

# La Quintessenza?

## Non fermarsi mai.



Del suo meraviglioso Centro di Mestrino (a circa dieci chilometri da Padova), dove Manuela Bucalo ci ospita, non può che colpire innanzitutto il nome: la *Quintessenza*, il quinto elemento secondo Aristotele o, molto più comunemente, una parola che indica l'espressione massima. Quale sia l'espressione massima della professione che svolge è ciò che ci prefiggiamo di scoprire parlando con Manuela.

**Manuela Bucalo, del Centro "La Quintessenza" di Mestrino (PD), ha conseguito lo SPAss PI.CO Wellness e continua a lavorare sulla formazione, perché "non ci si può considerare mai arrivati".**

"La mia passione per l'estetica non è nata pre-stissimo", esordisce Manuela, "dato che sono diplomata nel settore turistico, e fino all'età di 23 anni ho fatto svariati lavori. È anche vero che fin da bambina sono stata a stretto contatto con questo mondo. Mia madre è Estetista e Massoterapista da tanti anni, e ricopre ancora un ruolo fondamentale nell'esercizio dell'attività: mi dà spessore, forza e sostegno, tutte le decisioni importanti vengono prese assieme. Credo che la vera passione sia nata nel periodo dell'adolescenza, ma mi ci sono voluti un po' di anni per rendermene conto".

**A 23 anni, dunque, l'estetica è entrata prepotentemente nella tua vita!**

Sì, lavoravo come impiegata presso un'azienda

che costruiva solarium. Un giorno mi sono chiesta se quel lavoro era quello che volevo fare e mi sono accorta che non mi stimolava. Nel contempo, vedevo mia madre sempre più soddisfatta e gratificata dal suo lavoro di Estetista e Massoterapista (che all'epoca svolgeva in un albergo termale) e quindi decisi di provare anch'io. Fui subito assunta come apprendista da un'amica di famiglia che possedeva un piccolo Centro estetico. Di lì a un mese, capii che quello era il mio destino e mi iscrissi alla Scuola di estetica. Iniziò un periodo molto faticoso, fatto solo di scuola e lavoro, che però mi è servito molto per formare le basi della mia carriera. Successivamente, ho lavorato per un lungo periodo in un Centro estetico e parrucchiere, e ho poi frequentato corsi di riflessologia corpo, riflessologia

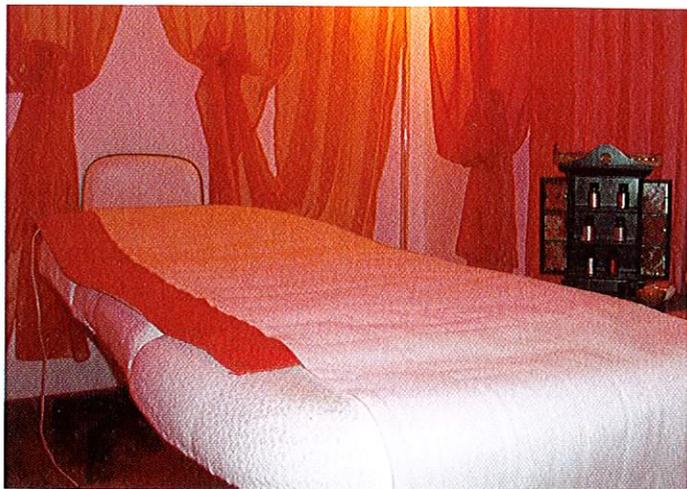
plantare, ayurveda e altre tecniche ispirate alla tradizione cinese. Dopo cinque anni, decisi che ero pronta e assieme a mia madre abbiamo aperto "La Quintessenza".

*La Quintessenza è una day spa di 165 mq suddivisa in tre aree: zona benessere/estetica, umida (bagno turco, piscina idromassaggio, doccia emozionale) e solarium (lettino, doccia, trifacciale). Al suo interno, si effettuano servizi e trattamenti viso e corpo basic e high-performance, con apparecchiature all'avanguardia per avere risultati ancora più sorprendenti e duraturi. Servizi molto richiesti dalla clientela del Centro sono i massaggi: dal drenante all'anticellulite, allo shiatsu, a tecniche di riequilibrio energetico, riflessologia del corpo e del piede. Il Centro "La Quintessenza" è una realtà "powered by PI.CO", in cui PI.CO Wellness ha attivato strategie accuratamente pianificate e controlli "sistematici", che hanno messo il Centro in condizioni di ottenere risultati eclatanti.*

**Da Estetista, ma anche Spa Manager e titolare del tuo Centro, quanto giudichi importante la conoscenza dei principali strumenti di gestione, oltre che delle tecniche beauty?**

Ho frequentato diversi corsi di marketing per capire come gestire al meglio il mio Istituto, ma nessuno mi ha dato quelle soluzioni pratiche e attuabili che ho avuto dai corsi SPAss PI.CO Wellness. Ho deciso di intraprendere quel percorso, perché credo moltissimo nella formazione costante, e avere conseguito lo SPAss è per me come conseguire la "laurea del benessere".

Diventare un'Estetista sempre più specializzata e in grado di saper fare qualunque cosa è secondo me un bell'obiettivo. Finora, il corso che mi ha conquistato davvero è lo "SPA Manager: dirigere con successo" ma nella quotidianità mi ritrovo di frequente ad applicare gli insegnamenti del corso "P.R.I.D.E System". Un concetto mi ha particolarmente colpito: quello del punto di pareggio. Sono convinta che tutto parta da lì, se non si ha questo dato non si sa dove si sta andando e se la direzione che si sta prendendo è quella giusta. In pratica, quando studiavo una promozione non capivo se la scontistica che applicavo mi permetteva di coprire almeno i costi fissi e da dove partiva la "linea" per avere un margine di guadagno. PI.CO



Manuela Bucalo

WELLNESS mi ha fornito questi dati su mia richiesta nel check-up strategico.

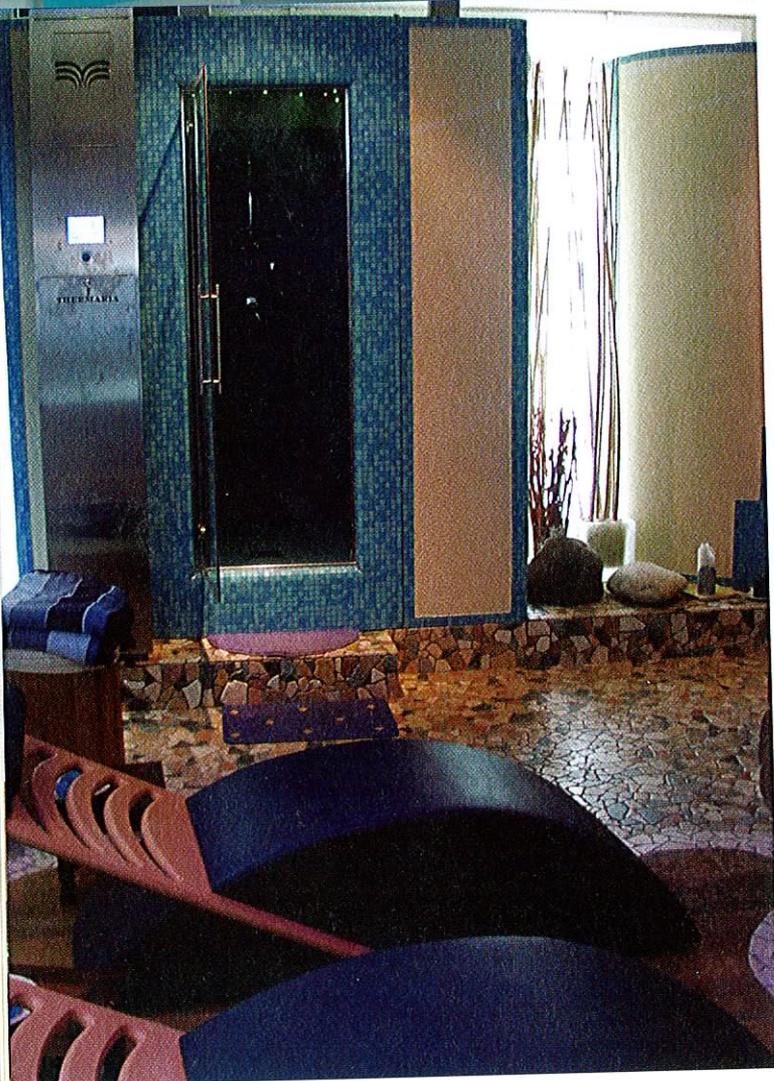
La consulenza PI.CO Wellness, per il Centro di Mezzano dal punto di vista strategico ha comportato la realizzazione del check-up e del piano di *Customer Relationship Management* che, secondo Manuela, ha dato notevoli vantaggi tra cui l'aumento della motivazione del personale e della spesa media del cliente, l'ampliamento del menù dei servizi, la crescita del fatturato e l'utilizzo di aree che prima venivano prese poco in considerazione.

**La formazione serve a valorizzare il lavoro di Estetista?**

Purtroppo il lavoro di Estetista oggi è molto sottovalutato. Pochi sanno quanto studio e dedizione necessari ed è per questo che ne parlo spesso con le mie clienti, per far capire loro l'importanza della professionalizzazione in questo settore.

Da parte nostra (e di chi decide di fare questo mestiere) non possiamo che continuare a impegnarci con serietà, coerenza, aggiornamenti continui, mettendoci in gioco costantemente perché in questo lavoro non si è mai "arrivati". Importantissimo, secondo me, è cercare un'azienda strutturata che abbia prodotti sicuri ed efficaci e che ti segua soprattutto a livello consulenziale: con Pevonia e PI.CO Wellness ho trovato tutto quello che cercavo da un po' di anni.

"Pevonia - sostiene Manuela - è sinonimo di linee naturali e molto performanti, prodotti high-tech, garanzia di risultato grazie al binomio scienza e natura. In questo momento tutti cercano il sistema LUMAFIRM Lift & Glow che dopo la presentazione nella Golden Week ha riscosso un notevole successo, ➔



tamento settimanalmente, strumenti commerciali già pronti all'utilizzo e molto efficaci al raggiungimento di obiettivi prefissati, collaboratori molto più motivati e entusiasti, clientela che da servizi base evolve in servizi benessere.

**La clientela maschile è in aumento anche sui trattamenti viso... vedendo il risultato sulle proprie mogli alcuni mariti ci hanno contattato per fare lo stesso "programma". Anche le teenager sono in crescita, stimolate dalle mamme che hanno capito l'importanza della prevenzione estetica.**

**In sintesi, quando ti senti davvero soddisfatta?**

Quando finisco un trattamento viso o corpo e vedo i risultati del mio lavoro, ma lo sono ancora di più quando la cliente prende consapevolezza ed è entusiasta dei risultati ottenuti. Mi affascina avere a che fare con tante persone, molte delle quali si affezionano e vedono in me una "guida", chiedono consigli. Questo mi fa sentire utile agli altri e mi arricchisce interiormente ed è importante. Non a caso, come spiegano nei corsi PI.CO Wellness, bisogna subito capire qual è davvero l'obiettivo di ogni persona che entra nel Centro, per riuscire ad entrare in sintonia con il cliente, comprendere le sue esigenze e fare la proposta più adeguata per soddisfarle. Fortunatamente, il mio istinto naturale e il mio carattere spontaneo mi hanno sempre aiutato.

La "quintessenza", intesa come il segreto del successo di Manuela, sta dunque nel non fermarsi mai, nello "spegnere le luci" solo dopo avere concluso la giornata di lavoro, pensando di aver aiutato qualcuno a trovare un po' di sollievo dallo stress quotidiano, di aver migliorato il suo aspetto, il suo stato psicofisico e, di conseguenza, anche la sua autostima. ■

→ grazie ai sei nuovi magnifici attivi, presenti per la prima volta, anche al trattamento liofilizzato domiciliare che dona luminosità e un effetto lifting naturale. Poi, seguono tutti i trattamenti con l'apparecchiatura ad ossigeno".

#### **Descrivici il cliente tipo della "Quintessenza".**

Sono clienti che prima effettuavano servizi solo di base e si sono evoluti fino a prendersi cura del viso e del corpo, anche grazie alla Golden Week e ai trattamenti delle settimane del benessere Pevonia. La clientela maschile è in aumento anche sui trattamenti viso... vedendo il risultato sulle proprie mogli alcuni mariti ci hanno contattato per fare lo stesso programma. Anche le teenager sono in crescita, stimolate dalle mamme che hanno capito l'importanza della prevenzione estetica. Il cliente generalmente chiede risultati visibili immediati e che non comportino un eccessivo dispendio di tempo. Tutte le linee Pevonia rispondono a queste esigenze, soprattutto Lumafirm e il trattamento al caviale.

#### **Cosa farà Manuela, per se stessa e per il suo Centro, nel prossimo futuro?**

I miei propositi sono aumentare la professionalità del mio ruolo di Spa Manager e creare un team olistico per trarre il massimo della soddisfazione in questo settore. Il mio desiderio è diventare una vera "Specialista del benessere" e che La Quintessenza diventi il simbolo di questa realtà... magari aumentandone anche il fatturato complessivo! I risultati visibili sono tanti: un metodo di lavoro che mi permette di essere più serena perché seguita e rassicurata costantemente dal consulente di zona con cui ho appun-

