

les nouvelles *Esthétiques* ITALIA

di Laure Jeandemange,
caporedattore di
Les Nouvelles Esthétiques France

Il futuro dell'estetica **È TECNOLOGICO**

Alla domanda "le estetiste che propongono solo trattamenti manuali avranno un futuro?" Thomas Gruot, esperto in tecnologie estetiche da oltre quindici anni, risponde "assolutamente no!". Ecco perché...

NON LIMITARSI AI SERVIZI DI BASE

Nel settore dell'estetica professionale c'è stato un tale abbassamento di prezzi sulle prestazioni che la redditività è diventata sempre più difficile. Non ci si può più limitare a servizi di base: trattamenti viso, corpo, epilazione. **È sempre più difficile stabilizzare un giro di affari costante con queste prestazioni, fatto salvo, forse, per i centri in franchising.** Per gli istituti tradizionali (ed è ancora più vero per i centri appena aperti che non hanno ancora una clientela fidelizzata e che offrono solo trattamenti classici) è molto difficile "resistere", in quanto la redditività della tariffa oraria di questi servizi è molto bassa. Alcuni riescono nell'impresa, ma se si vogliono ottenere dei margini di profitto maggiori, le nuove tecnologie sono la soluzione. Continuare a insistere nel pensare che "è sempre stato così" è un grave errore... per avere successo è necessario evolvere! **Negli anni anche i trattamenti viso e corpo in cabina sono cambiati e sono diventati molto più tecnici:** gli istituti di bellezza devono seguire l'evoluzione dei cosmetici e dei rituali in cabina. È altrettanto vero che nel corso dell'ultimo decennio è stato fatto un cambiamento di rotta: le prestazioni tecnologiche si sono fatte conoscere, riconoscere e sono sempre più richieste dalle clienti.

QUALI TECNOLOGIE USARE

A oggi esistono molte tecnologie, ciascuna con qualità e limiti. Per scegliere quale acquistare, si deve innanzitutto identificare accuratamente quale sia la

caratteristica più efficiente di ognuna. Nel caso in cui non amiate le apparecchiature, ma comprendiate come siano sempre più essenziali, **la soluzione è orientarvi verso un macchinario che aiuterà a sviluppare ciò che nel vostro centro già funziona.** Ad esempio, se amate eseguire i trattamenti viso, l'ideale è proseguire in questa direzione dotandovi di elettroporazione o radiofrequenza.

L'elettroporazione serve a fare penetrare in modo più significativo i principi attivi moltiplicandone gli effetti in termini di risultati per la cliente. "In quindici anni, ho visto estetiste acquistare una tecnologia che ha funzionato talmente bene da acquistarne una seconda, una terza, poi una quarta e oggi sono centri super equipaggiati con un'eccellente cifra d'affari, utilizzando i device in modo complementare" sottolinea Gruot.

Se si vuole aumentare la redditività e ottenere dei margini di profitto maggiori, le nuove tecnologie sono di certo la soluzione.

COME SCEGLIERE I MACCHINARI

- **Il fornitore.** Quando si acquista un'apparecchiatura estetica è bene scegliere con cura l'azienda fornitrice: la sua qualità, il volume d'affari, da quanti anni è sul mercato... tutte queste informazioni assicureranno una continuità nei servizi.
- **Il prezzo.** Il prezzo è importante, ma ci sono anche altri parametri da tenere in considerazione, come ad esempio la provenienza (che può giocare un ruolo fondamentale sulla qualità del prodotto).
- **Il servizio.** È essenziale informarsi sulla consulenza che offre l'azienda, perché si potrebbe acquistare una buona tecnologia ottenendo pessimi risultati. Se il fornitore non è all'altezza nell'offrire una buona formazione o un affiancamento costante per eventuali approfondimenti, non si sarà mai in grado di utilizzare al meglio il macchinario. Sono molte le estetiste insoddisfatte pur essendo in possesso di buoni apparecchi: accumulando tanti piccoli errori si ottengono solo non-risultati e inevitabilmente l'insoddisfazione della cliente.

Per scegliere quale tecnologia acquistare è necessario identificare accuratamente quale sia la caratteristica più efficiente di ognuna.

FORMAZIONE: LA CHIAVE DEL SUCCESSO

Aggiornandosi e rinnovando costantemente la propria formazione ci si convincerà che le tecnologie non possono restare inutilizzate in un angolo dell'istituto. Si deve continuare a studiare e si devono imparare a utilizzare tutte le novità proposte: il lancio di nuove linee o

tecnologie è sempre un successo, ma a un certo punto svanisce, **è proprio questo il momento giusto per aggiornarsi, approfondire e rinfrescare le conoscenze e di conseguenza la proposta di prodotti e trattamenti.** Ci si deve formare "a lungo termine": è questa la chiave del successo. Se la cliente non acquista più trattamenti tecnologici, se non si ottengono più i risultati paventati, occorre tornare a formarsi per spingere ancora più lontano il proprio livello di competenza.

Se i macchinari giacciono in un angolo, è bene contattare al più presto il fornitore chiedendogli un corso di aggiornamento: è di fondamentale importanza prestare attenzione alla formazione complementare, perché è possibile dimenticare alcune tecniche o parametri che possono essere importanti e che, se ignorati, possono inficiare la qualità delle sedute. È paradossale, perché spesso le estetiste sono convinte che più utilizzano il macchinario e più diventano esperte, ma con il tempo si perdono le conoscenze a scapito della qualità dei protocolli.

È quindi indispensabile rivolgersi regolarmente al fornitore per fare il punto e fugare ogni minimo dubbio... chi pensa di sapere tutto in verità non sa niente! **Le tecnologie evolvono in continuazione e, se non ci si aggiorna regolarmente, i servizi diventeranno meno efficaci.** Dal momento in cui ci si sente a proprio agio con un trattamento è bene "lavorarci su", perché esistono diversi livelli di conoscenza:

- semplice uso del dispositivo;
- interpretare la problematica della cliente e identificare il programma adeguato;
- creare dei protocolli di lavoro;
- formare all'utilizzo e all'analisi;
- studiare la tecnologia dell'apparecchio e la fisiologia profonda della cliente.

Più si migliora la conoscenza, più si sarà puntuali nell'analisi delle necessità della cliente e dunque nel protocollo. È così che si arriverà a una personalizzazione massima con i migliori risultati: più si è esperti, più il biglietto da visita sarà accattivante e l'atto di acquisto della cliente significativo.

Il mantra è la soddisfazione della clientela, che aumenterà la cifra d'affari.

T•modella

CUTTING EDGE TECHNOLOGY

ESCLUSIVA ed INNOVATIVA
piattaforma corpo tecnologica Shusa
per trattare:

- ✓ cellulite;
- ✓ adipe;
- ✓ ritenzione idrica;
- ✓ ipotonia.

“SINERGIA” e “COMBINATO”

programmi per trattare 2 **inestetismi**
contemporaneamente nella stessa seduta.

FACILITATORE

- **Check up** con **dati oggettivi** forniti da uno strumento altamente affidabile.
- **Percorsi corpo suggeriti** dalla piattaforma.

INNOVAZIONE

Svilupi futuri del mercato sulla tua
piattaforma T•modella attraverso un **semplice**
aggiornamento della stessa.



PER INFORMAZIONI: 0733 837560 - NV 800 713810
ESCLUSIVO: SOLO per 1.000 Istituti di Bellezza su 25.000 in Italia.

CLIENTI DIVERSE PER PROPOSTE DIVERSE

Se si sceglie di proporre solo rituali manuali nel proprio centro estetico, tutta la comunicazione sarà improntata in questo senso escludendo così la clientela in attesa di nuove tecnologie. **Se ci si convince che le clienti amano e sono interessate solo ai trattamenti manuali, è solo perché si propongono solo quelli!** La clientela è sempre frammentata e diversificata: in parte continuerà a prediligere le mani, un'altra parte vorrà testare e provare i macchinari, infine ci sono clienti che si interessano alle nuove metodiche rivolgendosi anche ad altri istituti. Questi tre segmenti di clientela sono sempre presenti, più o meno equilibrati: se si propone una nuova tecnologia, la clientela in attesa entrerà nel centro; se si propone solo un tipo di prestazione, si coinvolgerà unicamente la clientela interessata a questa.

LE TECNOLOGIE PIÙ PROMETTENTI

Ogni metodica è importante, perché **le tecniche possono essere complementari tra loro ed è possibile creare sinergie, composizioni di programmi per realizzare un**

vero protocollo su misura. Non si può sostenere che una è più importante delle altre. Per un istituto di bellezza è innanzitutto indispensabile avere la radiofrequenza, tra le tecnologie più performanti per stimolare gli adipociti, senza dimenticare anche quelle tecnologie meno innovative ma che funzionano sempre molto bene come la pressoterapia, quasi obbligatoria da proporre se l'obiettivo è lo snellimento (ad esempio, per migliorare il risultato dopo un avvolgimento). Anche l'elettroporazione aumenta in modo considerevole l'efficacia dei trattamenti, in più è decisamente abbordabile a livello di prezzo.

L'associazione di cosmetici con elettroporazione, radiofrequenza o luce pulsata è un ottimo rituale anti-età da eseguire in cinque/sette sedute, in quattro/sei settimane: la performance delle tecnologie è talmente forte che la reazione dei fibroblasti dura a lungo e bisogna dare loro il tempo di produrre tutto il collagene e l'elastina prima di riprendere una nuova seduta.

In questo caso otterrete senza dubbio dei risultati e una redditività ottimale. L'eventuale massaggio aggiuntivo non apporterà un miglioramento del risultato, ma sarà un vero *plus* per il comfort della cliente.



NON RIMPIAZZATE, SOSTITUITE!

Se un'estetista scegliesse di sostituire il suo solarium con uno stesso macchinario solo più nuovo, il suo sarebbe un investimento che probabilmente non genererebbe redditività. Meglio farebbe invece dotarsi di un apparecchio di altra tecnologia (non importa quale) aprendo le porte a nuove clienti o aumentando il paniere medio di quelle attuali: potrebbe così aumentare la sua cifra d'affari annua. **Se l'apparecchio può resistere ancora qualche tempo, è meglio orientarsi verso un altro prodotto che genererà un introito supplementare e complementare a quello esistente.** Facciamo un altro esempio: se il macchinario snellente che si possiede può andare bene ancora per due o tre anni, è meglio conservarlo e acquistare un'altra tecnologia che diventerà complementare per offrire più risultati. Si sfrutterà il vecchio apparecchio, offrendo anche pacchetti che lo associano a quello nuovo. Integrando le tecnologie, si otterranno più performance, più risultati e più soddisfazione.