



aroma  
trend

# ЭКСПЕРТ ЗАГАРА

УЧЕБНЫЙ МАТЕРИАЛ ДЛЯ ПЕРСОНАЛА СОЛЯРИЕВ

Дорогой эксперт!

Наша фирма Aroma Trend – это ведущий производитель и дистрибьютор косметики для загара в солярии. Уже более 20 лет мы накапливаем опыт в ведении бизнеса загара, предлагая косметику наивысшего качества, обладающую признанными во всём мире **сертификатами качества**. Благодаря этому наши торговые марки **SOLEO** и **SUPERTAN** существуют на рынках 30 стран Европы, Азии и Ближнего Востока.

Aroma Trend – это проверенный партнёр студий загара, предлагающий маркетинговую и учебную поддержку. Нашим партнёрам мы обеспечиваем поддержку в виде материалов POS, образцов, тестеров, а также учебных материалов.

Перед Тобой – профессиональный справочник загара. Подборка практических советов, касающихся процесса возникновения загара, способа ведения эффективного разговора с Клиентом, а также описание инструментов, поддерживающих продажу услуг солярия и косметики в Твоём салоне.

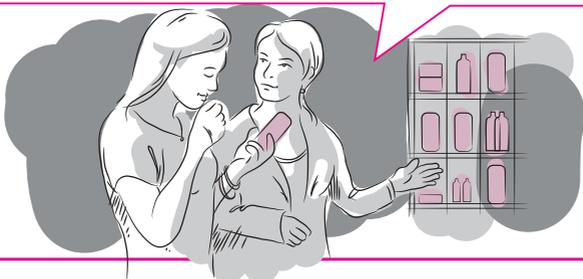
Ты – первый человек, который встречает Клиента в солярии. И только от Тебя зависит, воспользуется ли Клиент услугами солярия в полной мере, применяя при этом косметику. Независимо от того, является ли целью Клиента улучшение своего внешнего вида, повышение настроения, восполнение недостатка витамина D или реализация совета врача – косметическое средство в значительной степени повысит качество и комфорт от процесса загара, поможет в уходе за кожей.

Помни – для загара в солярии надо использовать специально предназначенные для этой цели косметические средства. Загорая без использования специальной косметики, либо используя несоответствующее для этой цели непрофессиональное средство, Клиент рискует пересушить кожу и вызвать раздражение, получить кратковременный результат загара, а также повредить акриловую поверхность панели горизонтального солярия.

Справочник фирмы Aroma Trend подскажет Тебе, как профессионально провести консультацию каждого Клиента и убедить его постоянно пользоваться косметикой, предназначенной для использования в солярии.

**Пользуйся нашими советами – успех и удовольствие Клиента гарантированы! Стань подписчиком нашей электронной странички для специалистов по ссылке: <http://aromatrend.pl/ekspert/> и иди в ногу со временем!**

**ПОМНИ – СОВРЕМЕННЫЙ ЗАГАР  
– ЭТО ЗАГАР С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ЗАГАРА.**



Наверное, Ты замечаешь, что Твои клиенты имеют разные оттенки кожи – у одних кожа более светлая, а другие обладают более тёмным оттенком кожи даже без загара. Цвет кожи зависит от количества меланина – натурального красителя, содержащегося в коже. Этот краситель выполняет в первую очередь защитную функцию. Он блокирует проникновение ультрафиолета в более глубокие слои кожи. Под влиянием ультрафиолетового излучения в коже возрастает количество меланина, и кожа получает более тёмный оттенок. **Благодаря этому и возникает загар. Этот процесс происходит в течении 48 - 72 часов – поэтому необходимо всегда информировать Клиентов о том, что они должны подождать первых эффектов.**

### **Польза от загара:**

- Привлекательный и здоровый внешний вид
- Контролируемый процесс загара
- Отличное настроение – благодаря загару в организме вырабатываются гормоны счастья – эндорфины!
- Увеличение синтеза витамина D, а в конечном результате – оздоровительный эффект
- Уменьшается чувствительность к солнечному излучению

## **Загар в солярии и на пляже**

### **Профессиональная косметика**

Специализированная косметика для загара в солярии представленная в салонах и студиях загара, помогает получить интенсивный загар, поддерживая одновременно отличный тонус кожи.

Ускоряет процесс загара, в то же время защищая её и обеспечивая ей соответствующий уход. Благодаря специальной косметике время загара на протяжении сеанса используется на все 100%. В результате загар становится более здоровым, глубоким, а эффект виден уже после первого посещения солярия.

Стоит упомянуть о том, что в случае неиспользования во время сеанса косметических средств для соляриев, кожа эффективно загорает всего лишь на протяжении 40-60% времени сеанса.

### **Косметическое средство для соляриев - это не тоже самое, что пляжная косметика!**

Косметические средства для соляриев - это специализированные препараты, предназначенные исключительно для использования в солярии. От пляжной косметики они отличаются тем, что не имеют фильтров для ультрафиолетового излучения, а также способом действия. Задачей пляжной косметики является в первую очередь защита кожи от негативного воздействия ультрафиолетовых лучей. На пляже мы лежим, как правило, долго, и поэтому такая защита является необходимой.

**В солярии мы платим за то, чтобы загореть за короткий промежуток времени – эффективно и красиво. Косметические средства для загара в солярии созданы именно для того, чтобы помочь нам в этом.**

В составе косметики для загара в солярии мы найдём в первую очередь активаторы загара, а также бронзаторы, которые увеличивают способность кожи темнеть. Очевидным является то, что кожа, которая подвергается интенсивному воздействию ультрафиолетовых лучей, нуждается также в интенсивном уходе и защите. Поэтому, кроме ускорителей загара и бронзаторов мы находим в этих препаратах наивысшего качества увлажняющие вещества, антиоксиданты а также вещества, создающие защитную плёнку, благодаря которой загар становится не только более эффективным, но и более безопасным. Для восстановления кожи после сеанса помогают препараты после загара, которые успокаивают кожу и, что очень важно, чудесно продлевают загар., заботясь одновременно о состоянии кожи. Стоит приобрести такого типа косметическое средство и использовать его для ежедневного ухода за телом. Необходимо помнить также о том, что хорошее состояние кожи влияет на скорость загара и эффект. **Ухоженная и увлажненная кожа быстрее и эффективнее загорает, приобретая красивый, золотисто - бронзовый оттенок.**

### Как действуют косметические средства для загара?

Косметика в процессе загара выполняет важные функции ухода и защиты. Глубоко увлажняет кожу, доставляя ей ценные активные вещества, а также нивелирует неприятный запах кожи после сеанса. Поэтому так важно использование соответствующих косметических средств. Помни, что для Клиентов солярия самым важным является эффект от сеанса загара, который благодаря косметике намного лучше. **Поэтому предлагай профессиональную специализированную косметику, которая отвечает всем потребностям Клиентов.**

### Типы косметических средств для соляриев:

**Ускорители загара** – косметику, ускоряющую загар, рекомендуем и для начинающих клиентов, и для тех, кто уже приобрел загар. В их состав входит тирозин, единственная составная с доказанным действием, ускоряющим загар. Тирозин действует как линза, позволяющая пройти через кожу большему количеству ультрафиолетовых лучей типа А, ускоряя процесс загара. Загар появляется быстрее, является более стойким и интенсивным, чем загар, полученный без использования этого косметического средства.

**Бронзаторы** – бронзаторы мы рекомендуем клиентам со смуглой кожей, а также тем, кто имеет начальный загар. Они содержат в себе жирные кислоты ДГК, растительные вытяжки и экстракты, как например, ореховый или бета-каротин, которые окисляясь на коже, быстро придают ей привлекательный бронзовый оттенок. Эффект виден уже спустя несколько часов.

**Тинглы/Термо** – тингл мы рекомендуем клиентам с подготовленной кожей, имеющим темный загар, которые хотят усилить эффект от сеанса загара. Тингл интенсивно разогревает кожу, вызывает покраснение кожи и ощущение тепла и жжения. Расширяет капилляры, стимулирует микроциркуляцию, благодаря чему можно сделать загар более темным и глубоким. Более лёгким вариантом являются продукты “термо”, которые разогревают без покраснения и жжения. Эффективность действия видна сразу после сеанса. Рекомендуем клиентам с подготовленной кожей,имеющей темный загар ,которые хотят усилить эффект от сеанса загара.

**Закрепители/пролонгаторы** – для ежедневного ухода за загорелой кожей предлагаем средства после солярия. Продлевают и закрепляют результат загара. Интенсивно увлажняют и регенерируют. Эффект можно ощутить сразу после нанесения.

## ДИАГНОСТИКА ФОТОТИПА КЛИЕНТА

Постарайся хорошо ознакомиться с ожиданиями своего Клиента, определить фототип кожи – чтобы подобрать для Клиента соответствующее количество минут, аппарат горизонтальный или вертикальный и соответствующее косметическое средство.

Помни – не стоит начинать разговор с вопроса „сколько минут?” - Клиент скорее всего не знает, что для него лучше всего. Это Ты являешься экспертом загара, знаешь мощность ламп и технические характеристики аппаратов для загара. Твоя задача – помочь в выборе.

**Фототип кожи** – классификация, которая базируется на наблюдении реакции кожи на первое пребывание на солнце в полдень на протяжении 30 минут.

Тип	Характерные черты	Реакция на солнечный свет
I кельтский	Бледная кожа, светлая, часто веснушчатая, глаза голубые, зелёные, карие. Волосы – блонд/рыжие	Всегда быстрые ожоги, возможно отсутствие загара даже после нескольких сеансов
II европейский светлокожий тип	Светлая кожа, глаза голубые, зелёные, волосы – светлые либо шатен	Легко получает ожоги и возможны трудности при загаре
III европейский темнокожий тип	Светло-коричневый оттенок кожи. Волосы – шатен либо тёмные	Загар быстрый, возможность изначального раздражения кожи
IV средиземноморский	Светлый бронзовый оттенок цвета кожи	Риск ожога сведён к минимуму, быстрый и сильный загар
V северо-африканский	Бронзовый оттенок	Ожоги маловероятны, легко и быстро загорает
VI африканский	Кожа тёмно-коричневая либо чёрная	Никогда не получает ожогов, всегда глубоко загорает

## Противопоказания для пользования солярием

- Очень светлый цвет кожи – I фототип - кельтский
- Аллергия на солнце
- Витилиго (нарушение пигментации)
- Розацеа (розовые угри)
- Многочисленные родимые пятна, пигментные пятна, родинки, угревая сыпь, купероз, бородавки
- Незажившие татуажи и шрамы
- Беременность и период кормления грудью
- Недавно пройденные хирургические операции
- Тяжёлые болезни сердца и сердечно-сосудистой системы, почек, щитовидной железы, эпилепсия и другие тяжёлые хронические заболевания
- Некоторые лекарства – информация на сопровождающем лекарстве вкладыше
- Недавние косметические процедуры, особенно при использовании ретинола, фруктовых кислот, гликолей, отбеливающих компонентов, чистка лица ,депиляция
- Непосредственно перед визитом в солярии нельзя использовать косметические средства с вышеуказанными составляющими, а также шампуни с дёгтем, парфюмерию и дезодоранты

**В сомнительных случаях предложи Клиенту проконсультироваться у врача либо косметолога.**

## Опыт Клиента в использовании солярия

Для того, чтобы получить желаемый цвет загара, необходимо умело подобрать время пребывания в солярии и частоту посещений с учетом типа и оттенка кожи. Люди с более тёмным оттенком могут позволить себе чаще и дольше находиться в солярии. Их кожа содержит большее количество меланина, то есть пигмента, который влияет на оттенок и интенсивность загара и лучшее восприятие ультрафиолета.

Различаются четыре типа Клиентов солярия в зависимости от опыта посещения:

**Новичок** - никогда не был в солярии, не имеет загара и потенциально может быть склонным к аллергии кожи. Такой человек нуждается в Твоём профессиональном совете, в диагнозе фоточувствительного типа кожи, подборе соответствующих косметических средств, а также соответственного количества минут и аппарата для загара.

**Начинающий** – часто этот человек загорает в меру возможности, имеет минимальный загар и потенциально очень восприимчив к факторам раздражения кожи.

**Среднепродвинутый** – человек загорает регулярно, поддерживает загар. Низкий уровень восприимчивости к раздражениям/аллергии кожи.

**Постоянный клиент** – загорелый, регулярно пользуется солярием. Кожа устойчива по отношению к раздражающим факторам.

## Узнай

- Желает ли Клиент иметь более длительный эффект, или через несколько недель он отправляется в отпуск и хочет подготовить кожу к солнцу?
- Когда Клиент последний раз загорал, загорает ли регулярно?
- Как привык загорать – сколько минут длились сеансы загара, сразу ли получал золотистый загар?

На основе полученной информации Ты сможешь безошибочно предложить соответствующее количество минут, аппарат и косметическое средство.

## ФОРМУЛА УСПЕХА ПРОДАЖИ

**КЛЮЧОМ К УСПЕХУ ЯВЛЯЮТСЯ СООТВЕТСТВУЮЩИМ ОБРАЗОМ ПОСТАВЛЕННЫЕ ВОПРОСЫ.**

Не задавай таких вопросов, на которые Клиенту легко будет ответить „НЕТ”. То есть не спрашивай: „Может, какой-то крем”?

### ● Предлагай:

„Для более быстрого получения эффекта мы предлагаем сегодня интенсивный активатор загара с коллагеном”

## КОНТРАРГУМЕНТЫ

### ● У меня уже есть косметика

„А это профессиональное косметическое средство? А Вы знаете, что продукты из обычного косметического магазина могут быть непригодны для использования в солярии?”, „Только профессиональные косметические средства проходят тесты в соляриях на предмет эффективности и безопасности для кожи.”

### ● У меня аллергия

“А на что у Вас аллергия?” ;  
„Все косметические средства Soleo и SuperTan тестированы дерматологами”,  
„Попробуйте, пожалуйста, пробник на предплечьи и проверьте, как отреагирует Ваша кожа”

# Как эффективно предлагать косметические средства?

## КОНТРАРГУМЕНТЫ

### ● Это средство стоит слишком дорого

„Позагорайте, пожалуйста, сегодня на 2-3 минуты меньше, но используя это косметическое средство: эффект загара будет таким же хорошим, но кожа в значительно лучшем состоянии”

„А какова для Вас стоимость красивой, загорелой и ухоженной кожи?”

„Цена адекватна качеству и эффективности косметики”

### ● Косметика ничего не даёт

„А когда и какими косметическими средствами Вы пользовались? Мы предлагаем более соответствующий Вашим потребностям”

„Существуют два типа косметики: продукты с бронзатором, эффект использования которых виден сразу, и продукты с пролонгаторами, эффект использования которых появится через 72 часа, но будет более стойким и удержится дольше”

### ● Косметика липкая

„А какое косметическое средство Вы пробовали? Попробуйте в таком случае, пожалуйста, другое. Я предлагаю....”

### ● У меня нету времени на втирание

„Покрытие всего тела не должно занять больше, чем 2 минуты, а эффект будет без сомнения лучше”

„Загар с косметическим средством более эффективен. Вы можете взять меньше минут, но эффектом Вы будете удовлетворены”

### ● Нет, потому-что нет (мне не хочется)

„Почему?”

„А, может, всё же Вы захотите быстрее получить лучший загар?”

„Вы отказываетесь от более быстрого загара и увлажнённой кожи”

### ● Мне не нравится запах кожи после загара

„А Вы помните, чем Вы пользовались последний раз? Косметические средства Soleo и SuperTan содержат отличную композицию запахов, нейтрализующую запах после загара”

### ● А кто мне смажет плечи

„К счастью, плечи из-за достаточно большой и ровной поверхности и малого количества жира загорают быстрее всего, и нету необходимости их смазывать”

# Правильное поведение для улучшения продаж

## АРГУМЕНТЫ

### ● Мы не любим отказывать

Мы по своей природе не любим отвечать „НЕТ”. Негативный ответ вызывает негативные эмоции, приносит неприятное ощущение. Особенно, если вопрос поставлен так, чтобы нелегко было ответить „НЕТ”. Вместо „Не хотите ли косметики?” лучше спросить:

„А какой продукт Вы желаете? Активатор загара или бронзатор?” ;

„Если Вы заботитесь о своей коже, то я предлагаю увлажняющее косметическое средство, которое будет беречь кожу от пересыхания”

### ● Мы любим чувствовать себя хорошо

Мы любим хорошо выглядеть, приятные слова, комплименты. Это всё влияет на наше самочувствие. Почему же тогда не улучшить свой внешний вид загаром?

„У Вас такая красивая гладкая кожа, чтобы сберечь её от морщин используйте, пожалуйста, Face Tan, в составе которого эффективные омолаживающие ингредиенты “ ;

„Хороший ускоритель загара с бронзатором подчеркнёт стройность Ваших ног”

### ● Мы нуждаемся в совете

**Мы слушаем людей, которых мы считаем более умными и опытными. Поэтому при работе в салоне соляриев экспертные знания и знакомство с темой загара очень нужны.**

„Тирозин эффективно ускорит загар”; “Во время загара кожа высыхает. Только профессиональное косметическое средство обеспечит ей соответствующее увлажнение”

### ● Мы хотим того, что выбирает большинство

Комфортнее принимать такие же решения, как и большинство. Уменьшается в таком случае риск разочарования. Поэтому прекрасным аргументом при продаже является использование своего опыта, либо опыта других клиентов.

„Сегодня этот крем купило уже 5 человек”;

„Это одно из моих любимых средств, Вы не пожалеете!”

Aroma Trend снабжает Тебя соответствующими материалами – пользуйся ими. Вместе с косметикой Ты получаешь каталоги, буклеты, тестеры, пробники и образцы. Используй их, и Ты увидишь, что продажа косметики идет легко.



## ЭКСПОЗИТОРЫ/СТЭНДЫ

**Покажи косметику так, чтобы она притягивала взгляд Клиента.** Если Ты боишься, что пакетики будут “пропадать со стенда – прикрепи их резинкой. В другом случае поставь стенд так, чтобы он просто был хорошо виден Клиенту?



## ПЛАКАТЫ

Позаботься о том, чтобы Клиент имел контакт с косметическими средствами также в пространстве Твоего солярия. **Хорошие плакаты, иллюстрирующие продукты в приятной для взгляда обстановке притягивают внимание Твоего Клиента** и приведут к тому, что его легче будет убедить использовать косметические средства.



## КАТАЛОГИ

Клиент ещё не знает всех косметических средств. Ты вначале тоже не будешь помнить всех названий и особенной специфики – поэтому работай с каталогом. Рассказывая Клиенту о косметике, покажи ему страницу с фотографией и описанием – это придаст достоверности Твоим словам. **Положи каталоги там, где Клиенты ожидают своей очереди на сеанс. Предложи взглянуть и помоги при выборе косметического средства.**



## БУКЛЕТЫ

**Если Клиент спешит – вручи ему буклет, чтобы потом, дома, он спокойно ознакомился с особенностями и (гаммой) ассортиментом косметических средств.** Если это постоянный Клиент – при следующем визите, спроси, какой продукт вызвал интерес. Буклеты тоже уложи так, чтобы они были легкодоступны Клиенту.



## ОБРАЗЦЫ

Образцы служат для того, чтобы Клиент имел возможность восторгаться их запахом, проверить консистенцию продукта. Они незаменимы, если клиент не покупает косметику, объясняя это аллергиями – предложи помазать предплечье и подождать несколько минут. **Помни, что 5 мл продукта - это слишком мало, чтобы Клиент использовал его по всему телу.** Образец служит для пробы на небольшой части тела.

*Как использовать Образцы? Больше на эту тему Ты узнаешь на канале SuperTan на [www.youtube.com](http://www.youtube.com).*



## ТЕСТЕРЫ

**Если Ты хочешь убедить очень упрямого Клиента – вручи ему тестер.** Это бесплатный полноценный продукт, который позволит Клиенту ознакомиться с действием продукта. Клиент, который получил бесплатный продукт, будет чувствовать благодарность и почувствует себя обязанным, поэтому быстрее может произвести покупку во время следующего визита. **Тестер - это также хороший инструмент в виде дополнения к абонементу** – благодаря этому Клиент почувствует себя особенно привилегированным. Важно, чтобы после использования тестера Клиент поделился своими ощущениями – если сам признает, что продукт понравился, то тем более, с большей охотой купит при следующем визите. Как пользоваться тестерами? Узнай больше на канале [YouTube.com](http://YouTube.com).

Большинство услуг загара заканчивается стандартным

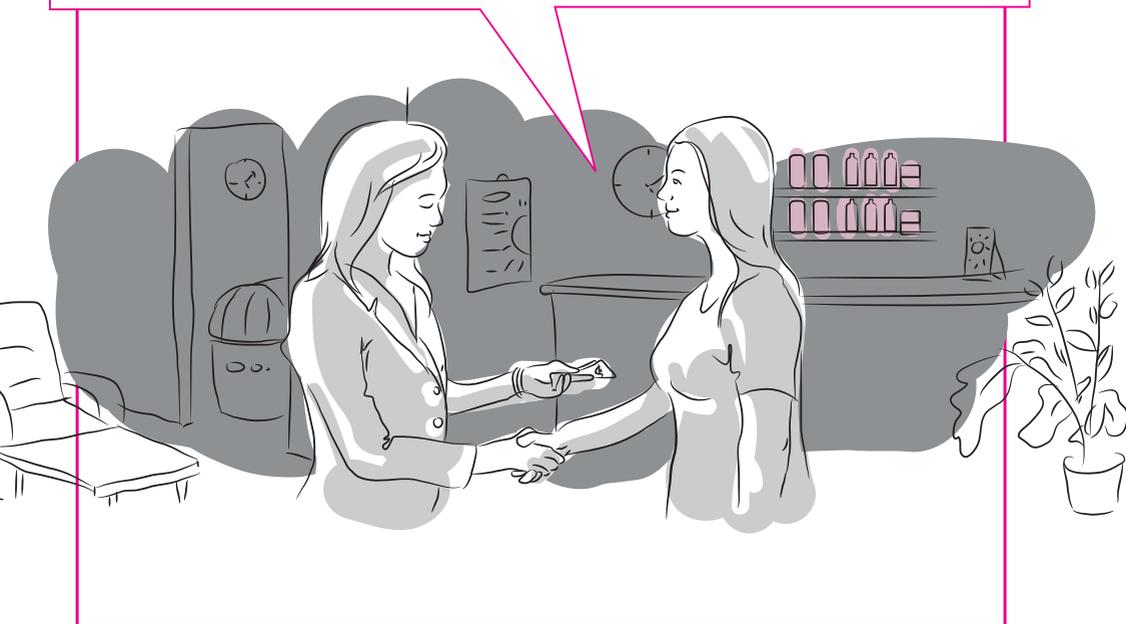
**„Спасибо, до свидания.“**

Это – неиспользованный шанс для построения контакта с Клиентом и гарантии его следующего визита.

**Всегда спроси клиента. На какое число записать следующий визит – таким образом, ты напоминаешь ему о том, что загар необходимо поддерживать.**

Это также очень хороший момент для того, чтобы задать вопрос на тему его впечатлений после использования продукта – если Клиент сам подтвердит, что доволен эффектом, то он в следующий раз более охотно воспользуется возможностью покупки. Тогда можешь также предложить продукт после загара для домашнего ухода.

**ВСЕГДА СПРОСИ КЛИЕНТА. НА КАКОЕ ЧИСЛО ЗАПИСАТЬ СЛЕДУЮЩИЙ ВИЗИТ – ТАКИМ ОБРАЗОМ, ТЫ НАПОМИНАЕШЬ ЕМУ О ТОМ, ЧТО ЗАГАР НЕОБХОДИМО ПОДДЕРЖИВАТЬ.**



Начни вести работу согласно размещённым выше указаниям уже сегодня. Поставь перед собой небольшие, лёгкие для реализации цели:

**„Сегодня я каждому Клиенту предложу косметику“**

**„К концу недели я продам на 3 косметических продукта больше, чем на прошлой неделе“**

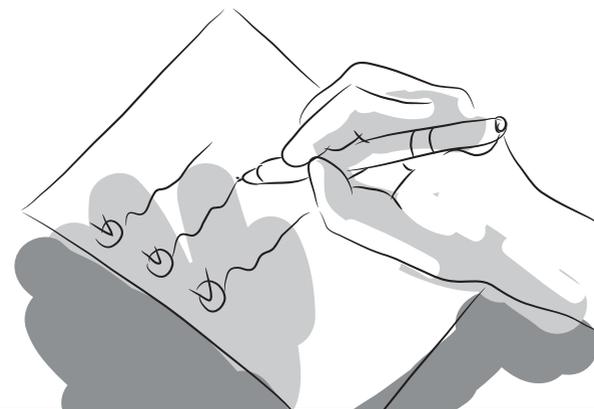
**„На протяжении 5 дней я буду спрашивать каждого Клиента о его впечатлениях“**

Ты увидишь, что часто используемые механизмы входят в привычку и становятся повседневностью. Повседневностью, которая принесёт Тебе вскоре конкретные результаты

**Записывай себе ежедневно эффект от своих действий**

- **Сколько Клиентов пришло в салон?**
- **Скольким Клиентом предлагался косметический продукт?**
- **Сколько Клиентов купило косметический продукт?**

Регулярно проверяй, как со временем изменяется эффективность твоей работы.





## 7 шагов эффективного обслуживания

- 1 Подготовь рабочее место – выставь на видное место продукты, листовки, каталоги
- 2 Поздоровайся с Клиентом
- 3 Узнай его ожидания и потребности
- 4 Предложи косметический продукт, кабину и количество минут
- 5 Спроси о впечатлениях после сеанса
- 6 Договорись о следующем визите
- 7 Записывай свою эффективность

Твоя заинтересованность влияет на то, увидит ли в Тебе Клиент настоящего Эксперта Загара.



## 7 золотых предложений

- 1 „Вы желаете ускоритель или бронзатор?”
- 2 „У Вас такая красивая кожа, для получения лучших эффектов я предлагаю....”
- 3 „Сегодня уже 5 человек купило....”
- 4 „Это мой любимый продукт, благодаря ему у меня такой загар”
- 5 „Вы хотите продлить эффект загара? Будет лучше, если Вы используете...”
- 6 „Для улучшения загара в солярии мы используем протестированные косметические продукты”
- 7 „Вы хотите получить быстрый эффект? Очень хорошо получилось. Потому что с ... Вы уже вечером увидите красивый оттенок загара”

Используя эти правила Тебе намного легче будет убедить Клиента – это работает уже во многих салонах!



**20 лет опыта в бизнесе**



**Присутствие на 30 рынках Европы, Азии и Ближнего Востока**



**Самое высокое качество предлагаемых услуг на мировом уровне**



**Широкий диапазон предлагаемых продуктов**



**Сертификация продуктов согласно обязывающему законодательству**



**Сотрудничество с проверенными поставщиками**



**Комплексное маркетинговое и логистическое обслуживание**



**POS поддержка (образцы, тестеры, печатные материалы)**

**ARS LONGA OU**

*– Твой самый лучший бизнес-партнёр*

(+372) 53 47 05 45, (+372) 55 59 26 53

[www.arslonga.ee](http://www.arslonga.ee)