

# La motivazione va alimentata.

**Se cresce l'Estetista, cresce l'Istituto,  
ma per essere la "migliore" bisogna innanzitutto crederci!**

di Salvatore Picucci



**In tutti i manuali di negoziazione, una delle regole più importanti è che qualsiasi minaccia deve essere credibile, altrimenti produce l'effetto contrario. Se dalle minacce passiamo alle prospettive, il risultato non cambia: per un'Estetista anche l'idea di poter maturare professionalmente e avere la giusta "ricompensa" per il suo impegno deve essere altrettanto credibile e realizzabile.**

## **Le persone sono importanti.**

L'Istituto migliore, quello meglio equipaggiato sotto il profilo tecnico, il più bello dal punto di vista architettonico non riuscirà mai a raggiungere i suoi obiettivi senza motivare chi lavora al suo interno.

È vero che, *a priori*, titolari e gestori della struttura devono avere definito i traguardi generali, ma da essi devono derivare delle *job description* corrette e degli obiettivi personali specifici, misurabili, realistici, che abbiano un limite temporale e che si possano raggiungere attraverso un operato quotidiano che segua percorsi certi. Se ci sono queste premesse, l'Estetista può iniziare a costruire un rapporto duraturo con le persone che a lei ogni giorno si affidano.

## **Valore e aspettative costruiscono la motivazione.**

Al settore del benessere si adatta, alla perfezione, il modello del professor Victor Vroom, noto per il suo libro *Work and Motivation*. Un'Estetista motivata (ma, in generale, il discorso vale per l'intero genere umano) si differenzia da una sua collega non altrettanto incentivata, perché ha in sé la convinzione di riuscire a raggiungere la sua mèta, e di essere in grado di svolgere il compito affidatole senza problemi.

La tesi del professor Vroom è che la motivazione sia influenzata sia dall'aspettativa del risultato che precede l'azione, sia dal valore del raggiungimento dell'obiettivo, in base a tre variabili:

- l'**Aspettativa**, ovvero quanto una persona pensa di poter avere successo;
- la **Strumentalità**, legata al fatto che all'impegno corrisponda una ricompensa;
- il **Valore**, cioè che quella ricompensa abbia (o non abbia, in caso negativo) valore per lui.

## **La motivazione nella case history PI.CO Wellness.**

Una corretta applicazione di questa teoria motivazionale è nel sistema dei *Key Performance Indicators* (KPI) applicata nei Centri di Eccellenza PI.CO Wellness. I KPI sono misure quantitative e quantificabili, identificate e definite in anticipo, che riflettono i fattori critici di successo e dan-

no a tutti i collaboratori una chiara rappresentazione di cosa è importante e di cosa si ha bisogno per raggiungere i traguardi stabiliti per l'Istituto. In questo senso, aiutano a definire e misurare i progressi compiuti per raggiungere gli obiettivi della propria organizzazione fino al livello della singola operatrice.

Per la valutazione del rendimento di un'Estetista professionista, i KPI possono misurare due tipi di elementi: l'**"efficienza presenza"**, relativa al rapporto tra ore lavorate (fatturate) in cabina, e le ore presenza (EPRE) e l'**efficacia professionale** (EPRO), che corrisponde al rapporto tra il valore del prodotto venduto e quello del servizio erogato. È il caso, parlando di EPRO, di sgombrare subito il campo da eventuali strumentalizzazioni. Questo tipo di valutazione non esiste per esaltare le doti di "venditrice" di un'Estetista, ma per capire quanto la professionista sia percepita dalla cliente come dovrebbe, cioè come una "beauty specialist".

## **Risultati che si possono raggiungere.**

Le performances incidono sul livello annuale di retribuzione delle operatrici. Per l'esattezza, gli incentivi potrebbero raggiungere fino a un massimo del 30% della retribuzione fissa all'ottenimento della performance minima basata sui KPI. Dato l'inquadramento base, si dovrebbe ottenere poi il passaggio al livello successivo, quando per sei mesi consecutivi è stato garantito il rendimento minimo e raggiunto il budget del livello superiore. Per approfondire questa ed altre tematiche relative ai Centri di Eccellenza PI.CO Wellness, è a disposizione un'apposita sezione del sito [www.picowellness.it](http://www.picowellness.it) dedicato in maniera specifica alle *case histories*.

Le "chiavi del successo" di un giusto approccio motivazionale aprono le porte dello sviluppo, dunque, all'Istituto ma anche alla professionalità delle Estetiste, le quali, già dopo un mese, possono sentirsi premiate e incentivate a capire e consigliare servizi e trattamenti *high performance*, poichè cresce in loro la percezione delle aspettative e del valore intrinseco del lavoro che svolgono. ■