

Союз професіоналів SPA, курортів та Welness-об`єктів України ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ВЕСТНИК СОЮЗА ПОФЕССИОНАЛОВ SPA. КУРОРТОВ И WELLNESS-ОБЪЕКТОВ УКРАИНЫ май-июнь 2015



ВСЕ О СОВРЕМЕННОМ СПА, ВСЕУКРАИНСКИЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ВЕСТНИК ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ И

Дорогі друзі, колеги та партнери!

Літо - час не тільки відпусток, але й активної роботи для збереження клієнтської бази, освіти та підвищення кваліфікації персоналу (літом це дешевше), створення нових проектів, підготовка до активного осіннє-зимового сезону і, звичайно ж, для багатьох літо - довгоочікуваний курортний сезон з активним відпочинком або ще більш активною роботою.

ти разом. Змінилася цільова аудиторія курортів - більше туристів з України і менше з-за кордону. Зміна пакету пропозицій, цінової політики та програм лояльності – звичайна робота для креативних менеджерів, які прагнуть передбачити побажання потенційних клієнтів, утримати ринок і зберегти бізнес.

Ті, хто брав участь у Першому Всеукраїнському національному СПА-Саміті-2015 у березні цього року отримали пріоритетне право для

> консультацій інформаційної підтримки провідних експертів СПА та Велнесбізнесу в Україні і для них питання СПАбізнесу до нових умов роботи тепер спрощені. Всі, хто не встиг взяти участь у СПА-Саміті - тепер зможуть отримувати інформацію з вісника СПА Спейс, а також інформаційних розсилок Союзу професіо-

адаптації налів СПА.

Варто відзначити, що хітом цього року став новий проект експертів Союзу професіоналів СПА - Ukrainian SPA Concept – бізнес-модель сучасного Українського СПА - національна ідентифікація СПА-моделі, кращі традиції національного українського SPA, сервісу і гостинності, систем оздоровлення, омолодження та банних культур, масажних і естетичних ритуалів у сполученні з трендовими українськими технологіями SPA і Wellness, а також атмосфера національного етно-SPA відповідно до вимог стандартів SPA та сучасних тенденцій оформлення SPAцентрів, згідно всім стандартам і вимогам сучасних СПА-послуг. Читайте про проект докладніше в нашому номері СПА Спейс.

Також у цьому номері вперше опубліковані постачальники - учасники проекту PRIORITY SPA - тепер в кожному номері і в розсилках Союзу наші учасники проекту зможуть отримувати ексклюзивні програми співпраці від кращих постачальників та ділерів СПА і Велнес України.

Літо – чудова пора не лише для відпочинку, а й для перезавантаження, зміни кута і спектра світогляду і бачення. Саме тому Міжнародна СПА Академія розробила нові унікальні програми освіти. Про це та багато іншого також читайте в нашому номері.

SPA-бізнес залишається для багатьох таємницею не тому, що мало інформації і «цьому не вчать в наших ВУЗах», а тому, що все починається з кожного з нас. Щоб правильно управляти і продавати SPA – його треба зрозуміти, полюбити і ставитися як до самої улюбленої дитини. Інформацію про SPA для керівників завжди можна почерпнути в профільній пресі, на галузевих національних подіях, на курсах підвищення кваліфікації в галузевій СПА-Академії, а також у спілкуванні з успішними колегами та партнерами. Інвестиції в себе однаково важливі як для гостя SPA так і для SPA-менеджера. Якщо ми хочемо отримати максимум результату в майбутньому, в це майбутне треба вкладати вже сьогодні.

Щиро Ваша голова Союзу професіоналів СПА, готелів та Велнес-курортів України Таміла Рзаєва



Ми всі звикли до певного стереотипу літньої роботи - клієнти переміщуються в курортну зону, фахівці їдуть за ними в пошуках стабільного потоку клієнтів, а курортні об'єкти готуються приймати безліч гостей та туристів. В житті і в країні все змінюється і тому ми вдруге зустрічаємо не зовсім звичайне літо. Міграція персоналу і тотальний дефіцит професійно навчених кадрів – до цього звикати не треба, це завдання нам належить вирішува-



1 BCEVKPAÜHCEKUÜI SPA-CAMMIT-2015

I UKRAINIAN SPA:SUMMIT:2015

11-12 марта 2015 в Киеве в рамках выставки Hotel & SPA состоялся 1 Национальный SPA-Саммит-2015, который объединил владельцев и руководителей, топ-менеджеров и профессионалов SPA, Wellness, Fitness и Hospitality отраслей Украины.

Основная задача отраслевого события национального масштаба — обмен опытом, деловая площадка для переговоров, обучение инвесторов и руководителей SPA и Велнес, продвижение новых проектов отрасли. Организаторами данного проекта стал Союз профессионалов SPA, курортов и Велнес —объектов Украины совместно с выставкой Hotel & SPA, Международным Центром «ТОП» и Международной SPA-Академией.

Спикерами 1-го Национального SPA-Саммита — 2015 стали ведущие эксперты отрасли, члены экспертного совета Союза профессионалов SPA — Рзаева Тамила, Смекалина Ольга, Титаренко (Вечерикова) Наталья , Бондаренко Оксана, Чуяшов Дмитрий, а также специально приглашенные эксперты SPA, Велнес и отельного бизнеса — Татьяна Чор (владелец и основатель журнала «Отельер и Ресторатор»), Мария Сухомлинова — коммерческий



директор «Beaute Naturell», Инна Корниенко компания «Бизнес Ателье», Лариса Гажа-Литвиненко – основатель проекта SPALife и владелец проекта IProject.

Участники Всеукраинского SPA-Саммита отметили высокий уровень докладов, которые носили практически-прикладной харак-Были затронуты вопросы управления SPA, создания стандартов SPA и построения отношений с поставщиками, освещена проблематика start-up и задачи правильного построения SPA-концепта, актуальные вопросы финансов в SPA, новые тенденции в потребностях клиентов и гостей SPA, вопросы сервиса ,управления продажами товаров и услуг, SPA бизнес в интернет-ресурсах,

актуальные вопросы относительно персонала SPA.

12 марта 2015 года впервые состоялась церемония вручения 1 Национальной Премии Ukrainian SPA SPAce[©] – "Всеукраїнський SPA-простір»[©].

Обладателями 1 Национальной Премии Ukrainian SPA SPAce стали:

В номинации SPA-Wellness-Beauty Персона — 2015 / SPA-Wellness & Beauty Persona in Ukraine-2015 — Divisional Sales Director Health & Beauty & Hospitality Premier Expo Ukraine — Татьяна Федорова г.Киев — за многолетний плодотворный труд и особый вклад в развитее Beauty & SPA — отрасли Украины

В номинации – Лідер SPA & Wellness галузі України-2015

/Ukrainian Leader SPA & Wellness-2015 – Superior Golf Resort & SPA г. Харьков за внедрение инновационной программы SLP (Superior Life Programm) и разработку и внедрение уникальной программы Wellness-меню.

В номинации Краща авторська методика SPA & Wellness галузі України — 2015 Best national author's technique SPA & Wellness in Ukraine — 2015 — Гриценко Антон г. Донецк, за создание методики функциональной нейромеханики.

В номинации Кращий національний виробник SPA & Wellness галузі України — 2015 / The Best National SPA & Wellness producer in Ukraine — 2015 — компания Piel Cosmetics , как национальный производитель инновационной профессиональной SPA-косметики и создание уникального продукта 4D-elixir: DNA OF YOUTH 4-х уровневый активирующий комплекс на основе Uncaria Tomentosa.

В номинации Кращий SPA & Wellness – менеджер року – 2015 / The Best SPA & Wellness – manager – 2015 – Терещенко Марина г. Киев – владелец и управляющая отельно-ресторанным комплексом «Днепровская

ривьера» и банным комплексом «Голосеевские бани».

Номинантами 1 Национальной Премии Ukrainian SPA SPAce стали:

В номинации Краща авторська методика SPA & Wellness галузі України — 2015 / Best national author's technique SPA & Wellness in Ukraine — 2015 — Чуяшов Дмитрий / Днепропетровск, за создание уникального комплекса «Мобильный банный комплекс» и систему диагностики и парения в паровой бане

В номинации В номинации Кращий SPA & Wellness — менеджер року — 2015 / The Best SPA & Wellness — manager — 2015 — Падалка Александр / Днепропетровск, управляющий менеджер SPA-центра «Цунами» за

многолетнюю отличную работу менеджера и создание авторських SPAметодик.

Высокий уровень организации 1 ВСЕ-УКРАИНСКОГО SPA-CAMMИ-TA-2015 стал

возможен также благодаря партнерам события, их активной помощи и содействия в организации создания данного мероприятия. Особую благодарность за помощь и активное участие в работе получили компаниипартнеры события: Comfort SPA и Наталью Сластникову и Сергея Скутова, компанию Napura и Владислава Дымова, TM Patrice Beaute и Марию Сухомлинову, компания HRS и Инну Новоселу. За создание особой атмосферы благодарим студию Lie Gudzik и Янину Яроченко, мастерскую декора «Пташка» и Наталью Блинцову, за качественные фото события – Украинскую Ассоциацию Фотографов-натуралистов и Яну Стасиневич.







технологии ПРОДАЖ

События последнего времени в Украине нанесли серьёзный удар по отечественной экономике. Достаточно сказать, что за полтора года курс доллара поднялся почти в три раза, цены выросли как минимум вдвое – в то же время уровень доходов населения нисколько не растёт. В результате имеем резкое падение платежеспособности клиентов практически любой отрасли – в том числе и индустрии красоты.



роко известной пирамидой потребностей человек старается, прежде всего, удовлетворить свои главные нужды: заплатить за проживание, коммунальные услуги, купить себе одежду и пищу. Эстетика в условиях кризиса, печально, но предсказуемо, отходит на второй план.

Если в доходах людей всё большую долю занимает удовлетворение первичных потребностей, то на индустрию красоты денег остаётся всё меньше. Отечественный рынок вошёл в фазу падения и, вполне возможно, пробудет в этой фазе ещё долго. Достаточно долго, чтобы потерпели крах предприятия, не сумевшие адаптироваться к новым, куда более жёстким, условиям работы.

Кризис ударил по собственникам салонов красоты едва ли не сильнее, чем по другим отраслям украинского бизнеса. Если платежеспособный спрос сокращается, то стоимость аренды помещений, приобретения оборудования и материалов неуклонно растёт. Особенно это касается двух последних статей расходов - ведь закупать технику и косметические материалы приходится за рубежом, то есть в иностранной валюте. А она, как мы помним, подорожала в три раза. Что в такой ситуации делают многие хозяева салонов? Как ни обидно, зачастую они выбирают в корне неправильный путь — повышают цены на свои услуги, сокращают квалифицированный персонал, чтобы сэкономить на зарплате, используют некачественные, чересчур дешёвые материалы... иными словами, делают всё, что ведёт их к закономерному в таком случае финалу — закрытию бизнеса.

Неумение вести дела в кризис стало повсеместным явлением, и на этом фоне особенно выделяются бизнесмены, сумевшие справиться с рядом главных проблем — как говорится, «оседлать волну». Если платежеспособный спрос со стороны клиентов сокращается, в полном соответствии с законами экономики нужно цены не повышать, а снижать. Как бы парадоксально это ни звучало.

Как же снизить цены и при этом не потерпеть фиаско? Прежде всего, вступают в игру два важнейших антикризисных фактора – лояльность клиентов и доступное качество материалов. Первое достигается за счёт высокого уровня сервиса и профессиональной подготовки мастеров, второе – путём тщательного выбора новых поставщиков.



Классическим примером может послужить Учебный центр Ксении Сакелари, сумевший достойно справиться с проблемами тяжёлого времени. Уровень профессиональной подготовки у учеников Ксении, всемирно известного мастера и педагога, всегда был на должном уровне, а постоянное сотрудничество с опытными бизнес-тренерами в области менеджмента и маркетинга такими, как Ольга Смекалина, привело к тому, что сервис всегда соответствовал высокому мастерству nailдизайнеров.

Оставалось ещё одно, не менее важное дело - правильно выбрать бренд поставщика материалов, который бы гарантировал снижение себестоимости услуг без малейшей потери качества. Скажете, это нереально – и будете неправы. Учебный центр Ксении Сакелари с успехом доказывает - всё возможно, если подходить к делу с умом.

Качество - это не только громкое имя и высокая цена. европейской косметической промышленности, помимо широко разрекламированных брендов, существует множество не менее заслуженных и опытных производителей, ориентированных не столько на массовый рынок, сколько на узкий круг профессионалов. продукции Качеством своей этих компании, между прочим, зачастую превосходят всем известные марки с громким именем. А цена – вот цена как раз оказывается значительно ниже.

Как выбрать же бренд? Прежде всего, нужно обладать широчайшим знанием конъюнктуры европейского косметического рынка, которым обладают только всемирно признанные мастера - такие, как Ксения Сакелари.

Во вторых, постоянное участие международных фестивалях и форумах индустрии красоты даёт широкую возможность для так называемого «нетворкинга» - создания обширной сети профессиональных знакомств. Контактов, которые в дальнейшем становятся надёжными и выгодными партнёрами.

Но даже в этом случае остаётся ещё один принципиальный вопрос убедить как клиента, что, допустим, мани-

кюр, сделанный с использованием непривычного бренда и по меньшей цене, будет столь же качественным? И тут мы вспоминаем о деловой репутации салона, которая создавалась за счёт классного сервиса, профессионализма мастеров и развития программ лояльности.

Если посетитель привык доверять салону, он знает, что nailдизайнер его не подведёт. Ну а со временем клиент осознает, что новая марка обладает таким же высоким качеством, как и широко разрекламированная по всей стране косметика – а в чём-то и превосходит её.

Иными словами, к доступному и продуктивному в работе материалу мы добавили высочайший уровень мастерства наших специалистов, подтверждённый на чемпионатах Украины и мира, и закреплённый благодарностью наших клиентов и учеников, совместили профессиональную продукцию и доступные цены.

В этом и состоит секрет нашего успеха в трудное время. Никакого волшебства – только вдумчивый деловой расчёт. Магия – это то, что творят наши специалисты по nail-дизайну, а работа менеджмента – это просто бизнес.

Ольга Смекалина







Еще несколько лет назад обучение персонала было не просто актуально, но и модно, престижно и необходимо.

Что же произошло?
Почему мы перестали обучать сотрудников необходимым знаниям и навыкам, которые позволяют «удержать» бизнес на должном уровне.



Обучение персонала SPA и Wellness – так ли необходимы инвестиции?

Еще несколько лет назад обучение персонала было не просто актуально, но и модно, престижно и необходимо. Что же произошло? Почему мы перестали обучать сотрудников необходимым знаниям и навыкам, которые позволяют «удержать» бизнес на должном уровне.

В период становления SPA & Wellness индустрии Украины и вплоть до финансового кризиса 2008 года обучение персонала стало основной необходимостью, т.к. именно в этот период создавались и открывались самые крупные и влиятельные SPA-объекты в Украине. Нужны были квалифицированные кадры, которые пришлось обучать практически с нуля. Индустрия красоты и гостеприимства стали основой для создания обучающих программ, а иностранные эксперты с огромным удовольствием приезжали в Украину «нашу детку покачать»... Стоимость обучения была достаточно высока, но из-за высокого спроса на SPA и Wellness услуги, а также из-за постоянного обновления ассортимента новинок в процедурах, активной рекламной компании и др.факторам – клиентский поток был настолько стабилен, что даже самый дорогой курс обучения окупался максимум за 5-6 месяцев. Кабинеты персонала активно оснащались новыми дипломами, что помогало клиентам проникнуться доверием и приобретать процедуры целыми курсами и программами.

Кризис 2008г внес свои «коррективы»... Постоянный режим экономии, резкий спад доходов у населения, инфляция, уменьшение клиентского потока... Безусловно, экономить начали с тех статей расходов, которые не приносили быстрого заработка. Обучение, новые торговые марки, текущий ремонт и многие др.статьи расходов были надолго «законсервированы». Подобный режим стал вынужденным на некоторое время, но прижился и вошел в систему. Обучать персонал мы перестали практически совсем. Единственное место , где специалисты могли узнать о новинках и принять участие в презентационных или обучающих мастер-классах, стали выставки индустрии красоты. В целях экономии на выставку приезжали 1-2 специалиста, которые должны были посетить платные (не дорогие) мероприятия ,приобрести косметику и аксессуары с выставочной скидкой, приобрести каталог и за 1-3 дня вернуться домой с последними новостями. В тех условиях это был выход из безвыходной ситуации.

Что же произошло на рынке SPA и Wellness, что привело к систематической стагнации обучающих процессов и профессионального и личностного развития кадров.

Поскольку обучение персонала стало достаточно «дорогим удовольствием» для многих предприятий стало проще «перекупить и переманить» уже обученный персонал. Небольшая прибавка к прежней зарплате и к % и вот центр или салон уже обладатель обученного специалиста без дополнительных расходов. Понять профессионала тоже можно - в период кризиса любая прибавка к возможному заработку это уже удача. Что происходит с мышлением специалистов в условиях постоянной «миграции» от центра к центру и от салона к салону. Эффект «звездности», искусственно завышенная самооценка и ощущение незаменимости. В таких условиях обучение и личностный рост уже не планируются. Зачем? Есть работа, есть постоянный спрос на услуги, есть возможность манипуляции своим руководством «если я вас не устраиваю — нет проблем. Меня зовут в десятки других салонов» и т.п.

Вторая проблема — это проблема «быстрого старта», когда на подбор персонала, тестирование, обучение и создание единой команды практически не остается средств или они вообще не были запланированы бизнес-планом. Основные средства «ушли» на достаточно быстрое строительство, дизайн, покупку не всегда нужного оборудования. Часто мы мыслим так: «здание и техника всегда при нас останется, а персонал будет мигрировать». Зачастую руководители и владельцы думают о том, что уменьшат риск, если инвестируют в технику, а не персонал, который могут перекупить.

Также, с наступлением достаточно сложного экономического периода в 2008г зарубежные эксперты и преподаватели уже не могли предложить украинскому рынку SPA и Wellness свои обучающие программы по доступным ценам. Пришлось обходиться «своими силами» и в итоге образовательные центры или закрылись или переквалифицировались на более доступные обучающие программы у отечественных преподавателей.

О том, что до 2012 года квалифицированное обучение администраторов для СПА-отелей 5* и менеджеров компаний – поставщиков вообще не существовало уже и говорить не приходится. В итоге сервис в СПА и построение эффективной дилерской сети торговых марок на сегодняшний день стали самыми актуальными темами конференций, споров, забот и сложных решений для руководителей.

Ситуация 2014-2015гг отражает следствие всех ошибок и перемен, которые мы совершили. Исправлять будем вместе — это наш рынок, наши клиенты и гости, наш персонал и специалисты и теперь мы вместе сможем решить эту сложную задачу, которая стоит перед нами.

Рассмотрим основные задачи.

Чтобы понимать разницу в подходе к обучению персонала Beauty и SPA следует определить, что SPA — это профессионально организованное пространство для восстановления эмоционального состояния человека, физических ресурсов и потенциала, повышения адаптационных функций и творческого потенциала при помощи комплексного воздействия

водных и термальных процедур, косметологических и мануальных программ, с применением природных факторов и продуктов, а также ручных и аппаратных технологий, с соблюдением SPA-этикета во время пребывания на территории SPA.

Т.о. изначально план пребывания гостя в SPA кардинально отличается от процедуры посещения салона красоты. В SPA гость проводит гораздо больше времени, чем в салоне красоты, косметологической клинике и фитнес-клубе. В SPA существует множество ритуалов и процедур, которые не применяются в салонном бизнесе, и начинается все со SPA-этикета. Это азбука, которую персонал обязан знать и выполнять еще на этапе первоначального обучения и тем более при зачислении на должность.

Скачать СПА-этикет для персонала и гостей можно по ссылке: https://www.facebook.com/groups/201244299950972/

Сервисная составляющая SPA построена таким образом, что сервисные протоколы неразрывно связаны с процедурами, а не только пребыванием гостя на территории SPA. Репутационная составляющая SPA или Wellness объекта является таким же его активом, как и персонал, оборудование, используемые бренды и т.п.

Как в городском DAY- SPA, так и в SPA при отеле или загородном клубном SPA разовые гости , приобретающие одну-две услуги не смогут обеспечить финансовую стабильность объекту. Финансовая устойчивость основывается на рентабельности услуг и коммун.платежей, а также на базе постоянных клиентов, обеспечить которую возможно при

условии высокого сервиса и профессионально предоставляемых услуг и товаров за обоснованную стоимость.

Персонал SPA – это человеческий капитал, основной «инструмент» предоставления высококачественных услуг и сервиса. Без персонала SPA-центр – просто оборудованная территория.

Инвестиции в персонал SPA предполагают гарантию выполнения персоналом всех обязательств и обеспечение прибыли от оказываемых услуг. Ресурс SPA в виде персонала — это обученные сотрудники, с профильным образованием, способностями и навыками, а также опытом и квалификацией. Дополнительное обучение и профессиональный рост сотрудника позволяет повысить стоимость его услуг, а также класс и уровень предоставляемых программ SPA. Инвестиции в персонал и уровень образования специалистов — это капиталовложения в активы SPA.

В последнее время подбор персонала в SPA стал уже глобальной проблемой в Украине, т.к. штат SPA-центра до 1500м2 может составить до 30 человек, а штат крупного SPA & Wellness-центра общей площадью до 5000м2 с аква-термальной и фитнес-зоной может составить до 100 человек. Учитывая все вышеизложенные факторы кризиса, отсутствие достаточного количества специалистовпреподавателей, необходимость корпоративного обучения на сегодняшний стоит стоит также остро, как и 8-9 лет назад.

Итак, задача № 1

«Своевременность и уместность планируемого обучения»

Необходима правильная диагностика в потребности данной услуги. Для того,



чтобы определить потребность в улучшении тех или иных компетенций сотрудников, необходимо очень точно уяснить модель управления эффективностью работы персонала SPA. Бизнес-процессы в SPA не всегда точно описаны в документации центра. Необходимо выделить ключевые требования к эффективности (достижение результата с «нормативными» затратами). Такими требованиями являются: должностные инструкции, протоколы сервиса и корпоративные стандарты SPA.

Первой задачей, которая может привести руководителя в замешательство, является определение уровня профессиональной подготовки, уровня культурного и личностного развития специалиста. Как объективно оценить эти показатели? Самостоятельно достаточно сложно, т.к. работа в едином коллективе не позволяет на 100% объективно оценить качество сервиса и услуг. В таком случае проводят аудит персонала, сервиса и бизнес-процессов в SPA. На основании выводов о качестве сервиса и услуг, а также взаимодействии персонала и подразделений SPA, независимые эксперты составляют комплекс рекомендаций и выводов о том, кто именно из специалистов нуждается в определенном повышении квалификации, а кого, возможно, необходимо заменить или переместить в должности.

Задача № 2

«Составление системы обучения и мероприятий для обучения персонала, повышения квалификации, а также улучшения качества сервиса».

Такая система должна содержать не только недостающие знания, но также должна быть комплексной (информационно, теоретически, практически), а также содержать дополнительные знания и способы приобретения навыков, способствующих более качественному выполнению основных функций и обязанностей.

Тренинги. Какие они должны быть.

- 1. Базовые и установочные. Основные базовые знания и навыки, необходимые для качественного выполнения должностной инструкции и стандартов профессии.
- 2. Специальные. Когда персонал уже обладает базовыми знаниями и навыками и есть необходимость повысить квалификацию в определенном

разрезе знаний. Например: «коммуникативные навыки при общении с клиентами»

- 3. Планово-тематические. Плановое повышение квалификации, с учетом корпоративных стандартов и стандартов профессии. Проводятся через полгода после базовых и после аттестации.
- Тренинги личностного роста и развития, как правило, не входят в основной план обучения, но, могут быть рекомендованы, в случае дистанции между профессиональным и личностным ростом персонала.

Выбираем тренинговую компанию / образовательный центр:

- 1. Изучаем область опыта у преподавателей. Знакомимся с их успешными проектами и тренингами (результатами их тренингов)
- 2. Изучаем раздаточный материал и программу обучения. Задаем вопросы тренерам.
- Ставим задачи перед тренером (цель и желаемый результат после тренинга). Изучаем подготовку к тренингу с учетом специфики Вашего SPA.
- 4. Изучаем дипломы и систему аттестации.

Как оценить качество обучения:

- **1-й вариант:** анкеты участников «до» и «после». Уровень ответов сможете оценить самостоятельно.
- **2-й вариант:** определение знаний «до и после» аттестационные данные до начала тренинга и после окончания.
- **3-й вариант:** опрос сотрудников через месяц после тренинга для оценки «остаточно» знания в долговременной памяти.
- **4-й вариант:** SPA-менеджер, по созданной преподавателем анкете, отслеживает применение специалистами знаний и навыков, полученных на тренинге.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБУЧЕНИЯ:

Инвестиции в обучение должны приводить к увеличению прибыли компании. Если обучение состоялось на улучшение качества сервиса — тогда оценки гостей, их рекомендации своим знакомым будут являться критерием эффективности. Т.е. качество сервиса = прирост количества гостей и клиентов.

Пример: сервис-менеджер компании



Тоуота всегда перезванивает клиентам, через 5-6 дней после визита в автосалон, с вопросами-анкетой для выяснения пожеланий и отзывов о работе сервис-менеджеров.

Это прямая обязанность SPA-менеджера в индустрии SPA & Wellness – контактировать с клиентами после посещения, спросить отзыв и узнать пожелания.

ФОРМУЛА РАСЧЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБУЧЕНИЯ:

Прибыль на инвестициях в обучении = Прирост прибыли организации/ инвестиции в обучение (тренинг)

Пример 1:

Тренинг для группы администраторов (25 человек) по улучшению качества сервиса . Стоимость обучения - 900 грн за 1 участника. Итого затраты на обучение = 22 500грн

Через 3 месяца после окончания тренинга:

— прирост кол-ва постоянных клиентов составил + 25 человек ежемесячно (75 чел за 3 месяца), которые приобрели SPA-услуги на общую сумму - 37500грн (средняя стоимость SPA-услуги — 500грн)

Итого: через 3 месяца инвестиции в обучении были возвращены с прибылью в 15000грн.

Простой пример расчета эффективности (при самой минимальной эффективности повышения качества сервиса и коммуникации с клиентами).

Пример 2:

Обучение 2-х массажистов новым технологиям массажа (на выезде).

Затраты на обучение:

5000 грн — обучение 2-х специалистов новой методике

Проезд – средняя стоимость ж/д билетов 350грн в одну сторону. $350 \times 4 = 1400$ грн

Проживание + командировочные:

400грн в день проживание х 3 дня = 1200грн. командировочные – 150грн в день х 2 чел = 300грн х 3 дня = 900грн.

Итого инвестиции в обучение новой методике: 5000 + 1400 + 1200 + 900 = 8500 грн за двоих специалистов.

Новая методика по прейскуранту стоит 600 грн. Себестоимость процедуры — 80 грн. 20% — заработок специалиста- 120грн. Итого 400 грн прибыль от новой процедуры.

2 специалиста за 1 месяц оказывают в среднем 30 новых процедур (15 процедур каждый). Прибыль от новой процедуры в сумме составит 12000грн. Затраты на обучение составили 8500. Чистая прибыль в первый месяц предоставления новой услуги = 3500грн.

Безусловно, новый вид SPA-услуг необходимо заранее рекламировать, обучить административный персонал квалифицированно продавать данную услугу, обеспечить взаимодействие подразделений SPA для перекрестного продвижения услуг. Данный пример показывает абсолютную рентабельность обучения персонала

при грамотной постановке системы учета и продвижения SPA-услуг.

Мотивация сотрудников к обучению также считается одним из важнейших факторов поощрения персонала. При условии стабильно высоких показателей работы, повышение квалификации может быть за счет предприятия. Также в программу лояльности можно включить обучение в виде бонуса.

Доказано на практике, что одним из самых эффективных методов кредитования обучения персонала является долевое участие 50 / 50. Когда сотрудник вкладывает не только время, но и свои средства — мотивация к обучению повышается и есть материальная заинтересованность как можно быстрее вернуть вложенные средства.

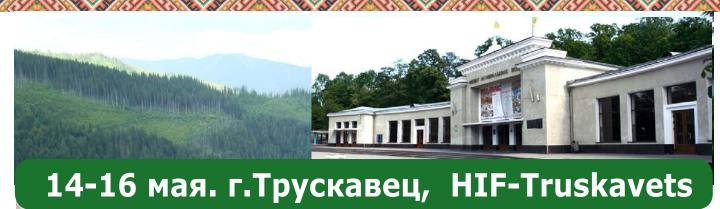
И последний вопрос, который останавливает руководителя на пути обучения персонала — это страх потерять обученных специалистов, которых готовы пригласить конкуренты на более выгодные условия работы.

С Вашим юристом заранее разработайте договор кредитования, где будут указаны не только сроки возврата

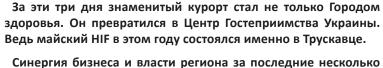
суммы кредита, но и срок, который специалист обязан отработать после окончания обучения. Не поленитесь заранее узнать на какие условия ваши конкуренты приглашают к себе уже обученный персонал. Знать о методах работы ваших коллег – это нормально и этим обязан интересоваться уважающий себя менеджер. Позаботьтесь о том, чтобы Ваши сотрудники получили наиболее интересную систему мотивации, а также повышайте уровень престижа работы в вашей команде. Это не только командообразующие тренинги и система материального поощрения. Это также Ваши корпоративные знаки отличия, Ваша система морального поощрения и возможность карьерного роста и развития. От системы наставничества до возможной школы SPA для клиентов и гостей. Ваша фантазия и организационные навыки в комплексе с юридической поддержкой – и в итоге вы получаете крепкий слаженный коллектив единомышленников и партнеров.

Тамила Рзаева



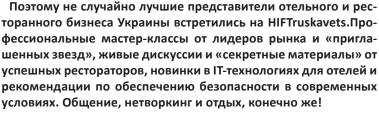






лет привела к мощному прорыву. Ведь в то время как многие дестинации жалуются на отсутствие туристов, в 2014 Трускавец привлек их на 18% больше, чем в 2013 году! И это случилось только благодаря увеличению потока внутреннего туризма.









Мероприятие стало одним из самых масштабных событий индустрии гостеприимства Украины, и собрало боле 90 участников. С докладами и мастер-классами выступило более 20 спикеров.



Самые живые доклады и мастер-классы: «Взлом продаж» от издателя нашего журнала, бизнес-коуча Татьяны Чор, «Управление изменениями в организации» от административного директора 1+1 Гаяны Каракашян, идеи от Олеси Маноловой, Finance In Hotel «Кризисный менеджмент в отеле: финансовая составляющая». Виктор Бычков, директор по продажам и маркетингу «Риксос Прикарпатье» поделился опытом организации результативного отдела продаж в отеле.

Второй день принес нам откровения от экспертов SPA — бизнеса. Открывала SPA-секцию Тамила Рзаева, Глава Союза Профессионалов СПА, курортов и Велнес-объектов Украины, с докладом на тему «Стандарты, прибыльность и успешные тренды в СПА при отеле и курорте», в котором впервые был представлен Ukrainian SPA Concept® - концептуальный план современного украинского СПА. Также на SPA-секции выступил Антон Гриценко, Международное общество функциональной нейромеханики, и поделился опытом о специальных экспресспрограммах СПА и их адаптации к отельным и курортным СПА — предложениям.

Также была раскрыта тема организации профессиональной службы безопасности в гостинице. Олег Чор, глава международного Холдинга Group1 Security, имеющий многолетний опыт охраны гостиниц в Украине и Северной Америке объяснил, как превентивный профессионализм предохраняет многочисленных ошибок в сфере обеспечения безопасности отеля.

Якість сервісу в СПА -



«Самый главный ресурс, который гости оставляют в SPA – это доверие и время»

Как часто мы слышим о том. что все хорошо и красиво в этом SPA, все безупречно, без идеально. претензий? Бывает, но не так часто как хотелось бы. Особенно этого хотелось бы клиентам и руководителям. Эти две категории особенно должны быть заинтересованы в высоком сервисе. Первые - потому что именно за это взимается достаточно приличная сумма за услуги, вторые - потому что хотят эти приличные суммы регулярно видеть в кассе.

Если бы существовал финансовый рейтинг лучших впечатлений о SPA и сервисных услугах Wellness, то можно было бы подсчитать, что настоящий SPA-pampering имеет самую низкую себестоимость или вообще не стоит ничего.

Lux-сервис в SPA — это прежде всего отношение к гостю и к своей работе, высокий уровень ответственности за качество услуг и ту атмосферу, которую гости выбирают, что

провести в ней часть своего времени. Самый главный ресурс, который гости оставляют в SPA — это доверие и время! И если они разочарованы или понимают, что их время более ценно, чем сумма потраченная в SPA — значит они не получили оправдание своих ожиданий. Придут ли они еще раз?

Традиционно складывается так, что гости говорят о сервисе в двух случаях – когда он

особенно хорош и когда совершенно плох. Отсутствие жалоб еще не означает lux-овый сервис, это просто говорит о том, что люди не высказывают претензий из вежливости или чтобы не портить свое настроение или потому что недочеты еще не превысили их терпение.

Репутация вашего SPA — это не то, что указано в рекламной брошюре или на сайте, это то, о чем говорят Ваши клиенты!















Попробуйте сформировать Ваш уровень сервиса на таблице сверху.

Если Ваш SPA-бизнес работает как часы – звезда за сервис будет Ваша!

Основные критерии SPA-сервиса высокого класса:

- Внешняя и внутренняя дисциплина всего персонала SPA
- Соблюдение SPA-этикета для персонала и мотивация гостей соблюдать SPAэтикет
- Искренняя улыбка
- Эмпатия
- Искусство коммуникации (культура общения с гостями и коллегами)
- Соблюдение стандартов внешнего вида, гигиены и делового этикета
- Соблюдение сервисных протоколов

Внимание к деталям:

- К просьбам и пожеланиям гостей (вербальным и не вербальным)
- Избегать споров и не переходить на повышенный тон разговора
- Соблюдаем «интонацию гостеприимства»
- Субординация и личное пространство – закон для всех.

- Знаем, выполняем, соблюдаем протоколы: приветствия, презентации, процедур, переговоров, расчета и завершения визита.
- Коллегиальность и командное взаимодействие
 гость видит и чувствует отношения внутри коллектива.

Персонификация в отношении с клиентом:

- обращение по имени и отчеству
- работа с анкетами по изучению пожеланий и повышению качества сервиса
- внимание к гостям с особыми потребностями: дети, беременные женщины, инвалиды, аллергики и диабетики.

Что может приятно удивить гостя в SPA:

Сервис в SPA начинается с безупречной, кристальной и абсолютной чистоты!

Для гостя чистота — это полное отсутствие каких-либо видимых признаков загрязнений ВЕЗДЕ, на всех поверхностях, во всех помещениях. Даже появление горничной или уборщицы не должно вызывать у гостя чувство дискомфорта (внешний вид, личная гигиена и поведение технического персонала также важны как и

для всех остальных сотрудников SPA). К чистоте относятся также чистота воздуха и воды (как в бассейне, так и в кранах сан.узлов)!

Для SPA-менеджера соблюдение первого постулата сервиса (чистота) означает следующий объем работы:

- создание стандарта уборки всех помещений SPA
- обучение всего персонала и контроль их работы (check-лист для SPA)
- обучение персонала SPAэтикету для профессионалов и контроль за его соблюдением, включая внешний вид.
- контроль за соблюдением протокола презентации SPA-центра
- контроль технич. показателей в помещениях SPA (температурный режим, работа вентиляции, освещения...).
- 2) Легендарный и загадочный SPA-pampering Super-обслуживание и комфорт.

Для гостя – SPA-сервис – это целый комплекс мероприятий – от искренних улыбок и умения общаться всего персонала SPA, до мельчайших деталей в оснащении пространства для отдыха и кабинетов. Культура общения и гостеприимство, в со-

четании с выполнением процедур и обязанностей на высоко профессиональном уровне, а также эмпатия и комфорт, обеспеченный продуманными действиями персонала и оснащением пространства – для гостя SPA это всё составляет общее впечатление о сервисе на территории SPA.

Основные критерии оценки SPA-сервиса гостями:

- чистота поверхностей, воздуха, соблюдение норм безопасности, эргономика мебели и оборудования, комфортный температурный режим.
- комфортный уровень освещения, звукового зонирования
- внешний вид и коммуникативные навыки персонала
- процедура приветствия и бесплатные «комплименты» от SPA (напитки, фрукты, подарочное время, детские подарки и проч.)
- уровень комплектации открытых зон отдыха (аква-термальный комплекс, зона релакса, фито-бара) – удобные

шезлонги, наличие актуальной прессы/литературы, бесплатный wi-fi качественного уровня, бесплатный набор полотенец, уровень обслуживания и ассортимент в фито-баре.

- качество общения с персоналом SPA
- профессиональный уровень предоставления услуг и сервисное сопровождение во время процедуры.

Каждый сотрудник должен знать и понимать свою роль в «большом сервисном оркестре» Вашего SPA. Как в большом симфоническом оркестре нет незначительных музыкантов, как в часовом механизме нет ненужных деталей, так и в SPA-сервисе нет персонала, который бы не был причастен к созданию безупречного обслуживания гостя.

Как же мотивировать сотрудников соблюдать все постулаты гостеприимства и SPA.

Система мотивации, в первую очередь, состоит из внутренних потребностей каждого сотруд-

ника и коллектива в целом. Все детали мотивации — от моральных до материальных, выстраиваются руководителем в систему поощрений и контроля, понятную и принятую персоналом. Идеально, если 50% мотивационных мероприятий принимаются с коллективом коллегиально.

Высокий сервис неразрывно связан с двумя факторами – обучением и контролем качества. При обучении персонал необходимо обучить всем необходимым навыкам и знаниям, а также предоставить технические можности, чтобы специалисты были в состоянии качественно работать с клиентами. Успешные в обслуживании организации уделяют максимальное количество внимания именно личным качествам сотрудников, таким, как, например, умение слушать, задавать правильные вопросы, вызывать доверие клиентов.

Тамила Рзаева









одорож до Карпат – це велика мандрівка до стародавньої України. Неможливо описати одним словом що чекає туриста-мандрівка, який потрапить до чарівної вишуканої краси Карпатських міст та курортів. Це незабутня мандрівка в мальовничу Долину Нарцисів, можливість побачити на власні очі цвітіння сакури, це і фестиваль сиру і вина, фестиваль наречених, фестиваль голубців, - безліч цікавої і актуальної інформації. В Карпатах є печери в яких можна лазити годинами (розташовані недалеко від озера Синевир), або що в Карпа-

тах є скельні монастирі аналогічні кримським печерних містах, є гейзери і підземні бункери, найбільша оленяча ферма (170 оленів) і з десяток замків та ще багато цікавого. Туристів чекає численна кількість замків та пам'ятників архітектури, історичних місць культурної спадщини Західної України, мандрівникам SPA запропонують тури до гірських водоспадів та джерел лікувальних мінеральних вод, купання у чанах та карпатської бані. Гостям запропонують екскурсії до музеїв та пивоварень, пригостять найсмачнішими цукерками, знаме-

нитою кавою та шоколадом ручної роботи та ін...солодощами, нагодують величезними порціями страв карпатської та гуцульської кухні, з використанням екологічних продуктів з молока та гірського меду, чистих та смачних овочів, фруктів та грибів, наллють чаї з лікарських трав та рослин. Тільки у карпатських крамницях Вам запропонують ніжнішу органічну косметику з цілющих трав Галичини. Взимку гірськолижні курорти гостинно запрошують до себе прихильників лижного спорту та зимних подорожей до сніжних гір.





10 переваг, чому треба їхати до Карпат:

- 1. Зручний транспортний зв`язок: літаком або залізницею, власним авто та автобусами.
- 2. Цілющий клімат Карпат: лікувальне повітря та мінеральні води, екологічні, гірськолижні та SPA- курорти.
- 3. Екологічно чисті продукти та дуже смачна карпатська кухня.
- 4. Помірні ціни на дозвілля.
- 5. Гостинні люди та зручні і не дорогі готелі та санаторії.
- 6. Нові цікаві екскурсії та подорожі. Незвичайні місця з легендами та таємничими історіями
- 7. Можливість придбати не дорого вишукані сувеніри, одяг, взуття, та ін..предмети творчості та мистецтва.
- 8. Лікувальні процедури та програми для відновлення здоров'я
- 9. Західно-українські етно-свята та фестивалі, ярмарки, конкурси і безліч розважальних програм для місцевих жителів та гостей.
- 10. Безліч архітектурних пам'ятників, музеїв та історичних місць, які обов'язково варто відвідати якщо Ви цікавитеся своєю історією та історією своєї країни.

	(V * * * V / V * V * V * V * V * V * V *	\\\ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \	WALLAND WALLAND
Міста	Туристичні пам`ятки	Лікувальні та СПА-курорти	Що купити на згадку
Мукачево та околиці	Середнянський замок (вежа тамплієрів); Чинадієвський старий замок; Будівля міської ратуші в Мукачево; Водоспад Скакало в Мукачево; Мисливський замок Шенборнів в Мукачево; Мукачевський замок Паланок	Санаторії: «Синяк», «Кар- пати», «Перлина Карпат»; «Солені Млаки»; ТОК «Во- дограй». 7 готельно-рес- торанних комплекси («Ін- турист», «Червона Гора», «Золоті Ворота», «Корал», «Карпатський Мисливець», «Тропік», «Магнат». Готель і СПА «Зоряні Карпати».	Вироби ручної роботи з дерева, вишитий одяг, предмети інтер`єру, посуд. Вовняний закар- патський одяг, хутрові вироби.
Ужгород	Кам'яний Пішохідний міст Ужгорода; Невицкий замок; Ужгородський замок; Го- рянская ротонда Св. Ганни; Дендропарк Лаудона; Закар- патський краєзнавчий музей; Закарпатський музей народ- ної архітектури та побуту; Закарпатський обласний ху- дожній музей ім. Й.Бокшая; Ратуша Ужгорода	Велнес-готель «Унг- варський» із СПА-цент- ром. Санаторний комплекс «Термал Стар»; СПА го- тель «Богольвар»; Готель «Прага», готель «Олд континент».	Бальзам «Прикарапатсь- кий» та кон`як «Ужго- род» та гиняні прикра- си, магніти, біжутерія з дорогоцінних і напів- дорогоцінних каменів, декоративні розписані тарелі, глечики, кружки з гербами міст, вирізьб- лені дерев'яні статуетки, посуд, дзвіночки, ока- рини, вишивки, вовняні шкарпетки та гуні та ін.
Яремча	Водоспад Гук Женецкий; Водоспад Капливець, с. Микуличин; Водоспад Пробій; Карпатський національний природний парк, Яремче; Костел в Делятині; Манявский Скіт; Музей етнографії та екології Карпатського краю; Пнівський замок; Стежка Довбуша	СПА готель «Романтик»	Обов`язково потрапити до Яремчанського сувенірного ринку. Де можна побачити та придбати дерев`яні шкатулки та скрині, писанки, люльки, вази та хутрові ковдри, кераміка ручної роботи.
Берегово	Палац графів Шенборнів; старий винний підвал	Термальний курорт в Косино, в Берегово. ОРК «Косино»	
Буковель	Введенська церкова, Паляниця (Буковель); Манявський Скит; Музей народного мистецтва Гуцульщини і Покуття; Музей «Писанка» в Коломиї; Татарівським плаєм.	Клімат і природа Татарівської ущелини має унікальні оздоровчо-лікувальні властивості. Щоденне поєднання чистого гірського повітря, джерельної води, прогулянок серед карпатських принад "Татарівськими стежками", цілюще діють на людський організм. Гірсько-лижні курорти із СПА-центрами та медичними комплексами «Буковель»; Медикал СПА «Аквамарин»; Редіссон Блю Резорт Буковель; Араrtment Club ZimaSnow Ski & SPA; Resort&SPA «Водоспад»; Resort&SPA Київська Русь. ROYAL HOTELS & SPA RESORTS.	

Трускавець – місто курорт

Бювети з мінеральною лікувальною водою. Музей «Історія Трускавця». Єпархіальний музей, Трускавець. Музей народного художника України Михайла Біласа, Трускавець Rixos Prykarpattya, Міротель Resort & SPA, СПА готель 5 океан, Хижина СПА, Шале Грааль та СПА центр «Авель», Royal Hotel & SPA Resort Женева та СПА отель «Променад», СПА готель Цезарь і Роял Гранд Отель, СПА центр Молдова, СПА центр Юрмала.

Чудові глиняні поїлки для мінеральної води.

Бальнеологічні курорти Моршин та Свалява Санаторії – Київ, Днестр, Моршин, Готель Reikartz Ждениево, ЛОК Пикуй.

Східниця

Національний природний парк «Сколівські Бескиди»; Державний історико-культурний заповідник «Тустань»; Мурована Миколаївська церква; Східницьке родовище мінеральних вод; Ландшафтний регіональний парк Стужиця Три сини та донька, СПА готель РЕСПЕКТ, СПА готель РЕСПЕКТ, ТАОР Карпати, СПА готель Санта Марія, Лікувально- оздоровчий центр в готелі Київська Русь

Особливості карпатського SPA:

- Цілющі мінеральні води Трускавція, Моршина, Сваляви
- Унікальні солотвинські печери з лікувальною сіллю
- Термальні води та курорти Береговського району
- Карпатська слов`янська баня та українське джакузі – чан з підігрітою водою

- Цілющі гірські трави та мед, лікувальні трав`яні чаї та збори.
- Екологічні курорті та цілюще повітря та клімат Карпат
- Величезна кількість санаторіїв та лікувальних центрів для відновлення здорового стану людини, в яких працюють лікарі та фахівці з великим досвідом у курортно-лікувальній галузі







Щоб зробить цілющим пар

Щоб зробить цілющим пар, Треба мати Божий дар! Щоб було все до пуття, — Віник, жар і відчуття!

слов «баня» и «лазня» разные корни. Первое напоминает об итальянских «баньо» - лечебных источниках и минеральных водах. Если в банях таких курортов, как Баньо а Риполи во Флоренции, Баньиди-Лукки близ г. Лукки, Баньоль во Франции могли мыться «одноэтажно» на лавках и необязателен пар, то украинская баня потеряет всякий смысл, если в ней нельзя залезть на полок, чтобы как следует пропариться. Кстати, в польском языке тоже сохранился славянский корень «лазенка».

Сведения о банях на украинской территории содержатся в рассказах Геродота. Особенно умиляет, как он описывает дикие вопли удовольствия скифов. Лазня — на то она и лазня, чтобы в ней радоваться жизни, как в детстве.

Скифы заложили основу – печькаменку. Они додумались разжаривать камни под котлами. Вместо конопли, которая уничтожает клетки мозга, мы добавляем в пар лекарственные травы.

В этом году исполняется 1010 лет Уставу великого киевского князя Владимира Красное Солнышко, в котором он регламентировал управление банями и лечебницами в управление цер-



кви. Это большой юбилей правильной традиции!

«Нет ничего лучше того, что даёт родная земля». В этом ключ к пониманию преимуществ украинской лазни. Лучше всего питает, исцеляет и оздоравливает то, что является частицей родной природы. Поэтому чточто, а бани точно должны быть национальными.

Засушенные букетики трав, расскладывают по полкам, чтобы шёл приятный и целебный дух календулы, шалфея, эвкалипта и т.п. Рецепт мятного раствора. Всегда в старину, приглашая в дом гостей, мятой натирали пол, лавки, столы. Она бодрит, расширяет и очищает сосуды. Это целая наука как заготавливать травы и вязать веники, как с ними работать. Из веников предпочтительнее берёзовый. Дубовый действует, как фен, а берёзовый — для припарок и ароматерапии. Мировые религии такой же смысл вкладывают в омовение. Ведь вода очищает не только тело, но и душу. А парная лазня тем более. После неё парят над землёй, возвратившись в молодость. А после «увеселений» едва ползают «стариками».

Карпатская баня

В Украине известна Карпатская баня. Здесь недавно под патронатом Академии Безопасного Развития Человечества начали функционировать новые отельно-оздоровительные комплексы: «Медведь» (с. Мысливка Долинского района Ивано-Франковской области), «Аратта» (с. Поддубовец, Межгорье Закарпатской области). 3десь восстановлены ние оздоровительные методики народной медицины. В двух





отделениях банного поместья предлагаются следующие коллективные и индивидуальные процедуры.

- 1. Тепловая банная апликация опилками (тырсой) из смереки (карпатская ель). Украинцам эта процедура была известна еще при Трипольской культуре 3-2 тысячи лет до н.э., а японцы пользуются такой баней более 1000 лет. Человека, лежащего в ванне, обворачивают нагретыми в сауне до 37,5°C опилками (тырсой) из смереки на 16 минут. При такой температуре смола, выделяющаяся из опилок смереки, активно адсорбирует из пор кожного покрова человека шлаки, токсины, вредные бактерии, вирусы, нормализуя обмен веществ и восстанавливая энергетический баланс человека. В процессе выполнения такой процедуры самая большая железа человека - кожный покров - активизируется, открываются и очищаются поры, готовые принять (подпитать) внутренние органы необходимыми микроэлементами. С целью минерализации предлагается следующая процедура в сухой сауне.
- 2. Энергетическая подпитка природными микроэлементами. Пациенту предлагается провести процедуру минерализации в нашей карпатской бане. Во время этой процедуры банщик втирает в тело пациента композицию из горного карпатского меда и солотвинской соли. В течение считанных секунд у пациента начинается обильное потоотделение, в процессе которого завершается очищение организма от шлаков и токсинов и начинается активное поглощение (впитывание) втираемых натуральных микроэлементов. Процедура издревле полезна. Не будем повторяться об исключительной роли пчелиного меда, а скажем несколько добрых слов об

- украинском кладезе человеческого долголетия и здоровья - солотвинской соли. Ее происхождение уходит в далекое прошлое нашей планеты. Миллионы лет назад на территории современных Карпат царствовал океан, в память о котором горные пещеры сохранили нам выпаренную из океанской рапы за миллионы лет солотвинскую соль, в которой присутствуют практически все элементы таблицы Менделеева в легко усвояемом для человека виде. Комбинация горного карпатского меда с такой солью, в определенной пропорции втираемая в кожный покров человека при температуре +70оС...80оС в бане дает поразительный оздоравливающий и омолаживающий эффект, активизируя иммунную защиту человека, увеличивая жизненную и сексуальную потенцию, наполняя организм необходимыми 73 микроэлементами.
- 3. Банный массаж карпатскими минералами (Карпатская стоун-терапия). После медосолевой процедуры в бане предлагается 20-ти минутный энергетический массаж с использованием разогретых округлых, отшлифованных тысячелетиями в горных речках карпатских камней. Пациенту, лежащему на массажном столе, вдоль позвоночника укладывают индивидуально подобранные семь минералов. Два продолговатых камня в виде жезлов пациент во время массажа держит в руках. Такая композиция позволяет нормализовать кислотно-щелочной баланс, гармонизировать физическое и энергетическое активизировать состояние. жизненный тонус. Устраняется мышечное, суставное напряжение, восстанавливается тонус поясничного, шейного отделов позвоночника. Массажист массирует тело с помощью таких же ми-

- нералов, комплект которых впоследствии передаётся пациенту для дальнейшей индивидуальной стоун-терапии в домашних условиях.
- 4. Банные целительные напитки. В перерыве между очередными заходами в парильню пациенту из чайного бара предлагаются на выбор теплые целительные напитки. Изюминкой является настой из карпатских ягод черники, ежевики, земляники, голубики. Засушенные летом ягоды практически сохраняют все полезные вещества, а распаренные чистейшей карпатской водой из горных источников с добавлением меда наполняют человека живительной энергией здоровья. После приема такого напитка в бане через несколько минут идет ускоренный процесс активного всасывания витаминов, микроэлементов и комплекса других биологически активных веществ внутренними органами человека. При этом повышается потоотделение, благодаря которому усиливается процесс выделения из организма ненужных продуктов обмена веществ в виде шлаковых окислов, организм очищается. Кожа после такой банной процедуры и приема ягодного напитка становится бархатистой, упругой, эластичной, помолодевшей.

Не меньший интерес представляет отвар из специально собранных карпатских трав, часть которого выливается в бане на раскаленные камни, а часть выпивается в виде чашки вкусного травяного чая. Вдыхая пары с ароматом этих трав в парильне, человек быстро избавляется от респираторных, простудных заболеваний, снимается усталость, нормализуется кислотнощелочной баланс, усиливается физическая и интеллектуальная активность.

Тамила Рзаева

SPA DAY&SCRUB MAKING WORKSHOP В ЕТНО-ВЕЛНЕС КОМПЛЕКСІ «УНГВАРСЬКИЙ»



Білі халати, атмосфера релаксу та спокою, смачні аромати, жіночі розмови, детокс-вода та смачний чай — все це було на воркшопі, але про все по черзі.

Спочатку дівчата-адміністратори оздоровчого центру провели екскурсію кабінетами, знайомлюючи учасниць воркшопу із процедурами, які там проводяться. Після екскурсії всі учасниці випробували на собі переваги та особливості стоун-масажу (масаж камінцями), масажу трав'яними мішечками, душу Шарко, перлинної ванни (масаж пухирцями повітря), масажу обличчя.

Під наглядом професійного косметолога центру дівчата власноруч створили скраб для тіла, вибравши із запропонованих інгредієнтів ту комбінацію, яка ідеально підійде саме для їхньої шкіри.



















Після оздоровчих процедур та створення скрабів учасниці пішли до лазні, де спеціаліст провів невеличку лекцію про те, як лазня впливає на організм, як правильно «паритися», що можна їсти і пити у лазні, провів майстер-клас із «биття віником», пригостив карпатським чаєм із шипшини. Крім цього, дівчата відвідали соляну кімнату, поплавали у басейні зі мінеральною водою, випробували власноруч створений скраб, отримали в подарунок скраби для губ, а із них двоє виграли сертифікати на стоун-масаж та відвідування соляної кімнати від комплексу «Унгварський».

http://varosh.com.ua/all/ post/novinyshow/



В последнее время представители SPA-бизнеса все чаще утверждают, что основной продукт SPA это не специфические технологии (гидро-, бальнео- или талассо-), а высокий сервис в условиях особой обстановки. Именно эта особая обстановка, или атмосфера, отличает любое SPA от самого гламурного салона красоты.

Атмосфера в SPA создается гармоничным сочетанием основных «столпов» SPA-философии: обстановкой повышенного комфорта, продуманным воздействием на чувственное восприятие клиентов, индивидуальным подходом и безупречным сервисом.

Если отсутствует хотя бы одна из этих составляющих, заведение вряд ли можно будет классифицировать как настоящее SPA. Самый простой пример распространенные в последнее время «мега-комплексы» с огромным количеством термальных процедур (поставленных «на поток» и не требующих присутствия высококвалифицированного персонала). Некоторые «сознательные» владельцы не используют в отношении таких заведений название «SPA», хотя у многих клиентов «банные» комплексы ассоциируются именно со SPA-услугами. В упомянутых центрах деперсонализированный сервис позволяет значительно сократить затраты на персонал и увеличить пропускную способность.

Комфортная обстановка складывается из продуманного, стилистически обоснованного дизайна интерьера, логичных планировочных решений, высокого качества отделки и декора, эргономичного оборудования и мебели, особых стилевых решений, возможности уединиться и условий для отдыха. «Путешествие» клиента в мир SPA начинается с рецепции, которая является «визитной карточкой» заведения, и обстановка на рецепции (ее площадь, планировка, порядок и внешний вид рецепционистов) может как усилить положительное, так и сформировать отрицательное впечатление клиентов с первых же минут. Обстановка в процедурных кабинетах аналогичным образом будет влиять на качество оказываемых **УСЛУГ.**

Эти важные для работы SPA факторы диктуют следующие требования к персоналу SPA: безупречный (здоровый и ухоженный) внешний вид, поддержание порядка на рабочих местах и в кабинетах (готовность к проведению

процедур, отсутствие посторонних предметов, соблюдение правил внутреннего распорядка и принципов SPA-этикета).

Особого внимания требуют зоны отдыха для клиентов. Независимо от их количества и площади, обстановка должна быть максимально уютной и расслабляющей. Клиенты должны иметь возможность уединиться хотя бы на недолгое время между процедурами, а присутствие в этих зонах персонала может быть вызвано только крайней необходимостью.

Комплексное воздействие на чувства клиентов ключевой момент современной концепции SPA. И достигается оно не только подбором определенной цветовой гаммы в интерьере, использованием SPA-музыки и ароматерапевтических средств.

Не говоря о тактильных ощущениях, которые клиенты получают при непосредственном контакте с руками массажистов и косметологов, внешние проявления и психоэмоциональный настрой персонала не меньше, чем предметы обстановки, могут повлиять на состояние клиента.

Общий позитивный настрой всего персонала фактор, от которого зависит энергетика SPA и который



передается клиентам. Грамотный руководитель, подбирая и оценивая персонал, не только обратит внимание на такие качества, как оптимизм, жизнерадостность, энергичность и доброжелательность (проявляющиеся во взгляде, улыбке, особенностях рукопожатия, манере разговаривать, лексиконе), но и будет постоянно способствовать созданию и поддержанию позитивных установок в коллективе.

Легко представить: отягощенность личными проблемами, испорченное с утра нетактичным замечанием руководства настроение, конфликт с коллегами кие «мелочи» вполне способны создать на рабочем месте напряженную и нервозную атмосферу. неизбежно влияющую на восприятие клиентов. В то же время, готовность персонала окружить клиентов вниманием, искреннее желание помочь и выраженная радость от общения такие проявления сами по себе «дорогого стоят», потому что многие идут в SPA не с установкой стать красивыми и здоровыми за один день, а именно за недостающими им в жизни любовью и заботой.

Говоря о здоровом внешнем виде персонала, не стоит забывать и о хорошей физической форме. Работа в SPA требует от профессионалов максимальной отдачи, а при условии высокой загруженности (к чему стремится

любое заведение), необходимы такие качества, как выносливость и стрессоустойчивость. Усталый вид, круги под глазами, плохая осанка — такие, казалось бы, незначительные свидетельства могут спровоцировать неуверенность клиента в эффективности специалиста.

На чувственное восприятие клиентов могут влиять одежда и макияж персонала, любые посторонние запахи (табака, пота, духов), причем дело не только в общепринятых гигиенических нормах у особо чувствительных клиентов «знакомые» запахи могут вызвать неприятные ассоциации, которые помешают им расслабиться. Показательно замечание клиентки одного из столичных SPA, когда она обратила внимание на холодные руки мастера по педикюру и связала это с излишней «оголенностью» девушки, которая вместо принятой формы была одета в открытый топ, оставлявший открытым ее живот.

Другой пример: отсутствие специальной обуви у персонала, голые ноги в босоножках во время проведения процедур неизбежно наводят клиентов на мысль о невысоких санитарно-гигиенических требованиях в заведении.

Слуховое восприятие ничуть не менее важно, чем зрительное, именно поэтому так высоки требования к звукоизоляции в SPA, а специально создаваемые композиции SPA-музыки считаются обязательным атрибутом. SPA-музыка не носит развлекательный характер, поэтому некоторые сотрудники SPA иногда жалуются на ее монотонность и однообразие. И нередки случаи, когда во время SPA-процедур (в том числе релаксирующих) в кабинетах звучит радио, SPA-терапевты подбирают музыку, исходя из своих личных предпочтений, а в некоторых SPA клиенты «вынуждены» в течение процедуры просматривать видеофильмы.

Важно уяснить, что основное назначение SPA-музыки не усыпить клиента (а вместе с ним и персонал), а создать абсолютно «нейтральный» психоэмоциональный фон, который будет способствовать основной цели визита снять стресс, отдохнуть, расслабиться. И хотя музыкальные композиции для SPA создаются с учетом всех этих факторов, персонал SPA должен оставлять за клиентом право выбора, возможно клиента больше устроит обстановка абсолютной тишины, а звуки, например дождя или морского прибоя, способны вызвать депрессивное настроение.

Интересный пример: в известном лондонском SPA вот уже более десяти лет во всех кабинетах, зонах отдыха и даже SPA-ресторане звучит одна и та же музыкальная композиция (которая, кстати говоря, продается в виде



фирменного компакт-диска клиентам). Такая политика заведения не случайна. Привычные звуки музыки (а композиция составлена из известных классических произведений) неизбежно вызовут у клиентов воспоминания и ассоциации с посещением SPA и, возможно, стимулируют очередной визит. На вопрос, не утомляет ли постоянно звучащая одна и та же музыка, персонал SPA отвечает, что не замечает ее вовсе.

Воздействие на вкусовые ощущения клиентов чаще всего сводится к организации SPA-кухни, что вполне справедливо, но не ограничивается лишь этим. В лучших SPA после любой процедуры (а при продолжительных комплексных уходах это обязательно хотя бы с медицинской точки зрения) клиентам предлагают специально приготовленные напитки (отвары трав, чай, морс) непосредственно в кабинете, дополняя вкусовыми ощущениями полноценность восприятия.

Грамотный специалист в процессе проведения процедуры неоднократно поинтересуется ощущениями клиента и скорректирует их при необходимости (отрегулирует уровень температуры, громкость музыки или яркость освещения в кабинете, укроет одеялом ноги или положит по просьбе клиента полотенце на глаза). Не должны оставаться без внимания никакие элементы обстановки, способс-

твующие или мешающие комфортной обстановке.

Индивидуальный подход к клиентам SPA обеспечивается не только особой планировкой кабинетов и «приватностью» услуг. Главное здесь высокий профессиональный уровень специалистов, которые сумеют определить индивидуальные показания противопоказания к процедурам, составить оптимальные пакеты и программы и рекомендовать подходящие средства для домашнего ухода. Главный принцип в работе SPA как оздоровительного заведения «не навреди», и хотя основной целью любого бизнеса является получение прибыли, именно здесь персонал должен заботиться о физическом и душевном состоянии каждого клиента. Наряду с базовыми и специфическими познаниями в области медицины и косметологии настоящий SPAспециалист должен обладать хотя элементарными знаниями психологии. Ведь большинство эстетических и физиологических проблем, с которыми клиенты приходят в SPA, носит психосоматический характер.

В частности, если весь персонал придерживается заранее отработанного корпоративного стиля в одежде, манере общения, это формирует привлекательный имидж заведения. К сожалению, уже первое впечатление при посещении SPA может быть испор-

чено, если внешний вид персонала на рецепции диссонирует с окружающей обстановкой и концепцией SPA.

Командный дух тоже значимый фактор воздействия на клиентов SPA. Психологически совместимые, настроенные на общие цели и действующие под грамотным руководством профессионалы обязательное условие успеха SPA. Негативная энергетика коллектива (подобно дому, в котором конфликтующие между собой люди болеют и находятся в подавленном состоянии) неизбежно приводит к некомфортной атмосфере для клиентов. В формировании корпоративной культуры в SPA, и в частности командного духа, важнейшая роль принадлежит руководителю, личность которого нередко отражается в имидже SPA и царящей в нем атмосфере.

Звучащий в среде профессионалов лозунг «За каждым успешным SPA стоит яркая личность» как нельзя точнее иллюстрирует значение человеческого фактора в работе SPA.

Прямая зависимость атмосферы SPA и, в конечном итоге, его успеха от работающих людей означает, что подбору и обучению персонала SPA следует уделять ничуть не меньше внимания, чем интерьеру и оборудованию. Вложения в последние значимы на начальных этапах создания SPA. Инвестиции в качество сервиса

(а значит, в персонал) процесс непрерывный.

Атмосфера SPA это не только энергетически-пространственная, но и временная категория. В отличие, например, от казино, где клиенты погружаются в обстановку «вне времени» (в связи с этим там никогда не увидишь часы), в SPA счет времени имеет огромное значение. Так, например, одним из требований к планировке термальных зон в SPA является наличие настенных часов, которые могут быть хорошо видны клиентам непосредственно из процедурной зоны. Практически все SPA-процедуры (особенно физиотерапевтические) строго регламентированы по времени. К сожалению, важность этого фактора недооценивается многими специалистами. «Технические» ошибки в планировании времени при условии грамотного менеджмента легче исправить, организовав, например, компьютерный учет записи, регламентирование процедур. Сложнее обстоит дело с психологическими препятствиями. Таймменеджмент это субъективный фактор, зависящий целиком от персонала. Как подводные камни ему могут мешать врожденная недисциплинированность, ЧУВСТВО вины перед клиентами за слишком высокие цены, низкая самоорганизация.

Атмосфера SPA не только материальная субстанция, воспринимаемая клиентами через все органы чувств; это и некое метафизическое свойство, обусловленное присутствием в SPA «души» воли и мыслей, чувств и установок людей, составляющих коллектив.

Актуальные тренды 2015 в создании SPA-атмосферы:

– зона бесплатного wi-fi, с библиотекой, удобной мебелью для отдыха, чтения и беседы. Зонированное от основной зоны отдыха, такое пространство позволяет

гостям, которые не хотят спать на шезлонгах, провести SPA-досуг с приятной пользой. Почитать, пообщаться с друзьями за чашкой чая в спокойной и расслабляющей обстановке. Зачастую в таких SPA-зонах предлагается бесплатный чай и напитки с возможностью самообслуживания. Известно, что за 1-1,5 часа гость не выпьет более 3-х чашек чая или напитка, тем самым себестоимость такой бесплатной услуги достаточно низкая, а лояльность гостя будет достаточно высокой. Тем более, находясь на территории SPA или аква-термального комплекса, ожидая процедуру или следующий поход в термальную зону, гость будет чувствовать себя комфортно и сможет приобрести больше услуг SPA.

- фото зона в SPA. Ранее мы не задумывались о том, как мотивировать наших клиентов распространять рекламу нашего SPAцентра. В отеле и на курорте много мест, где гость может сфотографироваться (что и делает с огромным удовольствием) и отправить свои фото в соц.сети и в instagram. Но в SPA фото не разрешено, а ведь так хочется рассказать друзьям о том, как провел время в роскошном SPA-центре. Теперь это возможно сделать в специальной фото- SPA -зоне. Фотокартины, созданные под стиль и интерьер SPA, с учетом пожеланий владельца, возможно с полюбившимися брендами SPA, а также уютное место, расположенное на небольшой территории в 3-4м2 позволит гостям сделать фото или селфи и популяризировать Ваш SPA в сети интернет и не только, без ущерба для отдыха других гостей. Данное направление набирает все большую популярность среди клиентов Киевского центра креативной фотографии и дизайна.

– SPA-оранжерея или зимний сад в SPA-центре. Идея, воплощенная очень давно приобретает новый



смысл в современных оздоровительных SPA. Это и красивейшее место для отдыха и фото, это и украшение SPA-центра, на которое приходят посмотреть гости и клиенты, это и место проведения SPA-вечеринок и церемоний, а также арт-терапия и возможность в шумной городской среде побывать в атмосфере красоты, природы и SPA-релакса.

фото выставки в SPA. Мы привыкли, что фотовыставки можно увидеть в галерее, на природе или в частных коллекциях. SPA - это пространство обновления, возвращения вдохновения и возможность посмотреть на мир новым, чистым взглядом. Тематические фотовыставки (природа: флора и фауна, водопады, озера, моря и океаны, праздничные темы, роскошные SPАмира и многое другое) могут быть представлены в SPA-пространстве. Развитие интересов гостей, меняющийся время от времени интерьер в SPA без лишних затрат, а также новая возможность для рекламы вашего SPA – это все позволяет сделать сезонная фотовыставка. Такую инсталляцию можно сделать как в зоне отдыха, так и в зоне ресепшн. В любом случае Ваши гости не останутся равнодушными.

Тамила Рзаева

ПроектPRIORITYSPA

Создан Союзом профессионалов СПА, отелей и Wellness-курортов Украины для объединения профессионалов SPA & Wellness-отрасли Украины и наиболее оптимального и выгодного взаимодействия между компаниями-партнерами и представителями SPA & Wellness-индустрии Именно выгодного, потому что, проект предоставляет взаимовыгодные возможности эксклюзивные условия сотрудничества, а также специальные условия и программы лояльности от компаний-партнеров для обладателей карт PRIORITY SPA.

В проект PRIORITY SPA приняты только те компании поставщики и официальные представители компаний товаров и услуг для SPA & Wellness, чья деятельность отвечает следующим критериям:

- 1. Ассортиментная линейка косметических брендов полностью удовлетворяет потребности клиентов SPA & Wellness, а также отвечает требованиям к продукции и услугам, оказываемым в профессиональных SPA & Wellness-учреждениях.
- 2. Сопутствующие аксессуары и POS-материалы предоставляются бесплатно или с
- 3. Наличие ассортимента профессиональной упаковки и пробников.
- 4. Экономически обоснованная ценовая политика.
- 5. Сервисное сопровождение для поставщиков оборудования:
 - наличие в Украине сервисных центров по гарантийному обслуживанию оборудования
 - наличие гарантийного бесплатного сопровождения оборудования.
 - обучение и мотивация специалистов, работающих в СПА на данном бренде
 - предоставление брендированных аксессуаров
 - обучение персонала, финансируемое компанией-поставщиком, с соответствующими
 - регулярное обновление ассортимента
 - предоставление брендированных POS-материалов для рекламы бренда
 - регулярное информационное сопровождение
- 6. Реальная финансовая модель бизнеса, с позитивными примерами рентабельности на конкретных объектах (для компаний со стажем работы в Украине более года).

Представляем Вашему вниманию первых участников проекта – компании поставщики СПА (список поставщиков регулярно будет обновляться в каждом номере SPA SPAce):



Європейський Стандарт Косметології

Основні напрямки та лінії бренду:

Coreme

Компанія має у своєму портфелі три основних бренди:

WDR (дермацевтика, Італія), Isoladilschia (космецевтика, Італія),

(альгінатні маски, Франція)

Кількість асортиментної лінійки: WDR: 20 позицій Isoladilschia; більше 75 позицій Coreme; 8 позицій

Стандарти якості продукції, сертифікати тощо:

Висновок державної санітарно-епідеміцологічної експертизи по TM WDR, TM Isoladilschia.

TM Coreme. У вкладенні сертифікат якості від TM Isola di Ischia

Основні трендові позиції бренду та основні переваги вашої продукції та послуг

Провідний СПА-бренд компанії Isoladilschia має ряд наступних переваг:

- Гарантована якість продукції згідно з європейськими стандартами якості;
- Вміст термальної води у препаратах від 30% до 97%.
- Відсутність парабенів;
- Гарантований випуск новинок декілька разів на рік;
- Асортиментний ряд включає препарати для роботи по догляду за обличчям, тілом, антицелюлітні програми, для грудей, ніг та рук.
- Присутня ВІП лінія для догляду за віковою шкірою з використанням пептидів та інших ексклюзивних інгредієнтів марки.
- Наявність професійної (великої) упаковки: 500 та 1000 ml

Для отримання ексклюзивної програми лояльності та комерційних переваг – відправте запит на електронну пошту: sparesort-soyuz@ukr.net з поміткою "Пріоріті СПА»

04050, м. Київ,

вул. Миколи Кравченка 21 Сайт: www.eurosc.com.ua e-mail:_markene@eurosc.com.ua Катерина Євгеніївна





Текстиль для хаммама



Текстильная фабрика USTUN TEKSTIL – ведущий оператор турецкого рынка текстильной продукции для хаммама и основатель торговой марки Kelebek Keseleri.

Вот уже более 20 лет фабрика производит текстильные принадлежности для хаммама не только для Турции, но и более чем для 30 стран мира. Рукавички кесе — от наитончайших и нежных, до кесе из верблюжьей шерсти, прочные мешки для образования мыльной пены, качественные полотенца-пештамал для хаммама, мочалки для лица и тела, махровые косынки для головы, VIP-аксессуары.

Все изделия USTUN TEKSTIL зарекомендовали себя как эталон качества и стиля. На сегодняшний день аксессуары TM USTUN TEKSTIL и Kelebek Keseleri используются практически в каждом Wellness-центре, банном комплексе, отелях и курортах Турции и Украины. О качестве можно говорить долго. Мы рекомендуем проверить слова на практике – используя нашу продукцию однажды, Вы будете иметь представление о качественном товаре и сервисе. Программа лояльности позволяет каждому клиенту получить максимально комфортные условия для сотрудничества.



Салон штор АВС та Стиль & Комфорт -

професіонали у сфері текстильного дизайну громадських та приватних інтер'єрів. Основна спеціалізація – дизайн, розробка та пошиття шторних композицій та текстильних виробів.

У нашому асортименті Ви знайдете все, що потрібно для оформлення готелю та ресторану: тканини TREVIRA CS, зносостійкі тканини, тканини OUTDOOR для терас та SPA-приміщень, текстиль для ресторанів (скатертини, мулетони).

Вже 25-ть років постачаємо на ринок України тканини, карнизи, аксесуари, шпалери, килими та килимові покриття від провідних світових виробників. Широкий асортимент товару є в наявності. Працюємо в двох напрямках — ексклюзивні інтер'єри та інтер'єри економ класу. Маємо багатий досвід роботи з малими готелями, ресторанними та розважальними комплексами. Нашою візитною карткою є співпраця з такими готелями як: HILTON KIEV, FAIRMONT GRAND HOTEL KIEV, готель ОПЕРА, готель ПРЕМ'ЄР-ПАЛАЦ. Виконуємо замовлення будь-якої складності з незмінно високою якістю.

Індивідуальний підхід до кожного клієнта, втілення найсміливіших проектів і рішень, гарантія якості, гнучка система знижок – це основні принципи нашої роботи.

Послуги студії дизайну інтер'єру:

- розробка дизайн-проекту інтер'єру;
- перепланування;
- реалізація (будівельні та ремонтні работи);
- комплектація інтер'єру/поставка: меблів, освітлення, сантехніки, оздоблювальних матеріалів, текстилю, предметів живопису;
- авторский нагляд.

Послуги шторних салонів:

- текстильний дизайн інтер'єру;
- пошиття штор, ламбрекенів, покривал, декоративних подушок, скатертин, чохлів для меблів, столової білизни (скатертин, серветок, сетів);
- навішування штор;
- монтаж карнизів;
- комплексне гарантійне та післягарантійне обслуговування;
- драпірування стін тканиною;
- підбір тканин для оббивки меблів;
- виїзд дизайнера по Києву , Україні та за її межі;
- доставка виконаних замовлень по Україні та за її межі;
- спеціальні пропозиції по роботі з готелями та ресторанами;
- спеціальні пропозиції для дизайнерів та архітекторів.

Особливі умови співпраці з учасниками проекту Priority SPA!

Защита, уход, наслаждение – летняя серия средств от итальянской торговой марки Napura

Солнцезащитный комплекс от TM Napura разработан на основе взаимной синергии натуральных компонентов и создан специально для получения красивого, а главное – безопасного загара. Он включают в себя следующий космплекс: уход за волосами, солнцезащитные средства для тела с различным уровнем SPF, а также средства, направленные на уход после загара.

sun

«SUN PROTECTION FOR HAIR» – серия средств по уходу за волосами, разработанная на основе натуральных масел кокоса, кунжута, иланг-иланга, экстрактов папайи и масла лимнантеса (пенника лугового), гидролизованных протеинов шелка.

«TAN AND PROTECTION» – серия средств по уходу и защиты тела во время загара. В состав солнцезащитных средств для тела входят меланин, экстракт грецкого ореха, ослинник двухлетний, илангиланг, тайская маноя и витанмин Е.

«AFTERSUN» – серия средств, направленных на уход за кожей после загара. Уникальные компоненты успокаивают и увлажняют сильно покрасневшую и обезвоженную кожу после пребывания на солнце, а также содействуют ее регенерирующие способности.

г. Киев, ул. Верхний Вал 4В, офис 419; (095) 629-56-05; (093) 139 2370

e-mail: napuraukraine@gmail.com www. napura.com.ua



МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ SPA & Wellness создана Союзом Профессионалов SPA, курортов и Wellness-объектов Украины для комплексного образования в SPA & Wellness-индустрии Украины специалистов всех уровней. Образовательные программы созданы с учетом украинских и международных стандартов SPA & Wellness, с учетом требований современных стандартов профессий, а также с мониторингом результатов, дополнением программ последующих тренингов и стажировкой.

МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ SPA & WELLNESS УКРАИНЫ – ЭТО:

- мощный преподавательский состав. Все преподаватели SPA-Академии эксперты с многолетним практическим опытом работы в SPA & Wellness, которые готовы делиться своими знаниями в подготовке кадров.
- организация образовательного процесса на основе украинских и международных стандартов SPA & Wellness, с привлечением международных экспертов в области SPA & Wellness;
- По завершению каждой ступени обучения выдается сертификат SPA-Академии. После прохождения всех ступеней обучения выдается международный диплом SPA-Академии.
- Организация модульного обучения для каждой категории специалистов. После каждого модуля обучения специалист готов к практической работе.

- Рентабельная стоимость обучения, с возможностью стажировки.
- Содействие в трудоустройстве и внесение в Единую информационную Базу профессионалов SPA Украины;
- Организация продвижения и рекламы основных трендов SPA и методик, представленных в Академии.
- Специальные программы обучения продажам и продвижению для увеличения продуктивности и прибыли в SPA & Wellness;
- Авторская разработка методических пособий и рабочих материалов, удобная как для обучающего процесса, так и для внедрения в рабочем процессе.
- Обучение проводится как в традиционном режиме тренинг-семинаров, так и на базе SPA & Wellness-объектов Киева и области.

«ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ»:

- 1. Образовательная программа для руководителей SPA & Wellness -индустрии -Серебряный, Золотой и Платиновый модули.
- 2. Образовательный блок «Администратор SPA». 3 модуля.
- 3. На основе профессиональных стандартов для Администраторов SPA создан образовательный блок и практический курс для административной службы в SPA, Wellness & Fitness-индустрии:
- 4. Образовательная программа для SPAоператоров аква-термального / банного комплекса (все виды банных культур).
- 5. Образовательная программа эстетики и реабилитации в SPA. Обучение и образование для эстетистов составляется по индивидуальной программе согласно стандартам работы массажистов и эстетистов в SPA.
- 6. Образовательная программа для SPAкосметологов SPA-косметологи - профессионально обученные специалисты-косметологи с высшим медицинским образованием, которые обязаны грамотно составлять SPA-программы по уходу за кожей, тщательно тестировать и подбирать сочетание SPA-программ косметологии, питания, оздоровления и образа жизни, а также сопутствующие виды уходов.
- 7. Мультиуровневый образовательный курс в области продаж товаров и услуг SPA, Wellness & Fitness.
- 8. Образовательный курс для управляющих, административного корпуса и SPAспециалистов по различным типологиям клиентов и сотрудников.

- 9. Эксклюзивный тренинг для владельцев брендов и торговых марок, управляющих дистрибутивными компаниями, менеджеров по продажам и менеджеров по работе с клиентами.
- 10.Эксклюзивный курс создания SPA-атмосферы и интерьера.
- 11.Тренинг «Сервисное сопровождение» для сотрудников beauty-подразделений в SPA, Wellness & Fitness-центрах.
- 12.Эксклюзивный тренинг «Эффективные переговоры SPA & Wellness. Конфликтология и эффективная коммуникация. Организация конферен-сервиса и eventпрограмм».

ВЕСТНИК «SPA SPAce» ВЫХОДИТ КАК ПРИЛО-ЖЕНИЕ К ОФИЦИАЛЬНОМУ САЙТУ «СОЮЗ ПОФЕССИОНАЛОВ SPA, КУРОРТОВ И WELLNESS-ОБЪЕКТОВ УКРАИНЫ»



Союз професіоналів SPA, курортів та Welness-об' єктів України e-mail: sparesort-soyuz@ukr.net

тел. +38(044) 209-27-19 моб. +38(097) 351-42-21