi clienti esperienze sensoriali esclusive e indimenticabili in grado di fidelizzarli al tuo centro e alla tua professionalità.

I corsi di APRILE

SEDE
PIEMONTE

CORSO
COCOstart
14 Aprile 2025
Orario: 09.30/13.00 / 14.00/17.30
Torino
Info: TULIP INN TURIN SOUTH HOTEL
Via Guido Rossa, 11, 10024 Moncalieri TO

CORSO COCOstart
Sede: Tulip Inn South Hotel - Torino
Lunedì 14 Aprile

Il primo dei due appuntamenti formativi COCOcera, della durata di 7 ore, ti aiuterà a capire: come eseguire da subito il trattamento COCOcera senza commettere errori, come utilizzare nel modo corretto il COCOround sia per preparare la cera sia per raggiungere e mantenere la temperatura perfetta, come eseguire la stesura per non lasciare residui durante la rimozione, come sfruttare appieno la multidirezionalità della cera.

I corsi di MAGGIO

SEDE
PIEMONTE

CORSO
COCOspecialist
19 Maggio 2025
Sessione mattutina: 09.00/13.00 / Sessione pomeridiana: 14.00/18.00
Torino
Info: TULIP INN TURIN SOUTH HOTEL
Via Guido Rossa, 11 - Moncalieri - Torino

CORSO COCOspecialist
Sede: Tulip Inn South Hotel - Torino
Lunedì 19 Maggio

Il secondo dei due appuntamenti formativi COCOcera, della durata di 4 ore, ti permetterà di capire: come epilare velocemente e in modo impeccabile le grandi zone, come ridurre il consumo di cera abbattendo il costo cabina del trattamento, come compilare una scheda cliente in modo completo e funzionale, come gestire proposte di vendita e eventuali obiezioni dei clienti.

FUORI SEDE

Gennaio

FUORI SEDE

CORSO
Il Tempio della Salute
19/20 Gennaio
Cosa significa fare Termalismo? • Quali sono i benefici del Benessere Termale? • Gli istinti Termali • La cabina Termale • Le nuove modalità • Il "codice Termale" innovato •
Sede: Salsomaggiore Terme
Docente: Isabella Barbazza

CORSO Il Tempio della Salute
Sede: Salsomaggiore Terme
Domenica e Lunedì 19/20 Gennaio

Salsomaggiore Terme è la location perfetta per questo corso di formazione in cui protagonista è la linea "Thermae - Il tempio della salute". L'acqua fossile estratta proprio da questa località è purissima e incontaminata ed è uno dei preziosi ingredienti dei prodotti viso e corpo del brand. Grazie a Thermae si potranno offrire ai clienti proposte incentrate su metodiche e trattamenti unici come il lissaggio, l'esfoliazione che rilassa e avvolge facendo perdere il senso della fisicità.

Marzo

FUORI SEDE

FOCUS
BEAUTY SPA Corpo e Novità 2025
Docente: Isabella Barbazza
• Spiegazione prodotti e protocolli Beauty Spa Corpo
• Esercitazione pratica
Sede: Pini Hotel Parma
Orario: 09.30/17.30

CORSO Beauty Spa Corpo
Sede: Parma
Domenica e Lunedì 30/31 Marzo

Corso che offre una panoramica a 360° sui prodotti BeautySpa dedicati al corpo, sui protocolli associati e sul trattamento efficace dei principali inestetismi manifestati dai clienti come cellulite, lassità cutanea e adiposità localizzate. Altro argomento cardine saranno le novità corpo da presentare in istituto nel corso del nuovo anno appena iniziato. Partecipando potrai acquisire nuove conoscenze e potenziare abilità, così da offrire a ogni singolo cliente soluzioni mirate e risolutive.

Info e Prenotazioni

Il calendario dei corsi potrebbe subire delle variazioni e delle integrazioni. Per info, costi e prenotazioni **contattaci**

Diomedi Beauty s.r.l.

www.diomedibeauty.it
info@diomedibeauty.it

Diomedi Beauty diomedibeauty
PORTO SANT'ELPIDIO
Via Palestro 50 0734.300904

DAL SUCCESSO DELLE NOSTRE CLIENTI
DIPENDE IL NOSTRO SUCCESSO

per questo mettiamo la soddisfazione di chi si affida a noi al primo posto.



FAI ANCHE TU
SQUADRA CON NOI!