



specializzarsi. Oggi la figura dell'estetista si è evoluta, il settore dell'estetica si è ampliato notevolmente e anche i nostri clienti sono sempre più informati. È necessario avere sempre una visuale completa del mercato che si sviluppa intorno a nostro mondo.

Voglio sottolineare quanto, a tal proposito, sia stato significativo per me l'incontro con il programma di Pevonia Academy, un progetto formativo completo gestito da esperti che sanno esattamente qual è il mix di conoscenze tecniche, gestionali e di marketing che dobbiamo avere. Dopo aver frequentato il corso di Spa Manager ed aver approfondito alcune tematiche basilari con l'ingegner Salvatore Picucci, ho ritenuto opportuno segnalare lo spessore formativo dei corsi della consulting PI.CO Wellness all'interno del centro in cui lavoro, il Centro Maximo di Roma: a mio avviso, il loro approccio nel modo di gestire il beauty è rivoluzionario e ne sono talmente convinta da aver conseguito lo SPAss, il passaporto per profit Spa, ed aver conseguito già la prima "P" della qualifica di Beauty Specialist Pevonia.

7. Che caratteristiche ha il centro in cui opera?

Maximo è un club nato circa 5 anni fa, una struttura molto bella immersa nel verde che offre servizi integrati: ci sono quattro grandi palestre, una piscina coperta, campi da tennis e da beach volley e un'area ristoro. Al piano inferiore c'è la zona benessere, costituita dal centro estetico e dalla spa, il parrucchiere e un baby parking per i più piccolini.

8. Quali sono i trattamenti più richiesti e perchè, secondo lei?

I trattamenti più richiesti oggi sono sicuramente quelli orientati al benessere. Lavoriamo tutto l'anno con persone che sono alla ricerca di relax...la vita che conduciamo ha dei ritmi veramente molto intensi e ognuno di noi ha necessità di fermarsi un attimo e abbandonarsi ad un'ora di completo relax.

9. Lei offre prodotti o soluzioni?

Diciamo che attraverso prodotti di alta qualità cerchiamo di rispondere a quelle che sono le esigenze dei nostri clienti.

10. Come si sta evolvendo il profilo dei suoi clienti? Più uomini, più teenager?

Che cosa chiede il cliente?

Negli ultimi anni, la percentuale di uomini che si avvicina al centro benessere è decisamente aumentata mentre i clienti richiedono sempre più professionalità e trattamenti veloci ma molto efficaci.



11. Che tipologia di trattamenti consiglia alle sue clienti che praticano fitness costantemente, per rassodare e drenare?

A chi rivolge un'attenzione particolare al proprio corpo consiglio di sottoporsi a trattamenti drenanti come il Desert Heat, un fango ricco di rame che esplica inoltre un'azione rilassante: per i trattamenti rassodanti consiglio invece alghe o fanghi come il Maroccan Rassoul.

Inoltre, credo profondamente ai trattamenti domiciliari: un buon prodotto applicato costantemente può dare veramente ottimi risultati, prolungando i risultati avuti in cabina.

12. Lo stile di vita dei suoi clienti è importante per ottenere maggiori risultati e soprattutto farli durare più a lungo? Cosa consiglierebbe?

Un corretto stile di vita ci aiuta di certo ad avere dei risultati migliori. Quando parliamo di benessere lo intendiamo a 360 gradi, quindi i miei consigli sono: avere una sana alimentazione, praticare abitualmente sport, bere acqua e cercare di dormire sufficientemente.