

SPA SPACE™

ВСЕ О СОВРЕМЕННОМ СПА, ВСЕУКРАИНСКИЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ВЕСТНИК
ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ И КЛИЕНТОВ СПА

www.soyuz-spa.com.ua

SPA Profi Boutique

Бальнео-процедуры для СПА и фитнеса

Отшелушивающая Ароматическая Минеральная Грязь Мёртвого моря

Высокая концентрация микроэлементов и жизненно важных веществ, найденных в черной грязи Мёртвого моря, помогает уменьшить боли в мышцах и суставах. Эта грязь проста в использовании, не нуждается в подогревании перед использованием, даёт замечательное ощущение расслабления. В сочетании с порошком из абрикосовых косточек нежно отшелушивает отмершие клетки и выравнивает кожу. После использования грязи кожа выглядит более здоровой и упругой.

РН 5.0-7.0 Грязь чёрного цвета с частичками.



Показания: Высокая концентрация микроэлементов и жизненно важных веществ, найденных в чёрной грязи Мёртвого моря, помогает уменьшить боли в мышцах и суставах. При использовании не нужно подогревать. В сочетании с порошком из абрикосовых косточек для нежного отшелушивания эпидермиса. Для всех типов кожи.

Действие: Обёртывание тела грязью обеспечивает коже пилинг, регулирует минеральный баланс, улучшает циркуляцию и помогает насыщению клеток кислородом. Грязь делает кожу более упругой, подтянутой, шелковистой, красивой, здоровой.

Оптовые и розничные поставки в Украине:
067-230-98-29; 044-236-92-00

ОТ ИЗДАТЕЛЯ



Весна время надежд и возрождения. Надеемся, верим, доверяем, влюбляемся... Как это похоже на СПА. Вот так однажды гости СПА влюбляются в атмосферу и позитив, энергию и возрождение и снова и снова доверяют нам себя и свое время. А что еще ценнее? Профессионалы СПА тоже надеются и верят в своих клиентов, успех и свои силы. А мы верим в успех создания и в то, что однажды мы все – команда единомышленников и партнеров сможем идти к общей цели вместе, вместе улучшать жизнь других людей, доверять друг другу и быть открытыми, делиться своим успехом и достижениями...

Еще одна формула успеха гласит – отдавай, не ожидая взамен.

Формируя этот выпуск вестника, мы думали о том, какую информацию мы сами бы с удовольствием использовали в работе, что ни в коем случае не сможем удалить как ненужные файлы, и что можем сделать для других людей.

И если благодаря нашим усилиям Ваша работа и жизнь стала немного легче, Ваши достижения чуть больше, а клиенты чуть счастливее – значит, мы не зря потратили время.

*Искренне Ваша
Тамила Рзаева и
Команда экспертов и партнеров Союза*

ОСТРОВА ОБЕЩАЮЩИЕ



Буйная зелень экзотических растений, ослепительно - белый песок, сверкающая на ярком солнце вода... Пейзажи Мальдивских островов, растянувшихся вдоль экватора в Индийском океане, словно сошли с открытки, воплощающей мечты об идеальном отдыхе и умиротворении.

На Мальдивах сразу же необходимо свыкнуться с мыслью, что все в этой стране расположено на крошечных, но очень живописных участках суши. Столица Мале стоит на одном острове, городской аэропорт находится на

другом, а гостиницы, как робинзоны, разбросаны в море — каждая на отдельном клочке земли. Добраться до отеля, в зависимости от его отдаленности от аэропорта Мале, можно на скоростном катере или гидросамолете. Последние выстроились у деревянного пирса в ожидании гостей. Воздушные маршрутки — самый быстрый вид местного транспорта. На них даже самый длинный трансфер проходит незаметно, ведь отдых для тела и души начинается прямо здесь! В гидросамолете утомленным дорогой путешественникам предлагают освежающие напитки и влажные прохладные полотенца, а из иллюминаторов открывается ни с чем несравнимый вид. Под вами проплывают десятки крошечных островков, окруженных ярко-бирюзовой водой, в которой проглядываются огромные коралловые рифы. Из почти 1200 Мальдивских островов заселены около двухсот, но даже на них вы будете отдыхать практически наедине с природой. Многие отели состоят из бунгалов, некоторые из которых установлены на сваях прямо в море и соединены с берегом тонкими деревянными мостиками. Прожить неделю-две в отеле и так и не встретить своих соседей — такое, пожалуй, возможно только на Мальдивах! Здесь культивируется собственная философия отдыха, направленная на полное единение с окружающей природой и абсолютный релакс.



Для тела

Сама природа на Мальдивах дарит людям тепло и способствует умиротворению. Мягкое лето на островах длится круглый год, сезона дождей здесь практически не бывает. Стабильная температура воздуха (25-30°C) и воды (24-27°C) располагает к солнечным ваннам и купанию в кристально прозрачном океане. В отеле вам предложат массажи или целые SPA-комплексы - стимулирующие, расслабляющие, восстанавливающие, омолаживающие или снижающие вес. Уставшие от городской суеты новоиспеченные островитяне могут пройти курс энергетического аромассажа, принять паровые ванны с морской солью и цитрусами. Выбор массажей необычайно широк — от легкого орошения цветочной водой до массажей с использованием травяных масел. Как правило, все процедуры в SPA-центрах проводятся в разных домиках, между которыми расположен бассейн. После



обертываний и массажей здесь особенно приятно посидеть с чашечкой ароматного чая.

Чтобы помочь жителям мегаполисов полностью расслабиться и отрешиться от забот, на Мальдивских островах построили единственный в мире прозрачный SPA-центр под водой. Таким образом, вы наслаждаетесь не только массажем, но и богатейшей флорой и фауной, которая находится на расстоянии вытянутой руки от вас. Перед таким актом гедонизма не устоят даже неисправимые трудоголики! Островитяне утверждают (и богатый опыт позволяет им это делать), что подобные процедуры очищают не только тело, но и ум, приводя все мысли в согласие с внешним миром.

Для души

Островитяне, как никакой другой народ, знают толк в настоящем целительном отдыхе. Им удалось найти тонкую грань между спокойствием и скукой, гармонично смешать релакс и активное времяпрепровождение. Большинство развлечений на Мальдивах, так или иначе, связаны с природой. На достаточно больших по площади островах туристам предлагают взять напрокат велосипеды и отправиться колесить по тропинкам. Здешние заросли кишат экзотической живностью: дорогу то и дело перебегают разноцветные ящерицы, с банановых пальм кроме фруктовых гроздьев свисают еще и спящие летучие мыши, с ветки на разноцветные попугаи. Некоторые местной флорой и фауной, что в них ресторанов можно ходить босиком ушла мелкая живность умудряется нибудь вкусеньким. Небо над огромным, кажется, что оно свободное пространство. Оно особенно вечером, когда плавно садится в океан и окрашивает При желании (эту услугу предлагают практически во всех отелях) наблюдать за угасанием светила можно с пляжа необитаемого острова, удобно устроившись на окруженном свечами шезлонге с бокалом вина в руке.



ветку перелетают отели настолько «слились» с на ресепшене и в залах по песочному полу. Особенно навещать сюда за чем-Мальдивами удивительно заполняет собой все необычайно изменчиво, величественное солнце все вокруг яркими красками.



Huvafen Fushi

Отель интересен уникальным подводным SPA

Уединенный и шикарный — вот два прилагательных, наиболее полно характеризующих отель Huvafen Fushi. Сочетание прозрачных вод океана, первого в мире подводного SPA и дизайнерских находок в интерьерах делают это место по-настоящему уникальным. Курорт состоит всего из 43 бунгало, что гарантирует тишину и спокойствие. SPA-салон заслуживает отдельного внимания. Только в отеле Huvafen Fushi можно попробовать процедуры подводного массажа с применением уникальных технологий.

Island Hideaway

Элитный отель для семейного отдыха
Остров с отелем Island Hideaway находится далеко от аэропорта: трансфер к нему занимает примерно полтора часа. Несмотря на недавнее открытие, Island Hideaway уже вошел во всемирно известную цепочку Small Luxury Hotels of the World. У этого острова своя концепция — на достаточно большой территории находится более 40 вилл с бассейнами, к каждой из которых прикреплен свой батлер. Поэтому здесь царит удивительная атмосфера уединения. Главное, что расстояния между соседними виллами не менее 30 метров, и на пляже вы действительно одни — за две недели здесь можно никого не встретить. Отель хорошо оборудован для детей: здесь есть и детская площадка, и детский клуб, и детский бассейн, и детское меню в ресторане. Безукоризненный сервис, отличное питание и красивый коралловый риф рядом — что может быть лучше для семейного отдыха?

Компания "Стар Тур" может предложить множество интересных и разнообразных туров.

Soneva Fushi

Идеальный отель для романтического отдыха

Отель расположен на острове Кунфунаду. Перелет на гидросамолете занимает около 25 минут. Девиз острова — «No news, no shoes», что в переводе означает «Никаких новостей, никакой обуви». Концепция курорта — совмещение стиля Робинзона Крузо и всех современных удобств, что проявляется во всем: как в отделке номеров, так и в сервисе. Остров, который занимает этот отель, достаточно большой, при этом возникает ощущение, что вы здесь одни. И только отправившись на велопрогулку, можно понять, что кроме вас тут есть кто-то еще. Отель Soneva Fushi Resort & Spa 5* славится хорошим коралловым рифом и элитными туристами. Именно на этом острове любят отдыхать украинские политики и звезды шоу-бизнеса



Conrad (бывший Hilton)

Выбран за подводный ресторан

Отель расположен на островах Рангали и Рангалифинолу, которые соединены между собой 500-метровым мостом. Между ними ходит лодка-дони. В отеле шикарные виллы, очень хороший SPA-центр, а также удивительный подводный ресторан. Сидишь, наслаждаешься прекрасной кухней, а за стеклом — все краски радуги океана: проплывающие мимо скаты, акулы, черепахи и стайки разноцветных рыбок. Это просто сказка! Ужин в таком ресторане обойдется в 250 долларов на человека (без напитков).

Если вы привыкли к отдыху класса люкс, то вам сюда!



Meeru Island Resort 4*

Самый популярный отель эконом-класса

Отель расположен на острове Меэруенфуши. На скоростном катере к нему можно добраться за час. Meeru — очень зеленый, недорогой и веселый курорт с хорошим дайвингом: здесь красивый риф у берега, а также множество интереснейших мест для погружений недалеко от острова. Кроме того, в отеле очень хорошие условия для занятий виндсерфингом — есть оборудование и для начинающих, и для профессионалов, и даже для детей. Поразительно, но об островном отеле эконом-категории Meeru Island Resort 4* туристы всегда отзываются очень положительно, поэтому бронировать его желательно, как минимум, за два-три месяца.

Equator Village

Самое интересное место для дайвинга
Остров Ган с отелем Equator Village находится далеко от аэропорта. Это самый южный курорт Мальдивского архипелага. Сам отель довольно демократичен, но знаменит тем, что недалеко от него на дне лежат затонувшие корабли. Это идеальное место для приключенческого дайвинга. Именно на этот остров едут дайверы со всего мира. Дважды в день лодка абсолютно бесплатно вывозит ныряльщиков на два часа в открытый океан специально для snorkлинга. Советуем отправиться к месту под названием Мудакан — количество мант здесь просто поражает.

Источник: Turtess Holiday

Косметическая линия для СПА-сервиса: критерии выбора в современных условиях

В нынешних экономических реалиях салоны красоты и спа-объекты ищут новые косметические программы, что бы привлечь новых клиентов. Получается ли? Какие же особенности и ошибки выбора профессиональной линии для спа-сервиса?

Олег Катюхин,
СПА-эксперт, СПА-консультант инвестиционно-девелоперской фирмы «Koral», Прага, Чехия.



1 В СПА большая часть программ по-прежнему имеют акцент на релакс, не преследуя конкретного эффекта для внешности. Это, и мудреные восточные названия ограничивают круг потребителей. Наш клиент – прагматичный и материалистичный, хочет получить в первую очередь конкретный результат – поэтому в первую очередь выбираем природные спа-технологии, решающие эстетические проблемы (коррекция фигуры, антивозраст, лифтинг и т.п.). Только эти программы будут востребованы. Релакс – атрибут большинства спа-программ, а не их главное предназначение.

2 «Заморская» и «восточная» экзотика, которую менеджеры продолжают внедрять по инерции стереотипов. Наш клиент – материалист (см. выше), поэтому более склонен доверять программам, простым для понимания и нашего менталитета. Поэтому серия SPANI имеет 4-5-шаговые программы, которые несут ощутимый эффект для внешности, освоение которых доступно каждому уважающему себя специалисту.

3 Длительность спа-ритуалов. Время, как известно – деньги. Особенно когда их мало, нужно больше времени для зарабатывания. Поэтому даалеко не каждый может позволить себе провалиться 2 часа в салоне. Актуальны короткие экспресс-программы, как например, экспресс-антистрессовая программа «Минеральный тоник» или термоактивное обертывание SPANI.

4 Рестораны уже давно используют простой маркетинговый ход: в меню клиент может выбрать напитки не только на

вкус, но и на кошелек. Меню в салонном и СПА-бизнесе – это предложение схожих программ на двух разно-ценовых линиях. Когда у клиента есть возможность выбора, в любом случае салон будет с клиентом и выручкой. Не дадите выбора – клиент может просто уйти. К примеру, такой линией «выбора» есть линия SPANI со своими высокоэффективными, но малозатратными программами коррекции фигуры, антивозрастными и реабилитационными программами.



5 Клиенту практически все равно, чем косметолог решает его проблемы, ведь он идет не в магазин, а к мастеру, только от компетентности которого зависит результат. Поэтому в финансово дефицитные времена руководствоваться стоит рациональными соображениями, выбирая СПА-линию (как и

все остальное) по принципу «цена-эффект». Чем ниже себестоимость программ, тем больше можно сделать салонную наценку, больше привлечь клиентов, и в конечном итоге – больше заработать.

6 Ничто так не влияет на ценовую политику салона, как себестоимость препаратов. Оказывается, меньшая себестоимость и меньшая цена услуги приносит в конечном итоге больше клиентов, и большую прибыль. Наиболее успешны те СПА-объекты, которые делают ставку на доступность, эффективность для здоровья и внешности, чем на эксклюзивность вычурных спа-ритуалов.

7 Мы по-прежнему считаем, что чем эксклюзивнее возьмем линию, тем больше будет внимание клиентов. Это правда, но касается исключительно премиум-класса (если он есть в ваших клиентах). Остальные – даже верхний сегмент бизнес-класса – считают деньги, и переплачивать вовсе не хотят. «Цена-эффект» – вот основной принцип выбора. Высокая цена (себестоимость) линии вовсе не означает высокий эффект, и наоборот. Большинство клиентов не хотят переплачивать за громкое имя бренда. Ваше решение – меню – две линии с разным уровнем себестоимости. Каждому клиенту – свое («на каждый товар – свой покупатель»). Есть покупатель (клиент) – есть прибыль и благополучие салона.

СПА-меню: не набор вычурных ритуалов, а возможность для клиента выбрать из схожих программ материально доступную для себя. Тогда вы будете и с клиентом, и с прибылью.



Александр Марченко (Borras),
баннный эксперт и технолог.
Первая Банная Компания.

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РУССКОЙ БАНИ

Не секрет, что русские бани, сауны, просто бани есть уже во всех городах и всяких.

Но не секрет и то, что многие бани пользуются спросом и хорошей репутацией, а некоторые бани стоят без дела и имеют спрос порой на «место посидеть и выпить пивка».

Но, если мы говорим о бане, как объекте бизнеса, в котором должна быть составляющая рентабельности, то количество и качество гостей бани волнует хозяина банного комплекса прежде всего. Ведь это фактор, прежде всего, жизненно необходимый и единственно важный для развития бизнеса и банного дела.

Что же необходимо руководителю бани, что бы баня приносила доход и прибыль?

Какие ошибки могут случиться при таком важном деле как управление обычной баней?

Итак. Банное дело и банный бизнес, не просто обычный бизнес, связанный с баней. Это дело, которое, прежде всего, связано с вопросами оздоровления человека. Если мы говорим о человеке и его здоровье, то тут будут определённые аксиомы, на которых следует обратить внимание.

Дело банное связано с человеком, и работа предстоит очень важная и ответ-

ственная, так как речь идёт о комфорте человека, а в это понятие входят, конечно, знания принципов этого комфорта и отдыха.

Что вы ищете в бане? Прислушайтесь к своим ощущениям.

Да, с одной стороны, это обязательная техническая часть обустройства парной, и прочих помещений бани.

Наличие банных процедур и их правильное выполнение. Когда какая процедура должна выполняться и прочее.

В баню вы пришли расслабиться, отдохнуть и набраться сил, а значит думать в бане о чём то, вам крайне не хотелось бы. Потому в бане и необходим опытный специалист. Но комплекс банный универсальный: приём заказа, встреча и размещение гостя – это одни задачи административного характера. А вот оздоровление гостя в бане – комната отдыха с ароматным душистым чаем, массажное отделение с целительными массажными процедурами, душевая зона с теплом и очищающими снадобьями, и наконец парная комната, её величество парилка – это уже другое царство бани, и требует уже от персонала бани особых навыков и умений, должным образом использовать этот богатый арсенал возможностей простой, обычной но всё же такой загадочной и многогранной бани.

Потому баня, это как большой лайнер на водах океана, в котором все пассажиры, должны чувствовать себя в полной безопасности и комфорте.

Большая ошибка, если на лайнере не будет вообще персонала. Так и во многих банях полностью отсутствует банный персонал, и плыви, ты, как хочешь, и куда глядят.



Это совершенно неверный и не безопасный поступок владельцев бань, которые сдают в аренду баню клиентам, не контро-

лируя весь процесс комфорта, оздоровления и отдыха.

Потому лучшими банными комплексами, считаются те бани, которые имеют в своём арсенале прежде всего профессиональную слаженную банную команду, состоящую из администратора, профессионального банщика, владеющего основами парения, различными видами массажа, знаниями реализации и воздействия различных видов терапий, применяемыми в банных условиях, а также владеющего основами СПА и Банного этикета, так как отношение к гостю и комфорт каждого посетителя по-максимуму, – это главное, что ценит требовательный клиент в вашем комплексе.

Лучшие бани – это бани, в которых есть:

- меню банных услуг,
- оздоровительные банные тренинги,
- лечебные банные процедуры,
- авторские банные целебные услуги.

Лучшие бани – это когда уже нет необходимости куда-то еще ехать и думать вообще о чём-то сегодня. Потому баня всегда максимально эффективна, если она находится в комплексе гостиницы, ресторана, зеленой зоны отдыха, рыбалки, детской площадки и места максимального сближения с природой. Тогда гости приедут к вам не на час, а на сутки как минимум.

Ну и, конечно, лучшие бани, это в которых конечно можно попариться всласть, так как это кульминация банной феерии. А как попариться, если у нас один банщик? Да заядлые парильщики-гости, парятся до седьмого пота, а это значит, что у ОДНОГО БАНЩИКА слезет седьмая шкура, потому обязательно необходимо несколько банщиков, владеющих искусством парения гостя, в арсенале которых должны быть несколько видов вечных массажей, несколько видов веников, разнотравье. Парилка и печка как музыкальный инструмент всегда настроены и готовы выдавать любую банную музыку, от сольной партии до оркестра труб и барабанов.

Вот это тогда по-нашему – настоящая РУССКАЯ БАНЯ, не просто имеющая название, но и прежде всего несущая русский дух вольности, банной свободы, и в то же время, обладающая всеми необходимыми признаками и возможностями СПА центра и места полного оздоровления и глубочайшего отдыха.

Итак. Да пошли те, кА все в баню!!! Какую?

1. В которой – нас любят и ценят – спа-банный этикет, и обученный управляющий и обслуживающий персонал.

2. В которой – все радует глаз и комфортно нашему телу – физиологически правильная отделка и декорирование интерьера, технологически правильно спланировано пространство для банного оздоровления.

3. В которой – банная печь на дровах и способная выдавать ЛЁГКИЙ ПАР в любом количестве, а вся парная продумана

с позиции профессионального банщика, а не креативного архитектора. Т.е. наличие профессионального банного оборудования «заточенного» под банные регламенты оздоровительных процедур – обязательно.



4. В которой – вас смогут пропарить по седьмому поту и прогреть до кости – профессиональный, обученный персонал, владеющий навыками и мастерством парения, а также регламентами выполнения банно-оздоровительного сценария услуг.

5. В которой – после баники нас смогут попотчевать лёгкими банными блюдами и уложить в нежную, тёплую постель, позаботиться о нашем транспорте и утром нас не будут рано будить, а потом встретят легким завтраком и душистым чаем у самовара. «Эххх!!!! Останусь как я ещё на денёк!»

Вот потому все новейшие технологии в русской бане, сводятся к простым и старым истинам.

Русская баня, как вторая маманя. Любит, греет, обнимает, тело чистит и душу нам ласкает.

Душевность, человечность, любовь, чистота и тепло – вот основные «фишки» в наше новое время, на которые необходимо обратить внимание хозяевам бань, для того что бы о вас говорили все вокруг, как о месте радости, чистоты и тепла.

А помочь вам в этом, конечно помогут наши профессионалы банного дела, как на этапе формирования концепции будущего объекта, так и на этапе строительства и запуска комплекса в эксплуатацию. И непременно наша помощь необходима на этапе самой эксплуатации, так как тут как раз и заложен ответ на изначальный вопрос: А банька ли у вас, или так себе, место попить пивка, или и попарить смогут. Потому приглашайте в гости, и мы обязательно поможем вам стать лучшими среди лучших банных комплексов страны и не только нашей.

Оценка косметики

1. КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

Наличие сертификатов, подтверждающих безопасность и соответствие требованиям качества.

Наличие у производителя собственного исследовательского центра, используемого для разработки инновационных препаратов.

Наличие собственных производственных мощностей.

Наличие собственной лаборатории, контролирующей качество продукции.

Частота аллергических реакций/гипоаллергенность*.

2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ТЕХНОЛОГИЧНОСТЬ КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

Максимальная концентрация активных веществ в средствах.

Наличие фильтров в дневных кремах основных линий.

Обеспечение транспортировки активных веществ в глубокие слои эпидермиса посредством низкомолекулярного состава, гликофер и т.п. разработок.

Наличие фирменных запатентованных разработок за последние 3 года.

Наличие собственных разработанных техник массажа.

Совместимость с аппаратными методиками ухода за лицом и телом (микротоковая и ультразвуковая терапии, биокситерапия, космеханика, эндермология, светотепловая тонизация и т.п.)*.

Универсальность средств:

Качество средств для ухода за кожей лица обеспечивает возможность использовать ряд из них для ухода за деликатной областью вокруг глаз.

Средства для ухода за областью вокруг глаз адаптированы для ухода за кожей вокруг губ*.

Простота использования гликолевых пилингов.

Жесткость регламентации протоколов процедур, возможность творческого подхода к проведению процедуры*.

3. ИМИДЖ КОСМЕТИКИ

Признание качества и эффективности косметики на международном профессиональном рынке индустрии красоты. Наличие международных наград и премий за последние три года.

Популярность косметических средств в международном мире моды и шоу-бизнеса.

СИСТЕМА ОЦЕНКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОСМЕТИКИ

Концепция косметической марки позволяет сформировать в глазах потребителя имидж салона красоты, отличающийся от конкурентов*.

4. АССОРТИМЕНТ КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

Количество линий.

Наличие средств, являющихся альтернативами инъекциям: филеры, миорелаксанты, мезодозы.

Наличие химических пилингов, широта линейки.

Наличие медицинских пилингов (РН ниже 3)**.

Наличие средств для лечения и завершающего корректирующего ухода.

Наличие солнцезащитных средств со значением SPF более.

Наличие и ассортимент средств для домашнего ухода.

Наличие и ассортимент средств для ухода за телом.

Регулярное появление новинок за последние 2 года.

Наличие эксклюзивных процедур, ориентированных на VIP-клиентов и дистанцированных по имиджу и цене по отношению к основному ассортименту*.

5. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Наличие прогрессирующей системы скидок: применение объемных скидок, применение накопительных скидок.

Наличие скидок для участников семинаров и мастер-классов.

Рекомендуемая наценка на домашний уход.

Возможность доставки: возможность бесплатной доставки, наличие условия по минимальной сумме заказа для бесплатной доставки.

Наличие у поставщика условия минимальной партии закупки.

Средний уровень себестоимости базовых процедур в пределах данного класса косметики.

Наличие и стоимость участия в обзорных семинарах.

Стоимость участия в мастер-классах.

Возможность бесплатного обучения.

6. МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Наличие фирменных рекламных материалов (постеры, фирменные аксессуары, пробники).

Наличие у поставщика рекламы, направленной на конечного потребителя.

Наличие у косметической линии фирменного сайта на русском языке.

Наличие у поставщика совместной рекламной программы, направленной на продвижение косметической линии в салоне красоты*.

7. ТЕХНИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Необходимость в особых температурных условиях хранения.

Срок годности.

Наличие стикеров и соответствие их ГОСТу.

Premier BEAUTE by Dead Sea Premier

Эксклюзив для Вашего SPA – новые технологии талассотерапии

(067) 230-98-29
(093) 388-33-40
www.premierbeaute.ua
www.premierbeaute.com.ua
premierbeaute@ukr.net

Юридические аспекты обучения персонала за счет средств компаний-работодателей

Взаимоотношения руководителей компаний и наемных работников всегда, или почти всегда, были в независимой Украине болезненным вопросом, еще более болезненным вопросом был, и есть вопрос повышения квалификации работников.

Такая ситуация сложилась в результате практически полного отсутствия правового регулирования вопроса обучения персонала за счет работодателей.

В определенный момент, который был предопределен накоплением негативных социально-экономических факторов, подавляющее большинство национальных работодателей прекратили проводить учебу своего персонала за собственные средства, а персонал, в свою очередь, отказывается повышать свой профессиональный уровень за собственный счет.

Стоит отметить, что в возникновении вышеуказанной ситуации обе стороны виноваты в равной мере.

Работодатели отказываются предоставлять адекватные условия труда и его оплаты работникам, которые повысили свой профессиональный уровень, оставляя все на уровне, который работник имел до повышения квалификации, забывая, что квалифицированный работник с легкостью сможет найти более привлекательные условия труда, чем существовавшие до момента повышения квалификации.

Персонал же, в свою очередь, повысив свою квалификацию за счет компании, отказываются от любых послаблений своих требований к условиям труда и его оплаты для работодателя, который, собственно, повысил им квалификацию. В крайних случаях персонал даже отказывается компенсировать затраты на его учебу, которые понесла компания.

Такое положение дел привело к тому, что во многих сферах бизнеса возник своеобразный профессиональный вакуум: квалифицированные кадры осели в мощнейших компаниях конкретных отраслей и требуют крайне невыгодные для руководства условия труда и его оплаты, зато новые специалисты не имеют желания повышать свою квалификацию за собственные средства, а компании-работодатели не рискуют проводить их обучение за собственный счет.

Индустрия красоты не является исключением, а возможно, что профессиональный вакуум в ней достигает даже более критических значений, чем в иных сферах бизнеса.

В таких условиях не может быть и речи о повышении качества обслуживания в индустрии красоты. Такое положение дел

приводит к недовольству клиентов качеством обслуживания, которое в свою очередь приводит к оттоку клиентов и, как следствие, истощению источников финансирования бизнеса и к уменьшению уровня заработной платы специалистов, и ухудшению их условий труда.

Учитывая вышеотмеченное видим, что руководителям компаний все же необходимо возобновлять практику повышения квалификации персонала с целью повышения качества обслуживания клиентов, и как следствие – возобновление и расширение источников финансирования бизнеса, а персоналу необходимо более ответственно относиться к собственным обязанностям в компании, которая повышает его квалификацию за собственный счет.

Данная статья имеет целью внести некоторую ясность в отношении компаний-работодателей и их персонала, связанные с профессиональным обучением и повышением квалификации последнего.

Направляя работника на обучение, компания должна заключить с ним договор об оплате предприятием его учебы, или договор целевой беспроцентной ссуды. Такой договор должен быть **обязательно** изложен в письменной форме в соответствии с требованиями действующего законодательства.

Руководству компании стоит помнить, что в любом случае нельзя включать в договор пункт, который запрещает увольняться работнику в течение определенного срока после окончания учебы. Данное положение договора ограничивает право работника разорвать трудовой договор в порядке ст. 38 КЗоТ Украины (увольнение по собственному желанию) и является недопустимым с точки зрения действующего законодательства.

Учитывая, что работник имеет исключительное право на расторжение трудового договора по собственной инициативе, то он сможет в любой момент подать заявление об увольнении, а работодатель будет обязан уволить такого работника по истечении двухнедельного срока в соответствии с положениями КЗоТ Украины.

Стоит обратить внимание руководителей предприятий на тот факт, что также не стоит включать в договор положение об обязательной компенсации стоимости обучения в случае преждевременного увольнения – данное положение договора будет расценено судом как санкция за невыполнение условий договора, а санкции, как известно – это-

выплата определенной компенсации за невыполнение обязательства, или нарушение прав.

Реализация же работником своего права на расторжение трудового договора, ни при каких обстоятельствах не может быть расценено как нарушение обязательства, а вот как ограничение прав работника – легко.

Как следствие – договор, который содержит такие положения, судом будет расценен как таковой, что ограничивает возможность физического лица иметь не запрещенные законом гражданские права и обязанности – то есть ничемным в соответствии со ст. 27 ГК Украины.

Хотя, в случае юридической осведомленности конкретного работника такой спор даже не придется доводить до суда – если действительность правовой сделки (в нашем случае договора) прямо установлена законом, то признание его недействительным в судебном порядке не требуется (п. 2 ст. 215 ГК Украины).

Об основных рисках для компании-работодателя уже было отмечено, теперь остановимся на предложенных договорах с юридической точки зрения.

Рассмотрим подробнее договор об оплате предприятием учебы работника.

Предметом данного договора является учеба работника, стоимость которой компенсирует компания.

Учитывая заинтересованность компании в повышении квалификации собственного персонала, она не будет требовать от работника компенсации расходов на его учебу.

Но, в случае, если такой работник решит прекратить трудовые отношения с компанией ранее определенного срока – упоследней возникает право требовать возмещения стоимости учебы работника.

Стоит отметить, что ни одного слова о запрете расторжения трудового договора в вышеуказанной конструкции нет, также не идет речь о применении каких-либо санкций, но исполняется положение п. 1 ст. 212 ГК Украины, или отлагательное обстоятельство, при условии наступления которого происходит изменение или наступление прав и обязанностей.

При таких условиях договора работник не лишается никаких прав, но обязывается отработать определенный срок после учебы, либо компенсировать стоимость такого обучения в полном объеме в случае досрочного прекращения трудовых отношений по его инициативе.

Не стоит забывать о том, что в случае расторжения трудового договора по ини-

циативе владельца, в большинстве случаев, работник не будет компенсировать стоимость обучения.

Стоит отметить, что в преамбуле договора необходимо указывать, что он (договор) заключен путем свободного волеизъявления сторон с согласованием всех условий Договора, что полностью отвечает требованиям законодательства Украины (крайне желательно, даже необходимо, сослаться на конкретные статьи ГК Украины).

В целом, мы закончили с договором об оплате предприятием учебы работника, остановимся теперь подробнее на договоре целевой беспроцентной ссуды.

В целом компания может использовать обычный договор целевой беспроцентной ссуды, но его особенностью будет тот факт, что работник не получает денежные средства непосредственно: компания перечисляет такие средства на счет учебного заведения в котором будет проводиться обучение работника, который, со своей стороны, предоставляет письменное согласие компании-работодателю, что он не против таких действий. Такое письменное согласие является неотъемлемой частью данного типа договора, и может быть выполнено в форме приложения к нему.

Также необходимо получить письменное подтверждение работника о получении средств после их перечисления на счет образовательного заведения. Такое подтверждение также является неотъемлемой частью договора аналогично письменному согласию.

Разумеется в договоре необходимо обусловить срок и порядок погашения ссуды. Но, если состоянием на определенную дату работник все еще будет в трудовых отношениях с компанией, он не выплачивает данную ссуду. Фактически происходит прощение долга в понимании ст. 605 ГК Украины.

Предложенная конструкция базируется на так называемом отменительном обстоятельстве – п. 2 ст. 212 ГК Украины, так как лица, которые заключили договор не могут знать наступит ли такое обстоятельство (расторжение трудового договора) или нет.

Отмечаем внимание на том, что договор на обучение с образовательным учреждением должен быть оформлен на имя работника, а не компании.

Конечно же, возможен вариант заключения трехстороннего договора, но в рамках данной статьи мы на нем останавливаться не будем.

Руководству стоит помнить, что в предложенных договорах необходимо внимательно и тщательнейшим образом прописывать случаи наступления отлагательного или отменительного обстоятельств.

Если же у компании-работодателя возникнет желание создать такие условия, при которых работник будет вынужден уволиться сам, и, как следствие, возместить стоимость учебы, то делать этого не стоит, так как в соответствии с п. 4 ст. 212 ГК Украины, если наступлению обстоятельства недобросовестно способствовала сторона, которой это выгодно, обстоятельство считается таким, которое не наступило.

Подводя итоги статьи, хотим отметить: руководство компаний в любом случае не должно бояться учить собственный персонал. При правильном построении договоров риски компании минимизируются к, практически, нулевым показателям.

Работники же, со своей стороны должны помнить, что они намного более защищены с юридической точки зрения, и при добросовестном выполнении условий договора их риски также минимизируются аналогично рискам компаний.

Поэтому проявляйте взаимное уважение. Руководству компаний стоит вовремя мотивировать персонал, а персоналу добросовестно выполнять профессиональные обязанности, и реально оценивать собственную стоимость на рынке труда и проблема профессионального вакуума исчезнет сама собой.

Юрист Александр Головань, 2011 г.
Alexander@online.ua
+38067 965-14-98

ОТЕЛЬ
SPA
МЕД ЦЕНТР

TES-hotel
Resort & Spa



- БАССЕЙН
- БАННЫЙ КОМПЛЕКС
- КОНФЕРЕНЦ-СЕРВИС
- ОТДЫХ ДЛЯ ДЕТЕЙ
- СПОРТ И ДОСУГ
- ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Євпаторія

Отдыхай со вкусом!

(06569) 491-20 +38 050 346 28 00 www.tes-evpatoria.com

Стандарты СПА

Органическая косметика: стандарты BDIH, BIO, ECO.

Такой термин как «органическая косметика» косметология позаимствовала у пищевой промышленности, где продукт природного происхождения именуется органическим.

Что же такое органические растения? Во-первых, они должны произрастать в экологически чистых районах, без разницы – на плантациях или в естественной, дикой среде. Во-вторых, при выращивании этих растений нельзя использовать любые химические удобрения, пестициды и гербициды. Переработка органических растений должна проводиться с соблюдением специальной технологии, которая должна отвечать высоким экологическим стандартам, при этом так же запрещено использование химических составляющих.

Однако нужно понимать, что натуральная косметика – это необязательно органическая. Различить их довольно просто: при изготовлении органической косметики используются только сертифицированные ингредиенты.

ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ?

BDIH (Германия) – Федерация немецких производителей и дистрибьюторов фармацевтических препаратов, товаров для здорового образа жизни, диетических добавок, средств личной гигиены и товаров медицинского назначения.

BDIH (Bund deutscher Industrie- und Handelsunternehmen – Federal Association of Industrial and Commercial Companies)

Продукт (косметика) соответствует стандарту BDIH и называется натуральным, в том случае, если он соответствует следующим требованиям:

1. Растительные компоненты

Во всех возможных ситуациях необходимо использовать компоненты растительного происхождения. Растения должны быть выращены на плантациях без использования химикатов или произрастать в естественных условиях. В определенных случаях допускаются альтернативные компоненты, аналогичные по качеству природным.



Европейские стандарты органической косметики. Что такое стандарт BDIH?

2. Защита животных и тестирование на животных

Производство и разработка продукции с использованием животных, недопустимо. Ингредиенты, появившиеся на рынке после 1 января 1998 года, могут быть использованы только в том случае, если они не были тестированы на животных. Ингредиенты, которые появились на рынке до 1 января 1998 года, но были тестированы на животных после 1 января 1998 года, исключаются из разрешенного списка. Использование продуктов, полученных как побочные в результате переработки позвоночных животных (например, спермацет, черепашее масло, норковый жир, жир сурка, животные жиры, коллаген животного происхождения или живые клетки), не разрешены.

3. Минеральные ингредиенты

Использование неорганических солей (например, сульфат магния) и минеральных ингредиентов (например, морская соль) в общем случае разрешено. Исключения см. в п. 5.

4. Ингредиенты ограниченного использования

Эмульгаторы и поверхностно-активные вещества могут быть использованы только в том случае, если они получены путем гидролиза, гидрогенизации, этерификации или транс-этерификации из следующих материалов: жиры, масла и воски, лецитин, ланолин, моно-, олиго- и полисахариды, белки и липопротеины.

5. Запрещенные вещества

Синтетические красители, синтетические отдушки, этоксилированные соединения, парафин и другие продукты переработки нефти.

6. Консерванты

Разрешено использование некоторых консервантов, которые имеются в природе, и некоторых их модификаций для сохранения безопасности и поддержания стабильности продукта. Это такие вещества, как: бензойная кислота, ее соли и эфиры; салициловая кислота и ее соли; аскорбиновая кислота и ее соли; бензиловый спирт.

7. Радиация

Стерилизация природных ингредиентов и готовых продуктов путем облучения не разрешена.



8. Сертификация независимой лаборатории

Независимый институт Ecocontrol/ Ecosert (Остероде, Германия) проверяет соответствие вышеназванным критериям. В случае соответствия продукту присуждается знак BDIH «Контролируемая натуральная косметика».

Стандарт BDIH также рекомендует следовать дополнительным критериям:

- указание на этикетке полного списка ингредиентов;
- отказ от использования ингредиентов, выделенных из генетически модифицированных растений;
- соответствие экологическим нормам используемого сырья, процесса производства и упаковки;
- социальная ответственность перед местными работниками, преимущественно использование сырья, поставляемого из развивающихся стран.



Гринин Павел

СЕКРЕТЫ САЛОННОГО БИЗНЕСА

Тема обслуживания мастерами на дому стара как мир. Салоны рождались, уже имея в крови этот вирус, выросли вместе с ним и умирали, пораженные им. Причем, правды ради, стоит отметить, что далеко не всегда причиной смерти салона являлась деятельность надомников (эдаких паразитов организма салона красоты). Однако практически всегда их жизнедеятельность носила для салона негативный характер.

Вместо эпилога

«И вечный бой, покой нам только снится...»
(Неизвестный директор)

Следует сразу определиться, что под **надомником** мы будем понимать специалиста салона красоты, который обслуживает клиента вне салона. Суть проблемы состоит в том, что пришедший к нам и по нашей рекламе клиент

уходит обслуживаться вне нашего салона. Надомничество по сути своей тоже воровство. Ведь салон лишается не только недополученной прибыли от ушедшего клиента, но и теряет деньги, потраченные на привлечение клиента.

Сделаем несколько уточняющих оговорок:

- если мастер обслуживает дома человека, который ни разу не обслуживался в нашем салоне, то мы не имеем никаких прав на него и мастер для нас не надомник;

• если парикмахер стрижет дома клиента приходящего к нам на маникюр, то мастер-надомник, и это является несоблюдением правил корпоративной этики;

• не имеет значения дома у мастера (клиента) или в другом салоне происходит обслуживание нашего клиента, это – преступление, мастер – надомник;

• даже, если клиент продолжает параллельно обслуживаться у одного мастера на дому, и в нашем салоне (ну так территориально бывает удобно), то мастер-надомник;

• если мастер маникюра дома делает клиенту депиляцию, то он – надомник, ибо у нас есть свой косметолог, опять же, это момент корпоративной этики;

В нашем материале мы:

• определим виды надомников и степень их опасности,

• определим «ареал обитания» каждого из видов,

• опишем способы выявления надомника, • проанализируем методы профилактики и борьбы с надомниками.

ВИДЫ НАДОМНИКОВ

Жадные – самые страшные паразиты, целью их работы в салоне является наработать себе домашних клиентов. Они подобно саранче кочуют от салона к салону в поисках пропитания. Характеризуются прекрасным знанием поставщиков профильной продукции, владеют широким спектром рабочего инструментария и препаратов, великолепные коммуникаторы. Могут не быть высококлассными специалистами в своей области, но хорошие ремесленники, чрезвычайно напористы и, быстро куют железо. Степень опасности наивысшая.

Скромные – деликатные специалисты, первыми редко предлагают изменить салону, в основном позволяют себя соблазнить/уговорить. Неплохие мастера, знают меру, уведят клиентов аккуратно и не спеша, соблюдая все меры предосторожности. Степень опасности высокая.

Талантливые – профи высокого уровня, «звезды» и «звездочки». Могут быть заносчивыми, что не мешает результативно трудиться и в салоне и на дому. Постоянно повышают квалификацию, участвуют в чемпионатах и конкурсах, растут над собой. Степень опасности средняя.

Ленивые – средней руки специалисты, волеу судьбы ставшие парикмахерами, массажистами и пр. Как следствие уровень профессионализма невысокий. Характеризуются флегматичностью, безынициативностью. Степень опасности низкая.

Если за основу взять профессионализм и коммуникабельность, как определяющие черты, то итоговая картина может выглядеть следующим образом:

Виды надомников	Профессионализм	Коммуникабельность	Степень опасности
Жадина	Средний	Наивысшая	Наивысшая
Скромняга	Высокий	Средняя	Высокая
Талант	Наивысший	Высокая	Средняя
Ленивец	Низкий	Низкая	Низкая

В природе встречаются **гибриды**, сочетающие особенности нескольких видов. Самый часто встречающийся гибрид – это «талантливые жадины». Наиболее подвержены этому недугу парикмахеры-модельеры. Однако, быстрый взлет и обильные похвалы благодарных клиентов играют дурную шутку, превращая их либо в классических жадин, либо в ленивых. Другие гибриды встречаются реже и степень их опасности незначительна.

АРЕАЛ ОБИТАНИЯ

Салон эконом-класса характеризуется самой высокой среди салонов загрузкой. Поэтому проблема обслуживания на дому остро не стоит, освободившееся место занимает другим клиентом достаточно быстро. И только критическая ситуация, когда загрузка мастера снижается до 2-3-х человек в день, заставляет принять единственно правильное решение – увольнение специалиста. Причем, даже не стоит ломать себе голову, в результате чего это происходит, в результате непрофессионализма, скверного характера или из-за увода на дом. Как правило, все мастера салона эконом-класса надомники, и успевают работать на два фронта. А административных ресурсов у салона минимум, поток клиентов большой, посему главным мериллом служит оборот мастера.

Бизнес-класс. Жадины – бич для салонов бизнес-класса. Уровень их материального достатка позволяет покупать недорогую продукцию и успешно конкурировать с салоном, которому приходится платить аренду, налоги, коммуналку, рекламу и многое другое. Добавим к этому тот факт, что для

долье для Скромняг. Основной вред – дискредитация менеджмента (нарушение корпоративной этики) и методов работы («мой массаж лучше любой аппаратной методики!»), разращение клиентов.

Элит-класс. Это естественный ареал обитания для талантливых надомников, поскольку только в салонах VIP-уровня могут реализоваться их амбиции и способности, здесь место наработки личной клиентуры, возможность обучиться во всемирно известных школах за чужой счет. Отсюда открывается прямая дорога к собственному кабинету/студии.



Данные относительно ареалов распространения надомников были получены основываясь на экспресс-опросе среди владельцев и руководителей 30 предприятий индустрии красоты различных классов со всей Украины и личного опыта автора. Уважаемых респондентов попросили расположить в порядке убывания виды надомников, с которыми им чаще приходилось сталкиваться в своей работе. В нижеприведенной таблице сведены результаты анкетирования:

Класс салона	Виды надомников встречающиеся в салонах			
	Чаще всего	Чаще	Реже	Редко
Эконом	Скромняга	Жадина	Ленивец	Талант
Бизнес	Жадина	Скромняга	Талант	Ленивец
Престиж	Скромняга	Талант	Жадина	Ленивец
Элит	Талант	Жадина	Скромняга	Ленивец

клиентов со средним достатком цена услуги принципиальна и картина вырисовывается очевидная – клиент и мастер ищут точки соприкосновения с одинаковым энтузиазмом.

Престиж-класс. Наличие широкого спектра услуг, дорогой косметики и оборудования является серьезным сдерживающим фактором для Жадин, а серьезный уровень менеджмента предполагающий систему отбора кадров, систему учета и контроля не позволяет Жадинам развернуться в полную силу, в том случае, если им так и удается проникнуть в стан врага. Ленивцев здесь на работе долго не держат. Тут раз-

Но, что интересно, все в один голос согласились, что один Жадина может нанести вред несравнимый с деятельностью десятка Скромняг или Талантов.

Признаки жизнедеятельности паразита

1. Раздача личных визиток – верный признак надомничества.

2. Постепенный спад выручки у мастера. Особенно, если подобной динамики не наблюдается у других специалистов того же профиля.

3. Постепенный уход клиентов. Возможна ситуация, при которой не наблюдается спада выручки у мастера за счет поступления новых клиентов, но они со временем исчезают, хотя им все нравится.

4. Отдельно обращаем внимание на **специалистов широкого профиля.** Универсальность очень характерна для надомников, стремящихся оказать максимальный перечень услуг.

Способы борьбы с паразитами

Эти рекомендации так же как и предыдущие необходимо было дать отдельно, по классам салона. Не все так просто. Приведенная ниже таблица отражает обобщенные методы профилактики, каждый из которых может включать комплекс, состоящий из нескольких способов.

Характерную своей банальностью историю рассказала мне владелица одного из салонов Донецка. Она столкнулась с нарастающей тенденцией ухода клиентов. Причем профессионализм мастеров не вызывал сомнений, мастера постоянно проходили обучение в ведущих школах страны, побеждали на конкурсах, отзывы о качестве работы были исключительно положительные. Сервис и работа администраторов тоже были на должном уровне. В течение двух лет постоянно увеличивался рекламный бюджет: обновлялась наружная реклама (вывеска, щит, сити-лайты, лайт-боксы, штендер), проводились имиджевые акции и презентации, давалась реклама на местном ТВ, в прессе и интернете, печаталась дорогая полиграфия. К концу второго года существования салона величина рекламного бюджета достигла 20% от оборота. Активность владелицы была вознаграждена постоянным притоком первичных клиентов. Ежемесячно салон получал от 50 до 80 новых клиентов, львиная доля которых в течение 2-3 месяцев прекращали посещать салон. Как вы думаете, чем закончилась история? Ведущие мастера салона открыли собственный салон, постоянными клиентами которого стали некогда «потерянные» клиенты.

Дабы не оказаться в вышеописанной ситуации предлагаю следовать следующим рекомендациям.

1) «Контрольная закупка».

Наиболее оптимальным представляется вариант, когда независимый консультант или консалтинговая компания проводит «контрольную закупку» и предоставляет по её окончании отчет, в котором оцениваются следующие моменты: запись по телефону, встреча и прощание, качество обслуживания, и, конечно же, указывается, как отреагировали на просьбу обслужить дома, перечисляются допущенные промахи и ошибки. Причем заказчику ничего не известно о дате и времени визита.

2) «Взаимный внутренний аудит».

Для выявления надомников подходит и «взаимный внутренний аудит». Предварительно достигается договоренность между руководством двух салонов о возможности взаимных визитов. Суть договоренности в следующем: по окончании посещения «клиент» (которым можете быть управляющий, директор или администратор дружественного салона) составляет краткий отчет, в котором указывает ваши недоработки, своё видение возможных улучшений, фамилии потенциальных или выявленных надомников. Бартерные расчеты не рекомендуются, поскольку возможны злоупотребления и нюансы при взаимозачетах. Шкалу оценки выбираете по договоренности. Например, 12-ти балльная шкала по следующим показателям:

- запись по телефону;
 - встреча;
 - качество обслуживания;
 - качество сервиса и соответствие классу;
 - ФИО потенциальных и реальных надомников;
 - прощание;
 - замечания.
- Любые другие пункты могут быть внесены по желанию сторон.



Сомневаемся, что это жизнеспособный вариант. Надо отдать должное тому факту, что ввиду тотального недоверия, царящего в салонном бизнесе, руководители салонов, находясь в одном населенном пункте воспринимают друг друга скорее как конкурентов, чем как коллег. Сей прискорбный факт лишний раз подчеркивает ценность вышеупомянутого способа, который основан на доверии и позволяет извлечь из этого максимальную выгоду для обеих сторон.

Что мы получаем в результате подобного сотрудничества: независимый контроль надомничества, обмен позитивным опытом, возможность исправления недостатков. Можно и самостоятельно провести «контрольную закупку», важно учесть только, что предложение об обслуживании лучше делать не ранее второго визита.

3) Анализ финансовых показателей работы каждого мастера (схема подробно изложена в статье «Воровство в салоне красоты. В чем риск и как его минимизировать», опубликованной в журнале «Красивый бизнес» №6/08).

4) Не практиковать обслуживание мастерами клиентов салона на дому, исключением может быть бизнес организованный именно на выездах на дом.

5) Установка дорогостоящего оборудования.

6) Система перекрестной мотивации мастеров, позволяющая привязать клиента к салону – разовая премия или процент за перенаправление от одного специалиста к другому.

7) Четкий график и режим работы (то есть не должно быть такого, чтобы мастер приходил, когда он того хочет).

8) Не допустимы «визиты» мастера на рабочее место под запись.

9) Просветительская работа с клиентурой по вопросам распространения мастерами инфекций в домашних условиях и методов и средств дезинфекции в салоне.

Каким образом проводить просветительскую работу? Расскажите, пожалуйста, подробно, что Вы имеете в виду?

– Идеальным вариантом представляется подбор материалов (статей, интервью, законодательных актов и пр.) о негативных последствиях для клиентов обслуживания на дому. В случае если таковые отсутствуют под рукой, можно самостоятельно написать официальное письмо, например, на имя главного районного врача СЭС, предварительно с ним согласовав перечень вопросов. В ответ получить не менее официальное письмо с перечнем ужасов, которые ВОЗМОЖНО произойдут либо уже ПРОИЗОШЛИ во вверенном регионе. Как вариант – интервью, снятое на видео и смонтированное в виде ролика, который можно запустить и в салоне, и на местном ТВ. Желательно, в видеоматериале продемонстрировать фото пораженных участков кожи/ногтевых пластин и т.п. Представители СЭС редко отказывают в подобном сотрудничестве, более того, это обеспечит вам, как почетную грамоту от СЭС за содействие в вопросах защиты населения от ужасов различных эпидемий и заболеваний, так и уважительное отношение со стороны СЭС (что само по себе достаточно ценный капитал). Естественно, что все сотрудники обязаны на память выучить содержание данных материалов и периодически ненавязчиво их транслировать клиентам. Если же у вас в штате есть врач, то сам Бог велел при каждой консультации в обязательном порядке упоминать опасность, исходящую от обслуживания на дому.

Запасной вариант – письменное составление «историй из жизни» либо рассказов о «возможных проблемах» для мастеров различных направлений. Причем, лучше подобные истории запускать в виде слухов – быстрее распространяться.

10) «Звезда» в салоне – это один из возможных путей увода клиента.

«Звезда», как правило, – это нестандартная личность, имеющая сильное влияние на коллектив. Обычно это творческие, плохо организованные люди, которыми почти невозможно управлять обычными способами. «Звезды» требуют повышенный процент оплаты труда, да, к тому же, в случае ухода уведут за собой клиентов. Кроме того «звезду» часто пытаются переманить другие салоны. Как показывает опыт лучшее место приложения сил мастера-«звезды» – это салоны VIP-класса. Тут, с одной стороны, минимизирован риск увода клиентов на домашнее обслуживание ввиду статусности клиентов, а с другой, строгие правила корпоративной этики и достойный уровень оплаты дисциплинируют любую «звезду» лучше, чем уговоры, применяемые в салонах бизнес-класса.

Что Вы предлагаете? Не отправлять талантливых мастеров на конкурсы и повышение квалификации?

– Конечно же, это не означает, что талантливых мастеров не стоит отправлять на конкурсы и повышение квалификации, просто не следует изначально для таких мастеров создавать «индивидуальные правила» («индивидуальный график посещения рабочего места»), отличные от других косметика, график дежурств, отпусков, сроков оплаты труда и пр.). С другой стороны совершенно естественно, если такие мастера лучше оплачиваются, имеют лучше оборудованные кабинеты либо имеют привилегии в открытии кредитной линии.



11) В должностной инструкции пункт обслуживания салонных клиентов на дому должен быть обозначен четко и недвусмысленно, как проступок, влекущий за собой немедленное увольнение. Данный способ имеет скорее формальное значение, и, в принципе, способен остановить разве что новичка. Однако он важен с точки зрения обозначения четкой границы в отношениях между работодателем и наемным сотрудником, за которую нельзя переступить. Не лишним будет упомянуть, что оказание услуг населению без государственной регистрации, уплаты налогов, получения уймы разрешительных документов и соответствия огромному количеству норм и требований запрещено на законодательном уровне, а надомники на 99% оных не имеют.

Какие тяжкие последствия? Бить будем? Как и что должно быть написано в должностной инструкции? Какие санкции могут быть применены?

12) При приеме на работу старайтесь определить были ли перерывы в трудовой деятельности специалиста, чем они были вызваны, обязательно стоит поинтересоваться причинами увольнения у прежних работодателей. Именно здесь могут вылиться неприятные моменты трудовой биографии. Для надомников характерна частая смена мест работы, например, 5 месяцев специалист работал в Салоне №1 – полгода перерыв, затем шесть месяцев в Салоне №2 – семь месяцев перерыв – десять месяцев в Салоне №3 – полгода перерыв.

А если человек просто не нуждался в деньгах во время перерыва в работе? А если болел? А если сидел с ребенком? – могут мне возразить.

На первое ответу – не кажется ли странным полугодовая периодичность трудовой активности? – Получается, что человек либо не постоянен и не стабилен, как сотрудник, либо не может ужиться на одном месте, что само по себе настораживает, ведь мы не хотим каждые полгода менять персонал.

Относительно второго возражения – при предоставлении медицинских справок и соответствующих объяснений тема надомного обслуживания закрывается, но тогда встает вопрос о целесообразности приема на работу болезненного специалиста. Не возьмусь тут что-либо рекомендовать, думаю, тут необходимо решать по ситуации.

И последнее – дети – это СВЯТОЕ, подозрения в надомничестве в таком случае снимаются.

Для надомников характерна периодическая смена рабочих мест, и период, как правило, составляет полгода, что вызвано необходимостью пополнять базу «своих» клиентов за счет салона. Полгода – это тот срок, в течение которого обязательно происходит критическое уменьшение клиентской базы надомника. Этому способствует множество факторов: потеря/смена мобильного телефона мастером или клиентом, смена места жительства, трудности в согласовании графика.

13) Организация системы продаж косметики для домашнего использования.

Что это значит? Если в салоне продается косметика, то увести на обслуживание сложнее? Или что?

– При выборе дистрибьютора профессиональной косметики одним из важнейших показателей для руководителя является возможность покупки клиентом либо мастером косметики. Если косметика продается ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО салонам, а не частным лицам, то розница является дополнительным ключиком к клиенту. Ушедший на домашнее обслуживание клиент (или находящийся в процессе увода на дом) какое-то время будет приходить в салон за косметикой, что даст возможность вернуть его в салон, то есть, «на путь истинный». Схема работает при соблюдении учета списания материалов.

Исходя из опыта, можно сказать, что только комплекс мероприятий, начиная от правильно построенной системы отбора персонала до популяризации салонного обслуживания в целом, принесёт желаемые результаты.

Класс салона	Наиболее эффективные методы профилактики
Эконом	Увольнение, анализ финансовых показателей
Бизнес	Система подбора и управления кадрами, анализ финансовых показателей
Престиж	Система учета и контроля, дорогая косметика и оборудование, система мотивации и стимулирования, анализ финансовых показателей
Элит	Сверхдорогое оборудование, эксклюзивные методы и процедуры, VIP-сервис, анализ финансовых показателей

Из практики заслуживает внимания случай объединения владельцев салонов красоты одного российского городка. К одной из известных в городе надомниц пришел и обслужился налоговый инспек-

тор. Естественно, услуги налогового были заранее оговорены и вознаграждены. Затем последовал суд, разрекламированный во всех популярных изданиях города. Всплыли клиентки, предъявившие иски надомнице за занесение грибка, подключились СЭС и Общество защиты прав потребителей, добились пожарники, без разрешения которых вести трудовую деятельность никак нельзя. Общественный резонанс существенно улучшил положение с надомниками в городе.

А как же такие главные превентивные меры по борьбе с надомниками, – как, например, КОММУНИКАЦИИ салона с клиентами:

- база, которую необходимо вести, обновлять, пополнять информацией; И безусловно она должна быть для этого в электронном виде...

- анализ базы
- предварительная запись;
- администраторы, которые должны грамотно распределять клиентов, не давая возможности привязаться им к какому-то конкретному мастеру...

- и т.п.

– Хм! Все вышесказанное есть ПРАВИЛЬНО... просто я как-то посчитал это само собой разумеющимся В текст можно включить следующую фразу:

И не стоит забывать про базовые моменты салонного менеджмента: обновляемую электронную базу клиентов и услуг, её постоянный анализ, ведение предварительной записи, грамотное распределение клиентов, без которых будет невозможно ни добиться четкого графика работы, ни отследить постепенный спад выручки у конкретного мастера или постепенный уход клиентов, ни организовать систему перекрестной мотивации мастеров, ни отфильтровать «контрольную попку» будет НЕВОЗМОЖНО.

ВМЕСТО ВЫВОДА

Парадокс заключается в том, что мастер являющийся хорошим профессионалом и прекрасным коммуникатором практически ВСЕГДА надомник. Для нас же важно, чтобы размеры пагубной страсти наших мастеров не выходили за рамки разумного. А поскольку установить граничную величину обслуживания на дому (скажем до 15%) мы не можем, ввиду неосведомленности об объемах последнего, то и анализировать приходится в первую очередь финансовые показатели

Класс салона	Наиболее эффективные методы профилактики
Эконом	Увольнение, анализ финансовых показателей
Бизнес	Система подбора и управления кадрами, анализ финансовых показателей
Престиж	Система учета и контроля, дорогая косметика и оборудование, система мотивации и стимулирования, анализ финансовых показателей
Элит	Сверхдорогое оборудование, эксклюзивные методы и процедуры, VIP-сервис, анализ финансовых показателей

работы мастера. И, если мы провели профилактику заболевания, но тенденция неутихает, облегчающих обстоятельств не наблюдается (болезнь, учеба, отпуск и пр.), то выход один – прощаться.

SPA-меню

Завтрак – это удачное начало дня, а завтрак в SPA – это гарантия успешного и плодотворно проведенного времени.

Вкусный, гармоничный, здоровый завтрак с теплыми пожеланиями на весь день – залог успеха и здоровья для каждого гостя ресторана SPA.

Завтрак в SPA – это новая традиция культурного утреннего чаепития и правильного ухода за своим здоровьем. Это приятное общение в кругу близких друзей и деловых партнеров. Это возможность задать динамичный темп новому дню и всегда получить приятный сюрприз в SPA.

Завтраки унифицированы в своем воздействии для всех гостей клуба, не зависимо от выбранной программы.

Физический эффект: оптимизация рациона питания необходимыми витаминами и микроэлементами для нормализации работы головного мозга, желудочно-кишечного тракта, сердечно-сосудистой системы и опорно-двигательного аппарата. Тонизация и приведение в норму нервной системы.

Эмоциональный эффект: Улучшают настроение, дарят заряд бодрости и энергии, активизируют творческий потенциал, успокаивают нервы и тонизируют мышцы, помогают использовать весь потенциал организма в максимальном режиме.

Этический фактор: завтрак, проведенный в кругу друзей и в атмосфере SPA гарантирует гостям SPA позитивный настрой на весь день, плодотворную работу или приятный отдых для восстановления всех сфер жизни человека (в качестве приятного сюрприза для каждого гостя в отдельном маленьком конверте – пожелание на день от SPA-клуба – бесплатный чай, а если клиент пригласил на завтрак своего друга, фрукты или сладкое к чаю (предусмотренные в меню).

«ПРАВИЛЬНЫЙ ЗАВТРАК в SPA» 6 порций. В одной порции 335 ккал

- 500 г смеси ассорти (яблоки, изюм, груши, инжир, чернослив, курага, финики),
- 400 мл свежего апельсинового сока,
- 4 ст. л. семечек по вкусу (тыквенные, подсолнечные, кунжутные),
- 2 ст. л. жидкого меда,
- 4 ст. л. натурального био-йогурта (обезжиренного).

Положить сухофрукты в кастрюлю и залить апельсиновым соком. Довести до кипения и варить на медленном огне 10 минут, пока фрукты не станут мягкими и не начнут набухать. Отставить в сторону и дать остыть. Тем временем положить семечки в сковороду и обжарить в течение

2х минут до золотистого цвета. Снять сковороду с огня и добавить мед. Мед сначала зашипит, но продолжайте помешивать, пока семечки не будут покрыты медом.



Дать немного остыть, чтобы смесь стала хрустящей. Разделить фрукты между 6 пиалами и полить апельсиновым соком из кастрюли. Сверху добавить по 1 ст. л. йогурта, посыпать семечками.

Сервировка: подавать пиалку на широкой тарелке, украсить медом, орехами, рубленой курагой, мятой.

ЗАВТРАК «СЛАДКОЕ УТРО» 2 порции. В одной порции 210 ккал

- 3/4 стакана воды, • 1 ч. л. сахара,
- 1 ст. л. лимонного сока, горсть сушеного инжира, горсть кураги,
- 3/4 стакана нежирного йогурта,
- 1 ст. л. жидкого меда, корица, фисташки или миндаль.

Налить воду, положить сахар и лимонный сок в маленькую кастрюлю, перемешать и довести до кипения. Добавить сухофрукты, накрыть крышкой, снизить огонь до среднего и варить 20 минут.

Смешать йогурт с медом. Подавать фрукты с йогуртом, посыпав корицей и орехами фисташками или миндалем.

ФРУКТЫ «ПРИЯТНЫЕ ВОСПОМИНАНИЯ» (антистрессовая программа) 6 порций. В одной порции – 219 ккал

- 175 г сахара,
- 1 ст. л. свежих листьев лаванды (растение можно купить в садоводческих магазинах),
- 3 ст. л. прозрачного меда,
- 4 нектарина, порезанных пополам, очищенных от косточек и порезанных на дольки,
- 6 слив, порезанных пополам и очищенных от косточек,
- 225 г клубники, очищенной от хвостиков и порезанной пополам, обезжиренный йогурт без добавок.

Положить сахар и лаванду в кастрюлю. Добавить 300 мл воды, довести до кипения. Кипятить на большом огне 5 мин. Добавить мед, кипятить 2 мин. Снять с огня. Положить в огнеупорную миску фрукты, процедить сироп на фрукты через сито. Дать остыть. Поставить в холодильник на ночь или на 2 часа. Переложить фрукты в розетки, подавать с йогуртом, украсить мятой.

ОВСЯНЫЕ ПИКАНТЫЕ ШАРИКИ 2 порции. В одной порции – 388 ккал

- 1 стакан овсяных хлопьев, не требующих варки,
- 1/3 стакана сахара, • 2 ст. ложки какао,
- 100 г сливочного масла,
- 2 ст. ложки воды, орехи кешью или миндальные или фундук,
- 1 ч. л. меда, щепотка корицы, семена кунжута, подсолнечника.

К овсяным хлопьям добавить сахар, какао, размягченное сливочное масло, дробленые орехи, мед, корицу, семечки. Массу перемешать, сформировать шарики, обвалять в мелко нарезанных орехах и поставить на 1-1,5 часа в холодильник.

АПЕЛЬСИНОВО-ОРЕХОВЫЙ СЮРПРИЗ 4 порции. В одной порции 200 ккал.

- 200 г обезжиренного творога,
- 2 апельсина, • 1 мандарин,
- 1 ч. л. лимонного сока, тертая цедра 1 лимона, • 3 ст. л. меда,
- 1 ст. л. измельченных фисташек и фундука,
- 2 ложки миндальных хлопьев, листья мяты.

Апельсины ошпарить и обсушить, из одного апельсина отжать сок, смешать с медом, лимонным соком и тертой цедрой лимона, творогом, орехами и миндальными хлопьями. Второй апельсин очистить, нарезать мякоть маленькими кубиками, удалить пленки и косточки, смешать с творожной массой.



Физический эффект: повышает сопротивляемость организма, является дополнительным источником витаминов С, Е, А, кальция, микроэлементов. Улучшает состояние кожи, волос, ногтей, нормализует работу эндокринной и половой системы женщины. Отличная профилактика остеопороза.

Эмоциональный эффект: тонизирует и успокаивает одновременно. Дает ощущение уверенности в себе. Дарит заряд бодрости и силы. Способствует творческому подъему.

Сервировка: Выложить в прозрачные чашки, украсить листьями мяты и дольками мандарина.

ФРАНЦУЗСКИЙ ТВОРОЖОК

4 порции. В одной порции – 120 ккал

- 200 гр творога,
- 100 г плодов черноплодной рябины,
- 2 ст. л меда,
- 2 ст. л измельченного фундука, щепотка молотой гвоздики.

Смешать в блендере черноплодную рябину с творогом, медом, гвоздикой, добавить орехи, размешать и слегка охладить. Выложить фигурной формочкой на тарелку, полить сиропом из черноплодной рябины, посыпать рубленым фундуком.

ОРИГИНАЛЬНЫЙ ЗАВТРАК ГУРМАНА

4 порции. В одной порции – 265 ккал

- 4 мясистых крупных помидора,
- 2 киви, • 3 ст.л. изюма,
- 8 шт чернослива без косточек,
- 4 ст. л измельченного миндаля,
- 2 ст. л измельченного грецкого ореха,
- 2 ст. л апельсинового конфитюра,
- 100 г красного вина (кагор),
- 3 ст. л сливочного масла,
- 12 листиков мяты, сахар.

Чернослив и изюм залить вином и дать постоять 30 мин. У помидоров срезать верхушки, ложечкой вынуть мякоть, положить помидоры вверх дном, чтобы стек сок. Чернослив, изюм и мяту измельчить, тщательно размешать с апельсиновым конфитюром, миндалем, орехами и небольшим количеством вина. Наполнить помидоры этим фаршем. Термостойкую жаровню смазать сливочным маслом, выложить помидоры, посыпать тертым сливочным маслом и сахаром, поместить в хорошо разогретую духовку и запекать приблизительно 15 мин. Киви разрезать пополам, удалить середину. Запеченные помидоры украсить половинками киви, дольками апельсина, веточками мяты, мелко рубленными орешками.

КАССАТА С ТОФУ НА ПЕЧЕНЬЕ

4 порции. В одной порции – 175 ккал

- 250 г сыра тофу,
- 100 г цукатов, горсть изюма,
- 1 ст. л сахарной пудры,

- 150 г имбирного печенья, свежие фрукты, например, клубника, персики или виноград, порезанные.

Смешать тофу, цукаты, изюм и сахарную пудру. Положить смесь в подходящий контейнер и заморозить на 30 мин. Охлаждать в холодильнике до подачи на стол или отправления на пикник. Чтобы подавать, намазывайте кассату на печенье и сверху подавайте со свежими фруктами.

Печенье можно взять «Пшеничное» или «Мария», предварительно смазав его имбирным сиропом.

Кассату можно сделать заранее до подачи на стол и заморозить. Достаньте из морозилки и оставьте при комнатной температуре как минимум один час до подачи на стол.

ВИНОГРАДНЫЕ КОНВЕРТИКИ

2 порции. В одной порции – 188 ккал

- 20 шт свежих или маринованных листьев винограда,
- 200 г сыра Фета,
- 2 красных болгарских перца,
- 30 г кедровых орешков, зелень фиолетового базилика, оливковое масло, соль, перец.

Испек перцы в духовке или на гриле, положить в полиэтиленовый пакет, затем снять кожицу и очистить от семян. Свежие листья обварить кипятком или при необходимости залить кипятком на 3-5 мин. маринованные отцедить. Перцы измельчить, положить в блендер, добавить сыр, оливковое масло, соль, перец. Тщательно размешать в блендере. В каждый листик положить 10 г сырной массы, завернуть конвертиком. Конвертики выложить на блюдо, посыпать орешками и измельченной зеленью базилика.

КЛУБНИЧНЫЙ ДЕСЕРТ С ТОФУ

6 порций. В одной порции – 127 ккал

- 250 гр тофу плотного,
- 100 гр фруктозы, ванилин по вкусу,
- 200 гр целых ягод клубники и 200 гр нарезанной на ломтики (вдоль),
- 100 гр клубничного джема на фруктозе,
- овсяные или миндальные хлопья,
- масло для формы.

Прогреть духовку до 160°C. В блендере смешать тофу, фруктозу, целые ягоды и ванилин до однородности. Выложить смесь в термостойкую форму, смазанную маслом и посыпанную овся-

ными хлопьями (или миндальными листочками). Выпекать примерно 20-30 мин, остудить в форме.

Сверху рядами, по кругу, выложить клубничные ломтики по всех поверхности. В блендере сделать пюре из джема и покрыть им клубнику. Поставить в холодильник и охлаждать не менее часа перед подачей. Подать в форме. Можно взять другие ягоды или фрукты, отдавая предпочтение плодам с ярким ароматом и вкусом. Например: ежевика + измельченный шоколад в тофу, или малина, или смородина, или крыжовник + листочки свежей мяты для украшения, или мякоть апельсина (очистить от кожистых перегородок).

ЛЕГКИЙ ФРУКТОВЫЙ ТОРТ

12 порций. В одной порции – 166 ккал

- 800 г нежирной сметаны,
- 1 ст. сахара, желатин, ванилин,
- 1 апельсин, • 2 киви, • 2 банана,
- 400-500 г галетного печенья.

Заварить желатин в чашке на 40 мин., в это время взбить сметану с сахарной пудрой и ванилином. Нарезать фрукты: киви и бананы на кружочки, апельсины – на маленькие кусочки. В форму (любую, но глубокую, можно глубокую салатницу), выстилаем дно пищевой пленкой так, чтобы края пленки выходили наружу. Смешать желатин со сметаной. На дно формы выложить фигурно киви (это будет верх торта), а по бокам выложить печенье (не надо ломать), затем вылить 1/3 сметаны, выложить фрукты, измельчить на мелкие



кусочки печенья, и снова выложить фрукты. Завершить торт слоем целого печенья, т.к. это будет «дно-основа» торта, поэтому должно быть ровным. Закрывать пищевой пленкой сверху и поставить в холодильник на пару часов. Затем вынуть, открыть верхнюю пленку, приложить тарелку и перевернуть. Снять всю пленку. Сверху посыпать шоколадной стружкой.

