СОЮЗ ПРОФЕССИОНАЛОВ СПА, ОТЕЛЕЙ И WELLNESS-КУРОРТОВ

Ежемесячный информационный вестник
Союза профессионалов СПА, отелей и Wellness-курортов

№4
август 2011 г.

SPA SPACE™

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

www.soyuz-spa.com.ua

Впервые в Украине – натуральная профессиональная косметика для хаммама

ZEYTUNI®
NATURAL COSMETICS

Натуральное мыло на основе оливкового масла с добавлением кофе

Ласковая пена на основе оливкового масла с добавлением кофе способствует восстановлению эластичности кожи, препятствует ее старению, обладает противовоспалительными и фитозащитными свойствами, а так же успокаивает кожу при аллергических реакциях. Является вспомогательным средством при лечении угревой сыпи.

Тип кожи: для всех типов кожи

Натуральное мыло на основе оливкового масла с добавлением помидора

Ласковая пена на основе оливкового масла с добавлением помидора очищает и защищает кожу от вредного воздействия окружающей среды. Входящие в состав добавки помидора насыщают кожу витаминами. Является прекрасным отбеливающим средством. Улучшает и выравнивает цвет кожи, омолаживает и разглаживает морщины. Обладает противовоспалительными свойствами.

Тип кожи: для сухой, увядающей кожи

ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Летняя пора не особенно располагает к работе. Кто-то уже успел отдохнуть и душа снова просится в отпуск, а кто-то еще выбирает путешествие на «бархатный сезон». Конец лета – это момент, когда время течет неумолимо и стремительно, каждый день на «вес золота» и мы хотим успеть как можно больше: больше сберечь тепла и света, фруктов и овощей, собираем приятные впечатления и новые знакомства. Для кого-то лето – время разбрасывать камни, а кто-то летом уже «собирает урожай»! Через год нас всех ждет напряженное лето – приближается Евро-2012. Это время когда лето для каждого из нас будет трудовым и мы будем «собирать камни» и последствия той напряженной работы, которая начинается сейчас. Есть время ответить на вопросы себе и персоналу, есть время учесть опыт успешных людей и ошибки конкурентов, есть время стать лидером и удержать эти позиции, есть шанс, который стучится лишь однажды. Эпоха перемен и момент затишья – это отличная площадка для анализа и выработки успешной стратегии. Желаю всем нам сил и терпения, правильной расстановки приоритетов и средств и непременного достижения поставленных целей…

Искренне Ваша
Глава Союза Профессионалов СПА,
отелей и Wellness-курортов Украины
Тамила Рзаева
и команда экспертов Союза

«КУРОРТНАЯ ЗОНА ОСОБОГО ВНИМАНИЯ – КЛИЕНТЫ ОТДЫХАЮТ. А КАК ЖЕ СПА?»

Разгар курортного сезона, отели загружены почти на 100%, найти свободный номер невозможно, рестораны работают на пределе возможностей, менеджеры и персонал озадачены загрузкой СПА и оздоровительных комплексов. Казалось бы работа в разгаре… Но давайте рассмотрим обычный день гостя на курорте. Утренний завтрак, пляж в отеле или на берегу моря, отдых под тентом с коктейлем, заплывы в бассейне и море, теплое солнце и успокаивающий шелест волн, чистый воздух. Нам ведь так не хватает этого в душном городе. И так хочется наконец-то расслабиться.

А менеджеры СПА ломают голову над тем, как привлечь клиентов в кабинет к массажисту и косметологу. Что предложить взыскательной публике, чем удивить и все-таки выполнить план продаж во время высокого сезона.

Давайте рассмотрим причины проблем:

1. Привычки поведения на отдыхе/во время отпуска начинают формироваться еще в детском возрасте, изменяются в течение всей жизни, при этом оставляя основной стереотип поведения… «мы едем на море», «отдых на пляже», «привести с моря красивый загар», «поплавать в морской воде», «послушать шелест волн» и «полюбоваться морским горизонтом»… Сколько есть установок, знакомых с детства, без которых мы не представляем себе удачного отпуска у моря! Есть и вновь приобретенные привычки… но об этом позже…

2. Мы привыкли загорать в первой половине дня, когда солнце еще не в зените, а также чтобы вечером с красивым загаром идти на вечеринку/дискотеку… Так уж сложилась традиция – пляж в первой половине дня, а развлечения – вечером.

3. Если мы не говорим о медицинском курорте или лечебном оздоровительном санатории, то основная цель приезда гостей – отдохнуть, расслабиться, выспаться и набрать как можно больше положительных эмоций и впечатлений, полюбоваться природой и привезти домой красоту, здоровье и душевную гармонию.

Именно поэтому, какая бы ни была красивая реклама СПА, сколько бы мы не говорили об эксклюзиве – перебороть привычки детства и желание в первую очередь получить главные впечатления отдыха мы не сможем, да и не должны!

Если посмотреть на ситуацию глазами клиента, то мы сможем услышать такие мысли: «СПА никуда не денется, а погода может испортиться», «надо покупаться в море и загореть – остальное потом…», «кремы я с собой взяла, в крайнем случае, куплю здесь, а вот море и солнце – то, что я могу получить только здесь и сполна…», «в СПА столько денег надо платить, а море и солнце – бесплатно и так приятно».

У нас еще только начинает формироваться культура хорошего самочувствия и здорового отдыха, образование для клиентов у нас нет, а глянцевые журналы подают СПА – как супер-релакс процедуры для богемы. Средний класс и обыватель знают о СПА ровно столько, насколько качественный получают сервис в виде «СПА-маникюр» и фото-картинки в виде стоун-терапии…

Поэтому, для того, чтобы привить клиентам культуру здорового отдыха и создать привычку посещать СПА, чтобы гости стремились избавиться от синдрома эмоционального сгорания, депрессии, хронической усталости и эстетических проблем, не только на пляже, а также в СПА и салоне красоты, необходима стратегия привлечения клиентов, разработанный маркетинг план и продуманная рекламная компания СПА при отеле в высокий сезон.

Учитывая все вышеизложенное, приведем несколько примеров:

• Адаптация СПА к высокому сезону: пересмотреть график работы персонала, увеличить рабочий день СПА-центра до 22:00, т.о. давая возможность клиентам посещать СПА-кабинеты не только до 18:00 , но и в вечернее время, с интересной и запоминающейся программой (см.ниже).

• самое «не популярное» время в СПА – утренние часы, когда все гости идут на пляж и проводят там время до обеда или даже до 16:00. Как «продать» это время в СПА? Имеет смысл сделать максимально возможные скидки с 7:30 до 14:00 на все виды anti-age программ, эпиляцию и парикмахерские услуги.

Почему именно на эти услуги?

Именно потому, что людям старшего возраста не рекомендуется посещать пляж в пик солнечной активности, они всегда лояльно относятся к скидкам и у них есть желание вернуть/продлить молодость. Поэтому программы anti-age со скидкой в первой половине дня будут пользоваться популярностью из-за своей лояльной цены и возможностью вечером покрасоваться результатом ☺.

Эпиляция – процедура, необходимая в пляжный сезон всем женщинам, но кто-то пользуется лазерной эпиляцией, а кто-то женскими станками… Чтобы привлечь клиенток на восковую эпиляцию предложите им два мотивирующих фактора – скидка и возможность всегда выглядеть идеально на пляже и крем для тела по акционной цене. Условие одно – все привлекательные предложения действуют до 14:00!

Парикмахерские услуги на курорте – самая невостребованная процедура. Перед отъездом в отпуск мы все посещаем любимого парикмахера-стилиста, приводим в порядок прическу. Но мы забываем о защите волос от УФ-лучей, перепадов температур в банном комплексе и прохладной морской воде и бассейне… Парикмахер-стилист должен предложить экспресс-уход для защиты волос от УФ-лучей и воды, экспресс-программы восстановления поврежденных волос… Если еще будут предложены скидки на утреннее посещение – загрузка гарантирована.

Не стоит забывать и о бонусах. Мы все любим подарки, сюрпризы, особенно если они полезны и могут пригодиться во время отпуска. Например, при раннем/утреннем посещении косметолога или массажиста – флакон термальной воды или солнцезащитный крем в подарок!

Теперь о комфорте… Мы приезжаем в дорогой отель, на курорт, рассчитывая получить адекватный сервис, комфортабельный номер и учет своих пожеланий. Именно за это мы готовы платить деньги. А как можно лежать в закрытом кабинете, без свежего воздуха (из-за которого мы приехали к морю), когда на пляже солнышко, волны, море, друзья…?

Давайте вспомним положительный опыт зарубежных СПА. Учитывая пожелания клиентов отдыхать возле моря, любоваться горизонтом и волнами, на пляже устанавливают тенты и шатры для массажных процедур. Пожалуйста, не путайте с советскими кушетками и зонтиками, которых полно на бюджетных и общественных пляжах. Прежде всего – комфорт, сервис и чистота, достойный внешний вид специалиста!!!

Поэтому тент должен быть уютным, с возможностью закрыть занавески с трех сторон, оставляя открытой одну сторону, чтобы клиент мог видеть море и горизонт. Переносная кушетка должна быть не просто устойчива, но и оформлена по всем правилам СПА, тумбочка для косметики, полотенца, простыни – все должно быть идеально чистым.

График работы «СПА у моря» с 7:00 до 14:00. Все виды массажей, ароматерапев-

тические процедуры, солнцезащитные процедуры и программы коррекции фигуры могут быть перенесены на пляж. Еще один положительный момент высокого сервиса СПА на пляже: наблюдая положительные эмоции клиента, другие гости также хотят получить максимум удовольствия и сервиса на пляже, видимый эстетический и эмоциональный результат – лучшая реклама для всех гостей одновременно. Главное – не забыть о том, что такой сервис должен напоминать заграничный курорт, а не советский пляж при поликлинике.

Выше мы говорили о вновь приобретенных привычках... Именно зарубежные СПА курорты дали первый ассоциативный ряд нашим клиентам о том ,что такое высокий сервис на пляже... Уютные бары и шезлонги, чистые полотенца, отлично оборудованные шатры для массажа, приветливый обслуживающий персонал...

А что же будем делать в СПА-кабинетах? Кто туда прийдет?

Утренние процедуры со скидкой должны смениться вечерней программой.

Приезжая за рубеж мы стараемся не только привезти сувениры и посетить экскурсии, мы едем за впечатлениями и воспоминаниями. Пробуем новую кухню, покупаем местную одежду, сувениры и путеводители, делаем сотни и тысячи фотографий. Каждая страна и путешествие ассоциируются с историей, мифами, легендами, а также привычками народа и обычаями. Все знают, что посещая страну надо в обязательном порядке посетить определенные достопримечательности и попробовать местный колорит и этнос... В Италии термы, Колизей, Ла Скала, паста, пицца и модные бренды, во Франции косметика и духи, французская кухня, мода, замки, Париж... В Турции – слава, экскурсии по старинным местам, шопинг, обязательное посещение хаммама.

А в Украине??? Что мы можем предложить гостям в качестве новых впечатлений? Посещение русской бани с банным ритуалом, крымская и западно-украинская винотерапия, процедуры с украинской косметикой, украинская кухня, одежа в национальном стиле, украинские сувениры...

Да, и это тоже конечно! Оставим для клиентов на вечернюю программу СПА все эксклюзивные и авторские программы, аппаратные и дорогостоящие методики, уникальные косметические процедуры в этно-стиле... Роскошные наборы косметики и подарки – сувениры! Крымская косметика класса Люкс, карпатские сувениры, одесские сувениры и ювелирные изделия... да мало ли что еще готовы увезти наши клиенты в качестве сувениров и подарков на память.

И не стоит забывать о такой банальной возможности, как включение в стоимость номера высокорентабельных процедур, такой себе комплимент для гостей от отеля... Это могут быть классические СПА-массажи, гидро-процедуры, укладка волос и массаж головы... Такая практика гарантировано приведет гостей в СПА и даст прибыль уже при заселении номера. Незначительное удорожание стоимости номера окупится лояльным клиентом в СПА.

Что же сделать, чтобы все гости знали о том, что мы сделали для их комфорта и удобства?

Конечно же, это целый ряд рекламных программ, как на этапе приобретения тура, так и непосредственно на территории отеля:

- буклет СПА для распространения через турагентства
- подробная и красочная программа на веб-сайте
- достойный СПА-каталог в каждом номере отеля и на стойке ресепшн
- рекламный видеоряд на территории отеля и по ТВ-каналу отеля
- розыгрыш сюрпризов в СПА (не реже 1 раза в неделю)
- дополнительная информация о СПА в рекламных блоках отеля в изданиях и интернете.

Рекламируя СПА-центр и процедуры, не стоит забывать, что фото должны быть не из интернета и не пустых кабинетов. Рассматривая фото кабинета, клиент всегда ассоциирует свои ощущения с ощущениями клиента на фото. Желание оказаться на месте клиента – первый шаг к приобретению услуги.

Тамила Рзаева,
глава Союза Профессионалов СПА,
отелей и Wellness-курортов Украины

«СПА В УКРАИНЕ И ЗА РУБЕЖОМ»

ВНИМАНИЕ! Готовится к выпуску **ежегодный рекламный каталог «SPA в Украине и за рубежом» 2011/2012 (формат А4, 40 полноцветных глянцевых страниц)**, выход из печати – 15 сентября 2011 года. Каталог предназначен как для любителей СПА и туристов, так и для профессионалов SPA и туристической индустрии. Все рекламодатели размещаются на сайтах ***www.atur.com.ua*** и ***www.spa.net.ua*** в разделе «СПА» и в других рубриках с 15 сентября 2011 по 15 сентября 2012 года.

Особенности сайтов:

1. Сайт ***spa.net.ua*** по запросам «СПА салоны, СПА-центры, СПА-отели», «СПА-косметика», «СПА туры» находится на 1-й странице во всех ведущих поисковиках (2-6 места).

2. Раздел СПА на портале ***atur.com.ua*** – это третий раздел самого главного рубрикатора, расположен вверху справа на самом видном месте. По запросу **«СПА-туры в Украине»** находится на первой странице поисковиков. На портале вы сможете отрекламировать не только СПА направление, но и все виды деятельности вашего предприятия.

Разделы каталога и рекламодатели:

1. СПА в Украине: SPA-отели, санатории со SPA, SPA-туры в Украине, SPA-центры и салоны.
2. СПА-туры по Украине и за рубеж: предложения украинских турфирм.
3. СПА-оборудование, материалы и косметика; проектирование и строительство СПА, бани, сауны, бассейны, СПА-технологии.
4. СПА-выставки и другие мероприятия, имеющие отношение к СПА, СПА-обучение.

Цены с НДС на размещение в проекте (каталог плюс сайты *www.atur.com.ua* и *www.spa.net.ua*):
1 страница – **2750 грн.**, 1/2 страницы – **1750 грн.**, 1/4 страницы – **1100 грн.**

Действует система скидок.

Подробную информацию запрашивайте по e-mail: ***atur9@ukr.net***
Тел. для справок, моб.: **(044) 233-20-28**, **(063) 233-20-28**, **(068) 201-37-99**

ОБЪЯСНЕНИЕ В ЛЮБВИ, ПОДЛИННАЯ ИСТОРИЯ ПОЧИТАНИЯ ЯПОНСКОЙ КРАСОТЫ

«Безумно влюбившись в Японию, японских женщин и самую красивую из них, я захотел отдать должное ее красоте и создать новую косметическую линию: EviDenS de Beaute в переводе на русский язык, означает «Очевидность Красоты»».
Шарль Эдуард Барт

Наблюдение за японскими женщинами, их жестами и раскрывая их секреты, Шарль Эдуард впитал в себя их обычаи, постепенно отточив свое знание и понимание женских желаний, еще неудовлетворенных в вопросах сохранения и совершенствования красоты.

Философия этого творения соприкасается с философией «от кутюр»: благодаря соединению двух миров Японии и Франции, двух стран с их собственным отношением к качеству, высокой техничности Японии и изысканного наслаждения Франции.

«Красота моей супруги вдохновила меня, и я взял лучшее из искусства японской косметики. Чувство шика и обольщения я позаимствовал у французской изысканности».

По мнению многих специалистов, линия EviDenS de Beaute представляет идеальное слияние Востока и Запада, сознательно улучшенную концепцию, противопоставленную эфемерным диктатам тенденций. Ученные, создавая формулу для EviDenS de Beaute, сосредоточились на главном: секрете ценных ингредиентов, получении наслаждения от ласкающих текстур, чувственных ароматов, красоты предмета, удовольствия от обладания им и, особенно от «очевидности» результата.

Комплекс Qal®

Эксклюзивный комплекс против старения, сочетающий эффективность и мягкость.

Новое, считающееся ранее невозможным сочетание 4 самых эффективных ингредиентов.

Таким образом, Комплекс Qal® обладает удивительными **реструктурирующими, регенерирующими, увлажняющими и активирующими сияние кожи эффектами**, а также, что особенно важно, является удивительно мягким средством для чувствительного эпидермиса. Обогащенный натуральными активными компонентами, действующими в синергии, этот ценный Комплекс Qal присутствует в каждой из формул косметической линии. Включенный в адаптированные, но всегда сильно дозированные концентрации, позволяющие достигнуть реальных результатов, он превращает каждый продукт в эффективное средство против старения, настоящий концентрат энергии.

Реструктизация кожи обеспечивается благодаря Тройному коллагену, о безпрецендентном свойстве которого мы говорили в нашем предыдущем номере. Но давайте вспомним основные свойства: его особенность - исключительная эффективность: три коллагена разного размера для целенаправленного воздействия на три слоя кожи.

Микроколлаген: Это очень мягкий и прозрачный коллаген. Микроколлаген способен проникать глубоко в дерму, усиливая фибропласты так, что они сами начинают производить коллаген.

Средний коллаген: Это коллаген, который «улавливает» и сохраняет воду для оптимального увлажнения.

Макроколлаген: Он обеспечивает наилучшее увлажнение верхних слоёв кожи. Таким образом, кожа увлажняется и глубоко внутри, и на поверхности, что повышает её устойчивость к внешним негативным воздействиям и защищает от трансэпидермальной потери воды. Благодаря большим объемам молекул этого коллагена, создается эффект «обертывания» кожи защитной пленкой.

Регенерация благодаря уникальному Ко-Энзиму Q10 или Витамину PP.

Этот кофермент известен как CoQ10 или убихинон, коэнзим Q10 – это важнейший элемент синтеза биохимических носителей энергии – эффективный геропротектор (защита от старения). Постоянное присутствие этого природного вещества в клетках нашего организма жизнено необходимо. Он дает энергию нашим клеткам, благодаря своему антиоксидантному действию, и защищает их от разрушительного воздействия свободных радикалов. Активный и сверхмощный антиоксидант в борьбе со свободными радикалами. Один из самых эффективных стимуляторов выработки клеточной энергии последнего поколения.

Увлажнение благодаря исключительно большому количеству и концентрации Аминокислот.

Являясь основными составляющими протеинов, они, как никакой другой активный ингредиент, содействующий клеточной регенерации, активно стимулируют кожу, заметно увеличивают степень увлажнения кожи и улучшают ее способность поддерживать эту степень увлажнения на оптимальном уровне.

Активирование сияния кожи благодаря Morus Alba, экстракту корня тутового дерева.

Этот ценный ингредиент считается, в традиционной азиатской рецептуре, лучшим средством для осветления цвета кожи: благодаря насыщенности флавоноидами и антиоксидантами он обладает мощным действием, замедляющим тирозиназ. Обладающий множеством характеристик, он также выравнивает тон лица, что является основным условием канонов японской красоты, а также уменьшает пигментные пятна и предотвращает их образование.

В результате действия уникального коктейля является восстановленная жизнеспособность кожи, повышается плотность коллагеновых волокон, клетки «пробуждаются» и наполняются кислородом, морщины разглаживаются, востанакливается упругость и сияние кожи. Потрясающий эффект, о котором вы мечтали!

Эксклюзивный представитель бренда EviDenS de Beaute в Украине
ТОВ «КАСТОМ ХАУЗ»
Тел.: 044 279-64-15
E-mail: info@customhouse.com.ua

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ИНТЕРЕСОВ КОМПАНИЙ РАБОТАЮЩИХ В СФЕРЕ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ (I ЧАСТЬ)

В наше время защита прав потребителей является одним из самых ключевых моментов в сфере услуг и не только.

Ни одна компания, работающая в сфере услуг, не может нарушать требования действующего законодательства в сфере защиты прав потребителей, так как это чревато крайне негативными последствиями для компании.

При этом, одним из самых эффективных факторов, который значительно повышает качество предоставляемых услуг, является знание клиентами своих прав как потребителей.

Возможно, предыдущий абзац звучит странно, но мысль изложенную в нем подкрепляет тот факт, что знание клиентами своих прав и, как следствие, требование неукоснительного их соблюдения компаниями предоставляющими услуги, значительно повышает качество предоставляемых услуг последними.

Как мы видим, знание, и соблюдение прав потребителей услуг значительной мерой влияет на состояние дел в индустрии у слуг, к которой относится также и индустрия красоты.

Основным нормативным актом, регулирующем объем прав и обязанностей сторон в сфере услуг (и не только) является Закон «О защите прав потребителей», далее по тексту – «Закон».

Учитывая вышеизложенное, мы считаем необходимым прояснить некоторые моменты Закона «О защите прав потребителей» с целью повышения уровня правовой культуры, как потребителей услуг, так и сотрудников компаний предоставляющих услуги.

Предметом данной статьи, в большей мере, являются договорные правоотношения между компанией и клиентом в индустрии красоты. Хотя, информация изложенная в статье применима для любых правоотношений в которых задействован потребитель и компания предоставляющая ему услуги, либо реализующая определенный товар.

При заключении договора на постоянное, в течении определенного срока или без него, посещение салона красоты или SPA центра, сторонам стоит определить формат предоставления услуг.

Первое и главное правило, которого необходимо придерживаться при заключении любого договора, а особенно договора между компанией и клиентом-физлицом – это равность сторон договора.

Ни при каких обстоятельствах не является допустимым подписание договора, который ухудшает положение клиента. Дисбаланс недопустим. Это называется – принцип равности сторон.

Если нарушить принцип равности сторон, договор рискует стать никчемным. Как следствие – такой договор не породит никаких прав и обязанностей для сторон, кроме тех, что вызваны его никчемностью.

Стоит обратить внимание на то, что любые условия договора, которые ограничивают права клиента, предусмотренные законодательно, считаются недействительными (ст. 18 Закона). Таковыми, то есть недействительными, они останутся, даже если были ограничены права компании в соответствующем объеме.

При заключении договора компаниям стоит обратить пристальное внимание на гарантийные сроки касательно результатов предоставленных услуг. В противном случае компания рискует попасть в крайне неприятную ситуацию, так как Законом установлено, что в случае отсутствия урегулирования гарантийных сроков, претензии по качеству могут предъявляться в течении двух лет с момента предоставления услуги. Понятно, что это не совсем адекватно, и в судебном порядке вполне возможно доказать свою правоту, но нам же не нужно все сводить к судебным разбирательствам?

Так, например, стороны могут заключить договор на предоставление определенного комплекса услуг в конкретных временных рамках.

При таком варианте стоит помнить, что в случае, если компания будет существенно нарушать график предоставления услуг, клиент, в соответствии со ст. 10 Закона, имеет право отказаться от такого договора.

Стоит также помнить, что в случае несвоевременного исполнения компанией обязательств, клиент имеет право требовать с такой компании неустойку в размере 3% от общей стоимости заказанных услуг.

При этом, если клиентом было оплачено стоимость услуг наперед, компания обязана вернуть ему всю сумму такой предоплаты. Исключение составляет лишь случай, когда Компанией было оказано 70 и более процентов обусловленных услуг. В таком случае возмещению подлежит лишь стоимость непредоставленных услуг.

Выплата любых неустоек не освобождает компанию от выполнения взятых на себя обязательств.

Стоит помнить, что если в процессе предоставления услуг, клиентом будет определено, что компания предоставляет обусловленные услуги в таком качестве, что они являются неудовлетворительными, он имеет право разорвать договор в любой момент и требовать возмещения убытков, либо требовать устранить недостатки в результатах таких услуг на бесплатной основе, либо и вовсе – обратиться к третьим лицам для устранения таких недостатков. При этом, все расходы, которые может понести клиент перед такими третьими лицами, несет компания, которая предоставила услуги ненадлежащего качества.

Также клиент имеет право требовать соответственного уменьшения стоимости услуг ненадлежащего качества.

Вышеперечисленные права потребителя являются опциональными и, как правило, допускается одновременная реализация одного права, но могут быть и исключения.

Также важно отметить, что в случае предоставления услуг с использованием материалов клиента, в случае предоставления некачественной услуги, клиент имеет право требовать предоставления качественной услуги с использованием материалов компании, либо же разорвать договор и требовать возмещения убытков. При этом, убытками будет считаться, в том числе, стоимость использованного материала клиента.

Поэтому,компаниям стоит очень осторожно относиться к просьбам клиентов касательно предоставления услуг с использованием материалов клиента.

Компаниям необходимо помнить о том, что увеличение стоимости услуг, либо включение в перечень заказанных услуг новых, необусловленных договором, услуг возможно лишь при наличии однозначного одобрения клиентом таких изменений. В противном случае, для клиента не возникает обязанность по оплате таких услуг (ч. 2 п. 11 ст. 10 Закона).

Акцентируем внимание на том, что любые дополнительные соглашения, заключенные сторонами в рамках договора, должны быть совершены в той форме, что и основная сделка. То есть, при наличии письменного договора, любые изменения и/или детализация его условий должны быть изложены в письменной форме.

Компаниям важно помнить тот немаловажный факт, что в случае, если они не могут предоставить качественную услугу, которая полностью удовлетворит требованиям клиента, они обязаны уведомить об этом клиента. Таково предписание Закона и ему необходимо неукоснительно следовать.

С общими вопросами, касающимися прав потребителей, мы закончили. Давайте теперь остановимся на таком всеми любимом термине, как «Скидка» или «Сниженная цена».

Слово «Скидка» действует как магнит на большинство потенциальных клиентов, но кроме того, аналогичными свойствами оно обладает и для компаний предоставляющих услуги.

Скидки – это действительно отличный способ привлечения клиентов, особенно для именитых компаний. Кто же откажется получить качественную услугу от именитой компании, по цене не существенно превышающую среднерыночную, а в некоторых случаях даже ниже среднерыночной.

Правильно – никто не станет отказываться, ну или почти никто.

Это отлично понимает и ТОР-менеджмент компаний предоставляющих услуги.

Но иногда происходит так, что скидку на самом деле не предоставляют, и сама кампания по предоставлению скидок – не более чем фарс под режиссурой грамотного менеджмента определенной компании – это в лучшем случае.

Акцентируем внимание как компаний работающих в индустрии красоты, так и потенциальных клиентов таких компаний на том факте, что в соответствии с п. 4 ст. 15 Закона – употребление понятий «Скидка» или «Сниженная цена» (во всех вариантах и оборотах) возможно только в случае существования следующих обстоятельств:

1. Если такие термины употребляются по отношению к услугам, которые реализует непосредственно та компания, которая декларирует факт наличия скидок.

2. Если такого рода скидка предоставляется на протяжении определенного и ограниченного периода времени.

3. Если цена на услуги является реально ниже, нежели в любое другое время.

Важно помнить, что после официального объявления о начале действия скидок, до конечного потребителя должна доводиться информация об обычных ценах на такой вид услуг. То есть, клиент должен знать как обычную цену, так и цену с учетом скидки.

В случае, если кампания по предоставлению скидок не была реальной, а имела целью лишь привлечение клиентуры – возможно наступление негативных последствий для такой компании в виде оттока вновь обретенных клиентов, массовые прекращения договоров, а также, возможен вариант при котором компанию ожидает большое количество исков с требованием возмещения убытков.

Компаниям стоит помнить, что при продвижении своих услуг стоит крайне осторожно относиться к использованию формулировок вроде: «Вы просто не можете жить без этого…». Конечно, определенный сегмент рынка можно захватить подобными рекламными ходами, но такая тактика весьма чревата, ибо может повлечь за собой волну исков от тех, кто, как оказалось, вполне себе может «жить без этого». При этом, законодатель, фактически, закрепил презумпцию виновности за компаниями рекламирующими такие услуги. Так, в п. 9 ст. 15 Закона установлено, что при рассмотрении требований потребителя о возмещении вреда и материальных потерь, вызванных недобросовестной рекламой (вышеописанный случай – классический пример недобросовестной рекламы), необходимо исходить из той позиции, что потребитель не имеет специальных знаний. Следовательно, компания воспользовалась его доверчивостью, а с такой позицией довольно сложно выиграть любое дело.

Закончим со скидками и рекламой. У нас остался весьма и весьма занятный кусочек нашего материала, а именно: ответственность компании предоставляющей услуги, условия при которых исключается такая ответственность и связанные с этим вопросы.

И так, приступим.

Ст. 16 Закона устанавливает, что вред нанесенный компанией клиенту возмещается в полной мере, если законом не устанавливается более высокой меры ответственности.

Как мы видим – возмещать придется все, а зачастую даже больше.

Но не стоит отчаиваться и возмещать необоснованные «убытки» клиентов, так как они должны быть доказаны самим клиентом.

Для того, чтобы у пострадавшего клиента возникло право требования возмещения убытков, он должен доказать:

1. Факт наличия вреда.

2. Факт некачественности предоставленных ему услуг.

3. Наличие причинно-следственной связи между некачественностью полученной услуги и наличием вреда.

В тоже самое время, компания, предоставившая спорные услуги освобождается от ответственности, если докажет, что:

1. Вред стал результатом действий самого клиента. Например, невыполнение определенных предписаний специалиста касательно недопустимости определенных действий после выполнения процедур.

2. Компания, собственно, не предоставляла никаких услуг данному субъекту.

3. Такой вред стал следствием строгого соблюдения компанией требований законодательства и/или предписаний органов власти обязательных для нее (такое бывает).

Пожалуй, закончим с ответственностью компаний предоставляющих услуги.

Мы не затрагиваем ответственность компаний перед государством – этот момент не является темой данной статьи и достоин отдельной публикации. Интересующиеся могут ознакомиться с основными положениями об ответственности компании перед государством за нарушение законодательства в сфере защиты прав потребителей в Законе, а именно в ст. 23.

Наша статья практически завершена, осталось лишь рассмотреть некоторые моменты, которые важны сами по себе и поэтому мы их оставили напоследок.

И так.

Компаниям, предоставляющим услуги в индустрии красоты важно помнить, что ни при каких обстоятельствах нельзя использовать просроченную продукцию, или продукцию не прошедшую сертификацию, так как такая продукция может нанести непоправимый вред здоровью клиентов, что чревато серьезными последствиями вплоть до закрытия компании и уголовной ответственности отдельных должностных лиц компании.

К сведенью клиента необходимо доводить информацию об используемой продукции. Какая именно информация должна быть доведена, можно узнать в ст. 15 Закона.

Лишний раз напоминаем, что стороны договора освобождаются от ответственности за нарушение условий договора в случае, если такое нарушение стало следствием действия форс-мажорных обстоятельств.

Клиентам напоминаем, что любые претензии по качеству оказанных услуг принимаются компаниями в течении 3 дней с момента выявления такого несоответствия качества.

Не стоит забывать о том, что фактом предоставления определенной услуги является расчетный документ, особенно, если между сторонами подписан договор.

В данной статье мы нарочито не затрагивали вопросы, связанные с безопасностью клиента и персонала компании. Наша позиция по данному вопросу обусловлена тем, что в каждой компании работающей в сфере услуг, должны быть разработаны положения о внутренней безопасности и этике поведения с клиентами.

Кроме того, учитывая огромное количество возможных ситуаций, при которых может возникать опасность для жизни и здоровья клиентов и персонала, мы не охватили бы даже основные из них в рамках данной статьи.

Напоследок хочется сказать, что очень важным моментом является взаимное уважение прав и обязанностей договорных сторон. Если клиенты не будут злоупотреблять своими правами, а компании в своей работе будут неукоснительно следовать букве закона, то ситуаций, при которых возможны какие-либо угрозы для здоровья, жизни и репутации, сведутся на нет. То есть, вопрос решится сам собой.

Отстаивайте свои права как потребители, не нарушайте нормы законодательства в области защиты прав потребителей, как компания, и вы достигните необходимого уровня качества предоставляемых услуг.

Продолжение следует…

Александр Головань,
юрист, 2011 год.
Alexander@online.ua

МАССАЖНЫЕ СПА-ТЕХНОЛОГИИ В САЛОНЕ КРАСОТЫ

Поиск оригинальных способов привлечения клиента делают СПА и СПА-массаж в частности очень привлекательными для инвестирования. Тем более, что популярность СПА растет, однако разнообразие массажных методик порождает муки выбора. Вложения средств в премудрые заморские диковинки не всегда оправдываются на деле. Оценить адекватность и востребованность массажных СПА-технологий помогут необходимые знания как в области медицины и косметологии, так и маркетинга и менеджмента салонного бизнеса.

Олег Катюхин, бизнес-консультант, СПА-эксперт
Маркетинг-директор «Лаборатории натуральных технологий», СПА-консультант инвестиционно-девелоперской фирмы «Koral Ltd», г. Прага, Чехия. CEO и консультант по профессиональным косметическим технологиям ТМ «SPANI» (Украина-Ирландия).

Массаж в салоне красоты сейчас на распутье: с одной стороны, это медицинская процедура, так как зачастую выполняемая массажистом-медиком, переквалифицировавшимся на более «хлебное» косметическое жниво. С соответствующей нашей медицине «заботой» об ощущениях и удовольствии пациента: главное – результат! В одном известном спа-центре в Трускавце массажист на просьбу «полегче, а то уже больно» заявляет: «терпи – казаком будешь!», а еще «Иисус терпел – и нам велел». Вот так и терпим. С другой – пришла мода на спа и теперь каждый мануал мнит себя спа-мастером, выкладывая (или вымогая с руководства) кругленькие суммы на обучение. Какой результат? Только как исключение можно от таких мастеров услышать что-то внятное. Зачем оно и почему – не понятно. А чего стоит тайский массаж, когда для затравки клиентов (инвесторов) привозится настоящая тайка, а потом на ее месте в поте лица вдруг оказывается вьетнамка с близлежащего рынка.

Итак, освоение СПА-массажа.

Цель: развитие и разнообразие услуг салона с перспективой получения дополнительной прибыли. Обучили, время идет, и вдруг оказывается, что желаемых новых клиентов и прибыль они не приносят.

Возможности: вполне определимы, но только не размером платы за обучение и амбициями массажиста, а потребностями и возможностями реальных, и в первую очередь – постоянных клиентов вашего салона.

Место: не Бали, и не Таити, а ваш салон, его потребители и их потребности.

Клиенты: помните, что новых клиентов найти сложно – важнее удержать и расширить потребление старых.

Основная идея: СПА. Преимуществом СПА-массажа помимо эффективности является «раскрученность», широкая реклама СПА. Таким образом, салон, который заявил о наличии СПА в прейскуранте, уже само собой выходит на новый уровень престижа.

Методики. Массаж стал традиционной антицеллюлитной процедурой. Долгое время преобладало мнение, что массаж должен быть глубоким и интенсивным. Экзекуция, которой подвергают доверчивых клиенток крепкие руки массажиста, оправдывается тем, что «за все надо платить» и что «чем больнее, тем результативнее». На самом деле оказывается, что самый жесткий массаж малоэффективен, объем клетчатки восстанавливается достаточно быстро. А мелкие кровоизлияния и лимфостазы в тканях через пару месяцев переводят целлюлит из первой-второй стадии сразу в четвертую. На самом деле важным является усиление лимфотока, а такой эффект могут дать самые мягкие скользящие, поглаживающие а самое главное – приятные движения. Кстати, покатывание бамбуком или предплечьями рук преследует именно этот результат. СПА-массаж мягкий, безболезненный и эффективный. Особенно если он выполняется с минерально-ароматическими СПА-препаратами, с обертываниями, и в комплексе других антицеллюлитных СПА-программ, которые потенцируют лимфоток, дренаж, микроциркуляцию и термолиполиз. А массаж нужен что бы поскорее вывести токсины и продукты расщепления жиров.

Антистрессовый массаж – частая услуга в салоне красоты. Стоит отметить, что сам по себе массаж – отличная процедура для уставших ног или спины, для расслабления и удовольствия, а применение оригинальных СПА-препаратов значительно ускоряет эффект и даже облегчает труд массажиста. Совместите релаксационное обертывание с мягким скользящим массажем и возможно, к вам будут заглядывать бизнес-клиенты, желающие похрапеть и расслабиться среди напряженного рабочего дня.

Реабилитационный массаж – вот с чего надо начинать общение с мужской аудиторией. Водительская спина, старые травмы – если вы предложите решение этих проблем, сможете называться санаторием у дома. И массажист – первое лицо в этом вопросе. Но одним массажем спину не вылечишь – необходимы лечебные препараты – к примеру, программа «Минеральный тоник» SPANI, которая кстати, имеет и лечебные, и антистрессовые релакс-эффекты. Она проста в применение и прекрасно сочетается с восстановительным массажем в исполнении даже начинающим массажистом, так как имеет мощное свое собственное действие.

Массаж лица и декольте, как традиционная и самая популярная косметическая услуга, с привнесением элементов СПА так же расширил свои возможности. Если обычный массаж, кроме пользы, может еще и излишне растянуть кожу, то СПА-препараты не позволят этого сделать, и способны

потенцировать антивозрастные и лифтинг-эффекты любого массажа.

Итак, что мы имеем на практике?

Администраторы и сами мастера мало компетентны в представлении СПА. Спросите: «Что такое СПА?» СПА преподносится, как не понятно что и для чего. Приятно, что во многих салонах, в том числе и ВИП-уровня, стремятся использовать не только дорогостоящие французские и испанские СПА-технологии, но и вполне доступные, как SPANI. СПА стало популярно, но изобилие массажных методик делает их выбор невыносимым.

Какие выводы?

1. Все упирается в кадры. Даже лучшая технология выглядит убого на фоне бездумного использования мастером, не способным внятно презентовать методику своим клиентам.

2. Высшая ценность для салона – это не технологии и не массажисты, а клиенты. Они приносят деньги. Сначала думайте о них. Кстати, привлечение мужского пола стоит начать с предложения реабилитационного и антистрессового СПА-массажа.

3. Необходимо четко позиционировать предназначение каждой из имеющихся методик, не навязывая клиенту муки выбора. В медицине это называется «показания»: один массаж для начальных стадий целлюлита, другой – для поздних, третий – для снятия усталости и антистресса, четвертый – для позвоночника и т.д. И все они в первую очередь для удовольствия и релакса клиента.

4. СПА-массаж – только инструмент в оркестре вашего салона. Не старайтесь выделить его в отдельную партию. Могут не понять. Особенно, если это экзотика. Массаж должен быть в комплексе антицеллюлитных, антивозрастных, восстановительных и пр. программ – тогда клиенту понятно его назначение и ценность.

5. Со всеми традиционными услугами старайтесь использовать СПА-препараты. Это усилит эффективность, повысит престиж салона и каждого мастера. Ведь с использованием обертываний массажист превращается в «мастера по телу», фактически в косметолога.

6. Обучение работе с обертываниями стоит гораздо дешевле обучения спа-массажу, к тому же многие поставщики спа-линий при закупке обучают мастеров за символическую плату. Такие затраты окупаются очень быстро.

7. Перед тем, как вкладывать деньги в заморскую методику, хорошо обсчитайте вероятный финансовый результат. Имейте в своем распоряжении несколько СПА-линий на разный кошелек и претензии. Более доступные технологии привлекут новых клиентов.

8. СПА-меню – это не только перечень услуг, это возможность выбора схожих программ по разным ценам – как вино в ресторане. Тогда каждый клиент – ваш!

9. СПА – это в первую очередь удовольствие, эффективность и результат. Удовольствие – клиенту, эффективность для клиента, прибыль для вас – результат.

ZEYTUNI®
NATURAL COSMETICS

С давних времен наши предки в быту применяли только натуральные продукты. Со временем в нашу жизнь вошло очень много искусственных добавок. Влияние моды не обошло и сектор косметической продукции, где стали активно использоваться химические вещества, силикон и гормоны. Осознав это, мы начали отдавать все большее предпочтение натуральным, экологически чистым продуктам.

Одним из лучших натуральных продуктов является оливковое масло. Благодаря содержанию витамина Е и антиоксидантов, оно действительно препятствует увяданию клеток, что особенно важно для желающих продлить свою молодость и надолго сохранить красоту. Это и неудивительно, ведь оливковое масло:

- Содержит витамины А, D, Е, микроэлементы, минералы и незаменимые жирные кислоты;
- Защищает от неблагоприятных внешних воздействий;
- Обладает прекрасными смягчающими и увлажняющими свойствами;
- Разглаживает кожу и снимает раздражение;
- Способствует заживлению мелких повреждений кожи, в том числе и солнечных ожогов
- Является мощным антиоксидантом, что делает его незаменимым в борьбе против преждевременных признаков старения.

Издавна, в хаммаме по традиции применяли натуральные высококачественные продукты и косметику натурального происхождения. В хаммамах для знатных особ первым требованием к косметике и процедурам была безопасность и эффективность! От внешности знатных дам, сохранения их молодости и привлекательности зависела их судьба и благосостояние. Поэтому особенно требовательные и богатые дамы использовали только ту продукцию, которая была проверена лучшими специалистами и давала устойчивый результат. **Продукция «ZEYTUNI» зарекомендовала себя как ведущий оператор косметического рынка для использования в турецкой бане.** Используется 100% оливковое масло, полученное при первом холодном отжиме. Оливы выращены на побережье Эгейского моря и вся продукция производится на современном заводе в ZEYTUNI в Турции. Особая рецептура оливкового мыла с добавлением натуральных добавок, без использования консервантов и синтетических эмульгаторов позволяет получить в результате первой процедуры нежную, шелковистую, увлажненную кожу.

Ukrainian SPA & Wellness Professional

Організатори:

СОЮЗ ПРОФЕССИОНАЛОВ СПА, ОТЕЛЕЙ И WELLNESS-КУРОРТОВ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР «ТОП»

TES-hotel Resort & Spa

Медіа-партнери: sensa, ОТЕЛЬЕР & РЕСТОРАТОР, Гостиничный бизнес, КОСМЕТОЛОГ, женский журнал CAPRICE, SPA, BARR

Інформація: тел.: +38 067 656 76 04 +38 098 270 49 18, +38 044 209 27 19

СПА Ассамблея

3-4 грудня 2011р в конференц-залі TES-hotel Resort & SPA м. Євпаторія, відбудеться III Міжнародня СПА-Асамблея.

Провідна освітня і методична подія в Spa & Wellness - індустрії України, мета якої - створення норм і правил соціально - культурного і професійного життя в Spa & Wellness.

СПА-ПИТАНИЕ И НУТРИЦИОЛОГИЯ

Владимир Абдуллаевич Дадали, зав. кафедрой биохимии Санкт-Петербургской ГМА им. И.И. Мечникова, д.х.н., профессор, действ. Член Балтийской Академии, член Международной Ассоциации микронутрициологии США, член Научного совета по питанию Института питания АМН, почетный председатель научного Общества натуральной медицины, преподаватель курсов повышения квалификации для врачей и нутрициологов при Московской Мед.Академии им. Сеченогва

Питание, как известно, является основой жизни, и от его качества в значительной степени зависит здоровье и качество самой жизни. В основу рационального питания положен принцип сбалансированности потребляемой пищи, благодаря чему обеспечивается оптимальная потребность организма в пищевых и биологически активных веществах, способны проявлять в организм максимум своего полезного действия. Сбалансированное Питание предусматривает наилучшие количественные и качественные взаимосвязи основных пищевых веществ: белков, углеводов, жиров, витаминов, минеральных веществ и более двух десятков классов других биологически активных веществ, которые должны присутствовать в пище.

Особое значение, по мнению основоположника современных принципов рационального питания академика А.А. Покровского (1964), имеет сбалансированность эссенциальных (т.е. незаменимых) пищевых веществ: незаменимых аминокислот, жирных кислот, взаимосвязи витаминов и минералов между собой и другими компонентами пищи, а также связь и влияние других биологически активных веществ на проявление биологических свойств. Древняя народная медицина давно и с немалым успехом использовала оздоравливающие свойства пищевых веществ растительного, минерального и животного происхождения. Великий врач древности Гиппократ ещё более 2500 лет назад произнёс пророческие слова: **«Пусть ваша пища будет вашим лекарством, а вашими лекарствами станет пища»**.

При этом известно, каких значительных успехов достигал в лечении о лечебном значении лекарственной пищи. Что касается древних трактатов традиционной китайской медицины, то едва ли не основное место в них отводится лечебному действию различных пищевых веществ растительного, животного и минерального происхождения. А ведь это тысячелетний опыт цивилизованного человечества.

Если еще дальше углубиться в древние времена, измеряемые десятками тысяч лет, то оказывается, что лекарствами для первобытного человека служили те же природные вещества и продукты, которые он употреблял в пищу: растения, их корни, листья, стебли и различные органы и ткани животных, а также минералы. К счастью, древние секреты лечебного и оздоровительного действия природных веществ растительной и животной пищи стали достоянием современной цивилизации и сохранились до сих пор (нередко в первозданном виде) в восточной медицине, а также в медицине американских индейцев.

Успехи химии и синтеза лекарственных веществ конца XIX и всего XX века незаслуженно отодвинули на задний план природные вещества как средства профилактики и лечения, создав иллюзию исключительности синтетических средств в поддержании здоровья. На самом деле они воспринимаются организмом как чужеродные и отторгаются. Разумеется, для экстренной помощи, для борьбы с инфекциями эти вещества часто незаменимы. Однако, в профилактике, реабилитации, для длительного применения могут быть использованы только безопасные природные вещества.

По-видимому, неслучайно и в западных странах, и в России отмечается возрастающий интерес к методам и средствам восточной медицины. Этот интерес еще более стимулируется продолжающимся ростом случаев различных токсических и аллергических осложнений у людей вследствие применения современных синтетических лекарств. Число этих осложнений, по данным Всемирной организации здравоохранения, достигает в на стоящее время 15-20%.

Как это ни парадоксально звучит, но сегодня стало вполне привычным употреблять такие термины как лекарственная болезнь или поражения вследствие лечения. Более того, эти термины устойчиво вошли в официальную медицину. Смертность от побочных эффектов синтетических лекарств занимает пятое место после сердечно-сосудистых заболеваний, рака, травм от техногенных и природных катастроф, заболеваний легких и бронхов. Вот почему процесс сближения и объединения современных достижений западной медицины и традиций и методов древней медицины, в первую очередь восточной, неизбежен, и с ним связывается прогнозирование новых успехов современной науки о здоровье, особенно профилактической медицины.

Одним из следствий этого объединительного процесса является широкое применение с целью оздоровления и лечения натуральных растительных и минеральных продуктов с той, может быть, разницей, что в практике древневосточной медицины биологически активные компоненты пищи поступали в организм, как правило, в виде пищи, а в случае современной западной – в виде так называемых биологически активных добавок к пище (БАД), которые все в большем объеме производятся с использованием современных технологий.

Основные компоненты пищи, или нутриенты, в которых нуждается организм человека, могут быть разделены на две группы. Первая – микронутриенты, суточная потребность в которых определяется десятками и сотнями граммов. К ним относятся белки (суточная норма в разных странах разная, но в среднем составляет 60-100 г полноценного белка), жиры (суточная норма разнообразных жиров с преимуществом растительных – 50-60 г), и углеводы, в основном медленно расщепляющиеся (суточная норма 400-450 г), нерасщепляющиеся в кишечнике пищевые волокна (-30-40%).

Вторая группа – микронутриенты, включающая витамины, минералы (макро- и микроэлементы), разнообразные растительные фенолы, каротиноиды, растительные стеролы – в общей сложности более 20 классов разнообразных веществ, не считая витаминов и минералов. Их дозировки варьируют от микрограм м до десятков и сотен миллиграмм, а суммарная суточная доза составляет всего 1-1,5 грамма. Однако, это, казалось бы, незначительное количество, оказывает разнообразное регулирующее влияние на организм, его защиту от повреждающих факторов, иммунную систему, оказывает нормализующее влияние на различные органы и системы организма.

Для иллюстрации отметим, что в странах, где суточное потребление, на пример, одного из видов микронутриентов – флавоноидов (цитрусовые, виноград, шиповник, черника, черная смородина, арония, петрушка и т.д.) составляет 80-100 мг (Франция, Греция, Испания) смертность от болезней сердца и сосудов в три раза ниже, чем в странах, где суточное потребление этик веществ составляет 10-12 мг (США, Швеция, Россия).

Значимость микронутриентов настолько велика, что возникла новая наука – нутриентология на стыке диетологии и фармакологии (науки о действии различных веществ на организм). Именно микронутриенты в их широком многообразии и являются основными компонентами биологически активных добавок к пище. Тем не менее, практические врачи в большинстве своем мало осведомлены о значении и действии микронутриентов пищи и часто недооценивают их исключительно важную роль в профилактике и даже лечении (пусть даже как дополнительные факторы к базовому лечению).

О многих действующих микронутриентах, исключая разве что витамины и отдельные минералы (кальций, железо, йод, селен) многие не имеют никаких представлений. Это связано с традиционным взглядом на пищу, определяющим ее, главным образом, как источник энергии (углеводы и жиры) и пластических веществ (белки). При этом, упускаетсяиз виду, что для их превращения в организме в ту же энергию и построения собственных белков из пищевых требуются целые наборы витаминов, минералов, антиоксидантов, компонентов, усиливающих доставку в клетки и использование кислорода и т.д.

Что же касается, например, лечения больных, то ими признаются только лекарственные препараты, большинство из которых химические вещества, чужеродные организму (или ксенобиотики, от ксенос – чужой), которые организм отторгает и выводит, часто за счет крайнего напряжения своих ресурсов.

Расхожая точка зрения в современной западной медицине: задача врача назначить лекарство, все остальные нужные вещества человек получает из пищи. Это глубокое заблуждение, поскольку современные пищевые продукты массового потребления не содержат и десятой доли основных микронутриентов по сравнению с пищей, скажем, XIX века. Причинами такого положения во всех индустриальных странах являются:

• тотальная химизация сельского хозяйства и животноводства (химические удобрения, инсектициды, ростовые вещества и т.п.), которая изменяет не только растения, но и уже привела к деградации почв;

• современные технологии переработки пищи, например, рафинирование, когда из продуктов удаляются самые ценные для организма вещества, а вводятся химические компоненты для улучшения товарного вида и увеличения сроков хранения.

Ярким примером этого является рафинирование растительных масел, когда из них удаляются растительные стеролы, фосфолипиды, витамин Е и другие ценные вещества, а остается только масло как таковое.

Второй пример – маргарины, получаемые химической переработкой растительных масел, в результате чего в них появляются вредные для организма т.н. трансжиры (10-15%), которые являются причиной быстрого развития атеросклероза, диабета и других болезней.

Таких примеров бесчисленное множество, и факт неполноценности массового питания признается не только авторитетными учреждениями России, но и США.

Об этом серьезном положении с массовым питанием свидетельствует появление т.н. органической пищи. Органическая пища – это обычные продукты питания, выращиваемые без использования какой бы то ни было химии, в экологически чистых условиях с применением только естественных способов выращивания и производства растений и животных без добавления консервантов, красителей и других добавок. Разумеется, эти продукты значительно дороже обычных. На проводимой ежегодно в марте Международной выставки биологически активных добавок и органической пищи в Лос-Анжелесе (Анахейм) (неоднократным участником, которой был автор этих строк) павильон органической пищи в 2006 г. по сравнению с 2003 г увеличился как минимум в пять раз.

К сожалению, такая пища доступна далеко не всем даже в США, да и производится в небольших объемах. В то же время массовое питание, особенно система fastfood является причиной ряда серьезных нарушений пищевого статуса населения. Оно характеризуется:

• избыточным потреблением животных жиров и потому неизбежно – холестерина – при одновременном дефиците ненасыщенных жирных кислот, особенно – 3 – ряда (рыбный жир, льняное масло, морепродукты)

• дефицитом пищевых волокон и отрубей вследствие низкого потребления хлебобулочных изделий из муки грубого помола

• глубокое нарушение микрофлоры кишечника и дисбактериоз, что приводит к острому дефициту многих производимых микрофлорой ценных веществ, повышение вязкости крови, снижению иммунитета, стойким запорам, которые рассматриваются как предраковые состояния кишечника

• 70-90% различных групп населения имеет дефицит витамина С

• 40-80% населения имеет дефицит витаминов группы В и фолиевой кислоты

• 40-60%о населения имеет дефицит витамина А

• 20-30% населения имеет дефицит витамина В12

• 20-60% населения имеет дефицит витамина Е

• 20-55% населения имеет дефицит важнейших макро- и микроэлементов (железа, кальция, фтора, селена, йода и др.), что приводит к развитию различных и широко распространенных заболеваний: анемии, остеопороза, кариеса, врожденных деффектов хряща и костей, дистрофическим поражениям сердца, нарушениям функции щитовидной железы и замедлению физического и умственного развития

• почти 65% населения находится в состоянии хронического психоэмоционального стресса, что ускоряет развитие многих болезней: психоэмоциональных расстройств, неврозов, ишемической болезни сердца, стенокардии, артериальной гипертонии, язвенной болезни желудка и кишечника

• у 35% населения обнаруживаются проявления иммунологической недостаточности, что предполагает к развитию острых и хронических воспалительных процессов, инфекционных заболеваний, злокачественных опухолей и т.д.

• 30-40% мужчин страдает снижением половой активности

• около 40% женщин страдают от болезненных проявлений климактерического периода, который нередко сопровождается вегетососудистыми и гормональными нарушениями, невротическими состояниями, остеопорозом, ускорением развития атеросклероза и артериальной гипертензии.

Приведенные цифры характерны для России. Тем не менее, Международная конференция по питанию, организованная в 1992 г. ФАО/ВОЗ в Риме, указала на широкое распространение дефицита микронутриентов как на важнейшую проблему в области питания не только развивающихся, но и развитых стран и подчеркнула необходимость широкомасштабных мер на государственных уровнях для эффективной коррекции этих дефицитов.

Выходом из сложившейся ситуации является рациональное и квалифицированное применение биологически активных добавок к пище. Именно по этому пути идут страны с наибольшей продолжительностью жизни, например, Япония. Их часто называют пищевыми добавками, а это совершенно непра-

вильно. Пищевые добавки – это технологические добавки, которые, будучи минимально активными, улучшают товарные качества продукта. Примером могут служить нитраты, которые добавляются как консерванты в колбасы, сосиски, ветчину, а также широко и, к сожалению, в избытке используются при выращивании овощей и могут накапливаться в них. Это приводит к ухудшению функции крови, и может стать причиной опухолей. К пищевым добавкам относится пищевые красители, не всегда, к сожалению, безопасные, особенно для детей, разрыхлители хлеба и т.д. Чем их меньше, тем безопаснее продукт.

Биологически же активными добавками (БАД) к пище называются концентраты натуральных или идентичных натуральным биологически активных веществ, предназначенных для непосредственного приема или введения в состав пищевых продуктов с целью обогащения рациона питания человека отдельными биоактивными веществами и их комплексами. БАД получают из растительного, животного и минерального сырья, а также биотехнологическими способами. К ним также относятся ферментные и бактериальные препараты (эубиотики),оказывающие регулирующее действие на микрофлору желудочно-кишечного тракта. БАД вырабатываются в виде экстрактов, настоев, бальзамов, изолятов, порошков, сухих и жидких концентратов, сиропов, но чаще всего в виде капсул и таблеток.

Использование БАД позволяет:

• достаточно легко, быстро и безопасно восполнить дефицит необходимых пищевых веществ, в первую очередь, микронутриентов (витаминов, минералов, антиоксидантов и т.д.)

• регулировать калорийность рациона и аппетит, влияя таким образом на массу тела

• направленно изменять метаболизм отдельных веществ, в частности, токсических и способствовать их выведению из организма, нормализуя внутреннюю среду организма

• поддерживать нормальный состав и функциональную активность кишечной микрофлоры

• повышать сопротивляемость организма к воздействию неблагоприятных факторов окружающей среды

• нормализовать иммунную защиту организма

• поддерживать и нормализовать основные пути регулирования и функций отдельных органов и систем организма (кишечника, сердца, печени и т.д.

• препятствовать развитию заболеваний обменного характера (ожирения, атеросклероза, диабета).

Как известно, кальций входит в состав соединения, образующего минеральный остов скелета. Кроме того, он играет важную роль в работе мышц и целого ряда гормонов. Кальций особенно необходим в период роста. С раннего детства мы усваиваем с молоком матери все необходимые питательные вещества, витамины и практически весь необходимый в этот момент кальций, без которого невозможно нормальное развитие зубов и костей. Мы растем, и количество молока в нашем рационе значительно уменьшается, а вместе с ним – изобилие так необходимого организму кальция.

Недостаточное потребление кальция детьми или плохое его усвоение может явиться причиной рахита, нарушений роста, физического развития, мышечной слабости и различных гормональных нарушений. Во всех этих случаях недостаток кальция в рационе ребенка необходимо восполнять с помощью препаратов, содержащих необходимые количества этого элемента.

Взрослый человек носит в себе от 800 до 1200 граммов кальция, причем 99% этого количества – «строительный материал» для костей и зубов. Остаток находится в крови и является незаменимым в процессе ее свертывания. Кальций играет важную роль в работе иммунной системы, мышечной деятельности и нервной проводимости. При недостатке кальция для этих процессов организм начинает восполнять его за счет костной массы. Ежедневно около 300 мг кальция теряется с калом и мочой. Так как организм человека в состоянии усваивать только определенную часть содержащегося в пище кальция, необходима как минимум «тройная порция» этого ценного минерального вещества.

К 30 годам обычно достигается высшая точка в формировании костной массы. С этого момента медленно, но, увы, постоянно начинает использоваться ранее накопленный кальций. К 70 годам человек в среднем теряет одну треть костного вещества. Разберемся, как попадает кальций в организм взрослого человека. К сожалению правда заключается в следующем: из всего кальция, употребляемого с пищей, у взрослого человека усваивается только 25-30%, в то время как у детей – 70%.

Всасывание кальция происходит в тонком кишечнике и управляется системой биологических регуляторов. Организм человека самостоятельно поддерживает баланс кальция – величину, необходимую для нормальной жизнедеятельности. Ежедневно 0,4г кальция поступает в кости и столько же – покидает. Кальций нашим организмом усваивается только в присутствии витамина Д3 (холекальциферола), который и поддерживает стабильный уровень кальция в плазме крови. Дефицит витамина Д3 нередко встречается у пожилых людей, вынужденных из-за необходимости придерживаться диеты и скудного бюджета избегать пищи, богатой витамином Д (жирная рыба, печень, яйца и т. д.), не проводящих много времени на солнце, мало двигающихся и, самое главное, подверженных возрастному снижению обменных возможностей организма по превращению витамина Д3 в активные формы. Кроме того, важно соблюдать правильное соотношение между различными минералами. Оптимальное усвоение кальция происходит при соотношении кальция и фосфора 1 : 1,3 и соотношения кальция и магния 1 : 0,5. Положительно влияет на усвоение кальция также наличие в препарате цинка, марганца, кремния, хрома и бора.

Сколько кальция будет усвоено организмом, зависит и от состава пищи – наличия в рационе продуктов, содержащих фосфаты, оксалаты, жиры, белки. Если в рационе будет содержаться большое количество белков животного происхождения, кальций будет выводиться из организма более активно. Не поможет повысить уровень кальция и количество выпитого молока, потому что с возрастом мы теряем очень важный фермент – лактозу, который принимает активное участие в поддержании баланса кальция.

Что же происходит дальше? А дальше «разбуженная» дефицитом кальция и витамина Д3 «команда скорой помощи» приступает к работе и вымывает необходимый кальций из ваших собственных костей. Кости становятся хрупкими и ломкими, в конечном счете развивается остеопороз.

Остеопороз – достаточно серьезное заболевание. Оно может возникнуть при токсикозах, алиментарных и обменных нарушениях, возрастной инволюции. Наиболее часто встречается старческий и климактерический остеопороз. Почти у трети женщин после завершения климактерического периода обнаруживается это заболевания: снижение уровня эстрогенов способствует потере костной субстанции. Но остеопороз не обходит стороной и мужчин. Остеопоротические переломы чаще всего поражают тело позвонка, дистальную часть предплечья и проксимальную часть бедренной кости. Помимо этого может образоваться так называемый «вдовий горб» – характерная сутулость у женщин в период климакса. Потребность взрослого человека в этом «строительном материале» составляет 1000 мг в день. Более высокая доза (около 1200 мг) необходима в период роста, а также беременным и кормящим женщинам. Пожилые люди и особенно представительницы прекрасного пола в период климакса должны потреблять как минимум 1500 мг кальция в день.

Остеопороз, по данным Всемирной организации здравоохранения, занимает четвертое место среди других заболеваний, распространенных на Земле, уступая только болезням сердечно-сосудистой системы, онкологическим и эндокринным. Остеопороз возникает в результате медленной и незаметной потери кальция, при этом происходит уменьшение объема и прочности костей. Эта коварная болезнь развивается постепенно, заявить о себе она может болями, сильной утомляемостью, избыточным зубным налетом, парадонтозом, хрупкостью и размягчением ногтей, преждевременным поседением, ночными судорогами ног. В большей степени остеопорозу подвержены женщины со светлой кожей, курящие женщины, любительницы алкоголя и кофе. Остеопороз угрожает женщинам, у которых было более трех беременностей и родов, а также тем, кто долго кормил детей грудью, и тем, кто пренебрегал физическими упражнениями. Шансов «приобрести» остеопороз больше у худощавых женщин, чем у полных, т. к. жировые клетки последних превращают гормон, вырабатываемый надпочечниками, в женские половые гормоны – эстрогены. А чем больше в организме эстрогенов, тем меньше ему грозит остеопороз.

Основным природным источником кальция являются молоко и молочные продукты. Много кальция в некоторых овощах (капусте, чесноке, сельдерее, петрушке), фруктах и ягодных культурах (крыжовнике, смородине, клубнике, черешне). Некоторые продукты (злаковые, щавель, шпинат) замедляют всасывание пищевого кальция. Эти продукты содержат фитиновую или щавелевую кислоты, которые в результате взаимодействия с кальцием образуют нерастворимые соли – фитаты и оксалаты, и всасывание кальция затрудняется. Поэтому необходимо учитывать сочетание (совместимость) пищевых продуктов. Учитывая, что наш рацион, как правило, далек от идеала, целесообразно использовать препараты, содержащие кальций.

При выборе таких препаратов ключевым является понятие «хелатированный комплекс». Халатирование – процесс, в котором минеральные вещества связываются с аминокислотами и, таким образом, переводятся в более усвояемую форму. Такие элементы, как железо, кальций, хром, цинк лучше усваиваются именно в форме хелатов. Классические хелаты – это гемоглобин, где атом железа окружен белковой оболочкой и его «брат» хлорофилл, где все то же самое, только вместо железа магний.

Современные высокие технологии позволяют производить уже хелатированные минералы, что максимально повышает их усвояемость и, вместе с тем, снимает полностью риск передозировки. Невостребованный хелатированный комплекс естественным путем выведется из организма. Препараты с хелатированными минералами стоят дороже, но они гарантируют правильную усвояемость и безопасность применения. Большинство предлагаемых на рынке комплексов содержат окислы и соли металлов. При приеме таких препаратов в кишечнике происходит произвольное хелатирование минералов белками пищи. Часть из них связывается с белками слишком сильно, поэтому организм не способен взять минерал в нужном месте и он начинает бесконтрольно «бродить» по организму. Часть связывается слишком слабо и не попадает в нужное место, часть, в виде ионов, может хаотично вступать в химические реакции уже в глубинных структурах организма. С одной стороны снижается эффективность, а с другой отсутствует защита от передозировки.

Систематическое применение БАД в дополнение к основной пище позволит обеспечить организм всеми необходимыми ему компонентами, нормализовать обмен веществ и, как следствие, улучшить здоровье и повысить невосприимчивость к различным неблагоприятным воздействиям и болезням. А это – залог высокого качества жизни и долголетия.

Как правильно ухаживать за губами?

Нежные, чувственные, сексуальные, очаровательно пухлые – наши губы по праву заслуживают этих эпитетов. Они помогают нам дарить обворожительные улыбки и нежные поцелуи, очаровывать и приковывать мужские взгляды – не зря «сахарные уста» любимых воспевают поэты и художники. Но чтобы губы сохраняли свежесть как можно дольше, им нужен особый, бережный уход и защита.

Внешние воздействия

Солнечные лучи и холодный ветер, обжигающий чай и ледяное мороженое, мятная зубная паста и яркая помада – нежная кожа губ постоянно подвергается внешним воздействиям. Губы абсолютно беззащитны – ведь их кожа не содержит ни пигментов, спасающих от УФ-излучения, ни жирового барьера. А близко расположенные кровеносные сосуды способствуют возникновению ранок при малейшем повреждении.

Губам необходима своевременная защита от УФ-лучей, температурных перепадов и косметических раздражителей.

Недостаток питания и увлажнения

Всем известно, что лицо и руки наиболее подвержены действию неблагоприятных погодных и экологических условий, а поскольку кожа губ не имеет естественного механизма защиты – сальных и потовых желез, то и страдает она в первую очередь. Именно поэтому кожа губ часто испытывает недостаток вла-

ги, сохнет, шелушится, на ней образуются болезненные трещинки, которые дают о себе знать при разговоре или даже улыбке.

Губам необходимы питание и увлажнение, а также достаточное количество витаминов А и Е, повышающих упругость и эластичность тканей. Кроме того, губам нужен комплексный уход на протяжении всех 24 часов.

Дешевая косметика низкого качества

Ежедневный уход за губами эффективен лишь в том случае, если Вы используете высококачественные косметические средства, не содержащие нефтепродукты и дешевые отдушки, – все это сушит кожу и может стать причиной аллергических реакций. Кроме того, подобные «непрошеные гости», часто входящие в состав помад, могут «оседать» в почках, печени и лимфатических узлах. Осторожнее со стойкими помадами – их красители крайне вредны для кожи губ, поскольку вызывают ее обезвоживание. Особенно вредны помады популярных красных оттенков – почти все они содержат смертельно опасный свинец. А ведь, по статистике, женщины в среднем за жизнь съедают до 1,8 кг губной помады.

Губам необходимы натуральные питательные, увлажняющие и регенерирующие компоненты: витамины, масла сои, подсолнечника, моркови. Жирные бальзамы на основе синтетических продуктов в этом случае – опасные полумеры, при постоянном применении они вызывают эффект привыкания, и через определенное время кожа без синтетического «допинга» начинает сохнуть и шелушиться.

Первые морщины

Эмоции и слова, выражения любви и нежности – все это мимика наших губ, ежедневно совершающих несколько тысяч движений. Результат – сначала незаметные, а затем и глубокие морщины.

Конечно, невозможно (да и не нужно) все время хранить молчание, строго сжав губы, но коже губ нужны серьезные помощники, повышающие ее гладкость и упругость.

Стрессы и плохое самочувствие

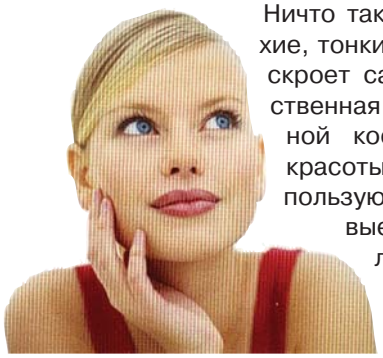
Состояние губ отражает физическое и эмоциональное состояние нашего организма в целом. Плохое самочувствие – это бледные, с синюшным оттенком или, наоборот, пылающие, сухие, обветренные губы. Поэтому уход за ними должен быть частью бережного отношения к своему здоровью.

Ухаживая за губами, мы оказываем добрую услугу всему организму – использование основных принципов ароматерапии в косметологии не только придает средствам для губ приятное благоухание, но и благотворно влияет на наше самочувствие.

Чем Healthy Kiss отличается от других средств для ухода за губами?

Для полноценного ухода за кожей губ понадобится как минимум десяток средств, которые вряд ли «подружатся» друг с другом: скрабы, увлажняющие бальзамы, питательные масла, разглаживающие помады и «придающие объем» блески. Но выбирать между увлажнением, питанием или защитой также неправильно, как делать выбор между овощами и молочными продуктами – ведь организму одинаково требуется и то, и другое. Комплексное средство для ухода за кожей губ на основе гиалуроновых микросфер с дополнительным ароматерапевтическим эффектом – это полноценный, сбалансированный «рацион» для нежной кожи губ на каждый день.

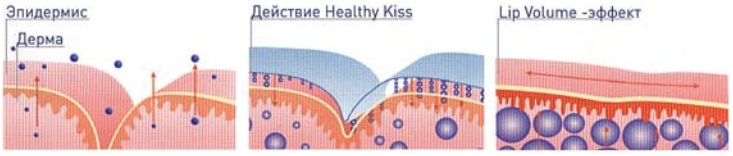
Борьба с морщинами и дополнительный объем



Ничто так не старит женщину, как сухие, тонкие, увядшие губы, которые не скроет самая дорогая и высококачественная помада. В профессиональной косметологии для продления красоты и молодости кожи губ используются заполняющие гиалуроновые сферы. Микрочастицы гиалуроновой кислоты, глубоко проникая в клетки кожи губ, увеличиваются в объеме и наполняют губы молодостью и жизненной силой, разглаживая даже самые глубокие морщины. Нежная забота **Healthy Kiss** – это лучший косметолог, который придает губам не только гладкость, но и объем (Lip Volume-эффект). При этом, в отличие от других средств для увеличения объема, система комплексного ухода за кожей губ **Healthy Kiss** не содержит экстракта перца или ментол. Ведь эти ингредиенты, помимо желанной припухлости губ, вызывают совершенно нежелательные жжение, зуд и даже аллергические реакции. **Healthy Kiss** гарантирует исключительно приятные ощущения легкости, нежности и комфорта!

Гиалуроновая кислота – это важнейший полисахарид, – сложная молекула сахара, содержащаяся в тканях различных органов человека, в основном, в коже, и помогающая коллагенам и эластинам всегда находиться в форме. Гиалуроновая кислота регулирует водный баланс кожи, ее тонус и упругость, сохраняя при этом внешнюю гладкость и подтянутость – тургор кожи.

Принцип действия гиалуроновых сфер в составе Healthy Kiss



1. В результате возрастных изменений естественное количество коллагена и содержание гиалуроновой кислоты уменьшается, кожа губ теряет влагу, образуются глубокие морщины.

2. Гиалуроновые микросферы проникают глубоко в кожу губ. Впитывая влагу и увеличиваясь в объеме, они делают губы более объемными.

3. После длительного использования системы комплексного ухода за кожей губ Healthy Kiss на основе гиалуроновых микросфер кожа губ разглаживается, выглядит более молодой и здоровой.

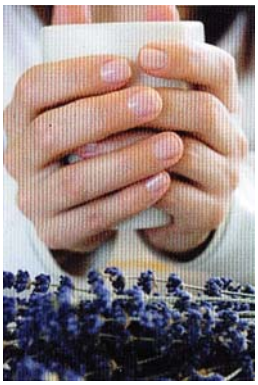
Уход на протяжении 24 часов

Средства для губ **Healthy Kiss** – это инновационные продукты, которые оказывают комплексное воздействие на кожу губ 24 часа в сутки. Комплексное средство для ухода за кожей губ **Healthy Kiss дневного действия** защищает от вредных факторов окружающей среды, повышает эластичность и упругость кожи, разглаживает морщины и органично увеличивает объем губ. Кроме того, его можно использовать в качестве основы под помаду, для нейтрализации действия вредных компонентов красящих пигментов. Комплексное средство для ухода за кожей губ **Healthy Kiss ночного действия** заботится о губах в то время, когда наш организм отдыхает: заживляет и восстанавливает, увлажняет и питает. Системное использование этих средств помогает сохранить здоровье и красоту губ в любое время года.

Натуральный состав

Система комплексного ухода за кожей губ **Healthy Kiss** не содержит нефтепродуктов, вредных для здоровья вазелина и ланолина. В составе продуктов – эфирные масла, витамины А и Е и такие ценные растительные компоненты, как сквалан (натуральный увлажняющий компонент), масла семян подсолнечника, сои, ростков кукурузы, моркови и дерева ши.

Использование ароматерапии



Комплекс **Healthy Kiss** был создан на основе новейших разработок в области космецевтики, а также древнейших знаний по ароматерапии. Ароматерапевтический эффект достигается благодаря эфирным маслам, которые действуют через обонятельный тракт непосредственно на лимбическую систему головного мозга*. **Healthy Kiss дневного действия** содержит эфирные масла апельсина и ванили, сочетание которых придает силу и бодрость, улучшает общее самочувствие и эмоциональное состояние. **Healthy Kiss ночного действия** содержит эфирное масло лаванды, которое помогает нормализовать сон, оказывает успокаивающее действие, помогает избавиться от депрессии и других нервных расстройств.

Состав системы комплексного ухода за кожей губ Healthy Kiss

Дневной Healthy Kiss

Healthy Kiss дневного действия содержит апельсиновое и ванильное эфирные масла.

Эфирное масло апельсина:

- повышает упругость кожи губ
- обладает антиоксидантными свойствами
- положительно влияет на иммунную систему
- повышает сопротивляемость к инфекциям
- снимает напряжение и беспокойство
- поднимает настроение

Эфирное масло ванили:

- улучшает общее самочувствие
- устраняет нервное раздражение
- способствует релаксации
- повышает эластичность, мягкость кожи
- активизирует физическую и умственную деятельность

* Лимбическая система (от лат. limbus – граница, край) – совокупность ряда структур головного мозга. Участвует в регуляции функций внутренних органов, обоняния, инстинктивного поведения, эмоций, памяти, сна, бодрствования и др. Невропатологи говорят, что лимбическая система головного мозга – это центр эмоций, средоточие «фибр души».

Ночной Healthy Kiss

Healthy Kiss ночного действия содержит эфирное масло лаванды.

Эфирное масло лаванды:

- имеет противовоспалительный эффект
- обладает регенерирующим действием
- помогает при бессоннице
- поддерживает чувство душевного равновесия
- является природным антисептиком
- снимает эмоциональное напряжение
- помогает противостоять стрессам, депрессиям и раздражительности

Советы по применению системы комплексного ухода за кожей губ Healthy Kiss

Утром и днем

Чтобы активировать продукт и «включить» действие эфирных масел:

1. Нанесите небольшое количество **Healthy Kiss дневного действия** на подушечку безымянного пальца (его еще называют пальцем Солнца и связывают с линией счастья на руке) и круговыми движениями, без нажима, при помощи подушечки безымянного пальца другой руки слегка разотрите средство.

2. Легкими втирающими движениями безымянного пальца правой руки нанесите активированный **Healthy Kiss** на кожу верхней губы. Аналогичным образом, нанесите продукт безымянным пальцем левой руки на нижнюю губу.

*Если Вы находитесь вне дома и нет возможности обеспечить чистоту рук, Вы можете нанести **Healthy Kiss** с помощью удобного носика-дозатора. Комплексное средство для ухода за кожей губ Healthy Kiss можно использовать отдельно или как защитную основу под декоративную косметику.*

Вечером и перед сном

Ближе к вечеру, когда большинство забот уходящего дня уже остались позади, наступает время **Healthy Kiss ночного действия**. В течение вечера Вы можете несколько раз использовать **Healthy Kiss** таким же способом, как это было описано выше, а в самом конце дня, перед сном обязательно воспользуйтесь **Healthy Kiss** еще раз – аромат лаванды успокоит Вас и сделает сон крепче. Оставшийся на подушечках пальцев продукт нанесите нежными движениями на крылья носа или вотрите в виски. **Ночной Healthy Kiss** – помощь при бессоннице или неспокойном, поверхностном сне.

Информация предоставлена Экспертом нутрициологии Рассолова Н.И.
067-321-378
rassolov@voliacable.com

Вестник «SPA SPAce» выходит как приложение к официальному сайту «Всеукраинский Союз Профессионалов СПА, отелей и Wellness-курортов Украины».

СОЮЗ ПРОФЕССИОНАЛОВ СПА, ОТЕЛЕЙ И WELLNESS-КУРОРТОВ

Адрес: 03135, Украина, г. Киев, пр. Победы, 5, оф. 5
тел. 044-236-92-00, 098-270-49-18
e-mail: sparesort-soyuz@ukr.net