

RIEPILOGO SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Sviluppare l'offerta dei servizi in coerenza con le tendenze dettate dalla moda, dalle innovazioni cosmetologiche ed estetiche e in rapporto alle esigenze della clientela, avendo cura di definire e promuovere azioni di comunicazione e promozione degli stessi

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Sviluppo servizi: **3 casi**

Dimensione 2 - Promozione/Vendita: **6 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 2 - Gestire gli aspetti amministrativi del centro benessere (centro estetico o SPA), curando l'espletamento degli adempimenti ordinari per la gestione economica dell'esercizio

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Gestione personale: **1 caso**

Dimensione 2 - Gestione rifiuti speciali: **1 caso**

Dimensione 3 - Gestione economica e corrispettivi: **4 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 3 - Gestire i fabbisogni di approvvigionamento materiali, verificando e monitorando le giacenze di merce e presidiando i rapporti con i fornitori

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Gestione dei fornitori: **4 casi**

Dimensione 2 - Giacenze e resi: **3 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 4 - Pianificare il lavoro del centro benessere (centro estetico o SPA), garantendo la presenza di collaboratori adeguati quantitativamente e qualitativamente al fabbisogno di risorse professionali, e gestendo gli appuntamenti del centro estetico e l'archivio delle schede informative sui clienti

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Organizzazione servizio e R.U.: **3 casi**

Dimensione 2 - Gestione appuntamenti: **3 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Sviluppare l'offerta dei servizi in coerenza con le tendenze dettate dalla moda, dalle innovazioni cosmetologiche ed estetiche e in rapporto alle esigenze della clientela, avendo cura di definire e promuovere azioni di comunicazione e promozione degli stessi

1 - SVILUPPO SERVIZI

Grado di complessità 3

1.3 INNOVATIVO

Valutare costi e beneficio nello sviluppare un nuovo servizio con l'utilizzo di attrezzature particolarmente "costose" o con ritualità "non abituali" per il target individuato/fidelizzato

Grado di complessità 2

1.2 RIPOSIZIONAMENTO OFFERTA

Individuare gli elementi per elaborare una strategia di riposizionamento della propria offerta (nuovi servizi estetici, filosofia applicata, ambientazione) attraverso lo studio della evoluzione della richiesta dei clienti dei centri benessere e l'analisi della offerta dei competitors

Grado di complessità 1

1.1 MANTENIMENTO VANTAGGIO COMPETITIVO

Individuare gli elementi utili per valutare il piazzamento della propria azienda (reputazione, indicatori fatturato/costo, dinamica prezzi), individuando e analizzando la concorrenza diretta e indiretta e studiando l'evoluzione dell'offerta del mercato dei servizi estetici

2 - PROMOZIONE/VENDITA

Grado di complessità 3

2.3 FIDELIZZAZIONE

Fidelizzare il cliente attraverso più modalità (es. promozioni, scontistiche, omaggi fedeltà, buoni regalo...), valutando costi e benefici

2.3 VALUTAZIONE

Valutare l'efficacia delle attività promozionali svolte avvalendosi eventualmente di una consulenza specializzata in caso di campagne promozionali importanti (es. lancio nuova struttura)

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

Grado di complessità 2

2.2 CONSULENZA

Sulla base delle necessità/bisogni del cliente rispetto ai prodotti da utilizzare a domicilio, fornire chiarimenti e ulteriori consigli rispetto ai prodotti impiegati (schede tecniche)

2.2 SOCIAL MEDIA MARKETING

Promuovere l'offerta attraverso strumenti di social media marketing (es. facebook) monitorando la reputazione del servizio e mantenendo vivo nel tempo l'interesse della clientela

Grado di complessità 1

2.1 PROMOZIONE DIRETTA

Realizzare attività di promozione diretta in struttura (es. presentazione di nuovi servizi, eventi, dimostrazioni) gestendo su supporto cartaceo l'informazione ai potenziali clienti (es. volantino)

2.1 PROPOSTA DI VENDITA

Vendere i prodotti specifici per la continuazione del trattamento a domicilio, specificando costi, scadenze e modalità di utilizzo

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Obiettivi strategici (p.e mantenimento vantaggio competitivo, riposizionamento offerta, innovazione servizi)
- Caratteristiche del contesto di riferimento
- Caratteristiche della domanda consumatori
- Tipologia e caratteristiche servizi offerti e prodotti utilizzati
- Dinamiche di prezzo
- Soddisfazione del cliente
- Caratteristiche dei competitors
- Nuove tendenze ed esigenze
- Tipologie e caratteristiche dei mezzi e dei canali di promozione e comunicazione (promozione diretta: presentazioni, sconti, etc.; social media, etc.)

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di analisi del mercato
- Tecniche di valutazione costi e benefici
- Tecniche di promozione e comunicazione

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Offerta di servizi sviluppata sulla base degli obiettivi identificati
- Attività di promozione e comunicazione attivate

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Almeno due tipologie di obiettivi strategici per il posizionamento di mercato

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Studio di caso. A partire da input forniti, relativi ad una tipologia di obiettivo strategico e alle caratteristiche de mercato, sviluppo di un offerta di servizi
2. Colloquio tecnico relativo ai comportamenti di offerta relativi alla strategia no oggetto della prova prestazionale. Descrizione delle fonti e delle variabili da tenere in considerazione per una ricerca di mercato

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Gestire gli aspetti amministrativi del centro benessere (centro estetico o SPA), curando l'espletamento degli adempimenti ordinari per la gestione economica dell'esercizio

1 - GESTIONE PERSONALE

Grado di complessità 1

1.1 TENUTA AMMINISTRATIVA

Comunicare al proprio consulente del lavoro le informazioni relative al personale assunto (es. registro presenze), provvedendo in prima persona alla tenuta dei libri obbligatori (es. Libro matricola, presenze, registro infortuni)

2 - GESTIONE RIFIUTI SPECIALI

Grado di complessità 1

2.1 GESTIONE REGISTRO

Gestire i rifiuti secondo normativa, individuando l'azienda preposta al ritiro e aggiornando puntualmente il registro

3 - GESTIONE ECONOMICA E CORRISPETTIVI

Grado di complessità 3

3.3 GESTIONE ECONOMICA

In accordo con il proprio consulente, provvedere alla tenuta economica del centro benessere, effettuando i versamenti dei corrispettivi, mantenendo controllata la cassa (entrate ed uscite) e il ripristino del fondo cassa quando necessario

Grado di complessità 2

3.2 CORRISPETTIVI

In raccordo con il proprio consulente (es. studio commercialista) provvedere alla tenuta del registro dei corrispettivi nel rispetto della legislazione vigente e delle procedure contabili

3.2 INCASSI

Ricevere il pagamento in contanti o con altre forme (carte elettroniche, assegni bancari, bonifici,

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

finanziamenti) utilizzando gli strumenti di controllo appropriato, nel rispetto della normativa vigente

Grado di complessità 1

3.1 PRESENTAZIONE CONTO

Sulla base del servizio effettuato (es. servizio estetico, prestazione d'opera, vendita del prodotto specifico per il mantenimento, ...) compilare/emettere il documento fiscale (es. fattura, scontrino, ricevuta, ...) tenendo conto di eventuali scontistiche

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Libri e registri obbligatori per la gestione del personale e dell'amministrazione economica e contabile (p.e. registro presenze, libro matricola, registro infortuni, prima nota, registro dei corrispettivi, etc.)
- Tipologia di informazioni da comunicare ai consulenti (del lavoro e commercialista)
- Registratori di cassa
- Mezzi di pagamento
- Documenti fiscali (fatture, scontrini, bolle, etc)
- Registro per la gestione dei rifiuti speciali
- Normativa vigente in materia di gestione dei rifiuti
- Normativa vigente in materia di gestione adempimenti del personale
- Normativa vigente in materia di gestione economico amministrativa

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Operatività della registrazione dei documenti (del personale, contabili)
- Operatività della registrazione smaltimento rifiuti speciali
- Operatività della gestione incassi

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Operazioni amministrative e fiscali registrate e comunicate ai consulenti dedicati
- Operazioni relative allo smaltimento dei rifiuti speciali registrate

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme dell'operatività di registrazione dei documenti per la gestione del personale, economica e corrispettivi e dei rifiuti speciali

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: simulazione, a partire da input forniti, della registrazione di una serie di operazioni economiche e dei corrispettivi
2. Colloquio tecnico relativo a descrizione delle informazioni (e delle tempistiche) da comunicare ai consulenti del lavoro e commercialisti

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

SCHEMA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Gestire i fabbisogni di approvvigionamento materiali, verificando e monitorando le giacenze di merce e presidiando i rapporti con i fornitori

1 - GESTIONE DEI FORNITORI

Grado di complessità 3

1.3 MONITORAGGIO OFFERTE

Tra le offerte e i preventivi ricevuti, identificare quelli che meglio soddisfano i criteri individuati come strategici in tema di approvvigionamento, monitorando l'iter degli ordini svolti e intervenendo in caso di ritardi e/o problematiche insorgenti

Grado di complessità 2

1.2 NEGOZIAZIONE

Partendo dalla lista dei fornitori stilata in base a più parametri (es. preventivi precedenti, qualità del servizio e delle merci, esigenze del centro benessere) gestire la negoziazione con il fornitore tenendo conto dei principi di comunicazione efficace e nel rispetto delle normative sulla compravendita

1.2 ORDINI PER SERVIZI E ATTREZZATURE

Effettuare ordini rispetto a servizi (es. manutenzione straordinaria attrezzature, manutenzione locali) o acquisto attrezzature del centro estetico, tenendo conto delle strategie aziendali ed elaborando il relativo ordine

Grado di complessità 1

1.1 ORDINE MATERIALI

Individuare tipi e quantità di merce da ordinare, tenendo conto delle strategie aziendali in tema di approvvigionamento, delle previsioni di utilizzo dei prodotti cosmetici ed elaborando il relativo ordine

2 - GIACENZE E RESI

Grado di complessità 2

2.2 SCORTE

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

Analizzare la rotazione delle scorte al fine di individuare quando e quanto ordinare per ogni singolo prodotto a partire dai dati storici di carico/scarico del magazzino

Grado di complessità 1

2.1 VERIFICA MAGAZZINO

A partire dai dati delle giacenze dei singoli prodotti presenti in magazzino, controllare e aggiornare le corrispondenze tra giacenze fisiche e dati contabili, verificando eventuali difformità

2.1 RESI

Alla luce degli accordi contrattuali, gestire la riconsegna dei resi, tenendo conto delle normative della compravendita e di quelle fiscali e tributarie relative

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Strategie e obiettivi del centro estetico
- Tipologia di servizi e trattamenti offerti
- Previsioni consumo prodotti
- Giacenze magazzino e rotazione delle scorte
- Caratteristiche e stato di usura e funzionamento attrezzature
- Caratteristiche dei fornitori (es. preventivi precedenti, qualità del servizio e delle merci, tempi di consegna, etc.)
- Offerte e preventivi ricevuti
- Tipologia e caratteristiche contratti di compravendita

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di gestione del magazzino
- Tecniche di selezione e di valutazione dei fornitori
- Tecniche di definizione di un accordo commerciale

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Magazzino gestito
- Fornitori valutati e selezionati
- Ordini effettuati
- Accordi commerciali di fornitura stipulati

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di gestione del magazzino
2. L'insieme delle tecniche di valutazione e selezione dei fornitori
3. L'insieme delle tecniche di definizione di un accordo commerciale

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: studio di caso. A partire da dati relativi ad una serie di fornitori, selezione degli stessi ed impostazione delle condizioni contrattuali richieste
2. Colloquio tecnico relativo a modalità di gestione di una contrattazione in caso di non accordo su alcune delle condizioni contrattuali

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 4 - Pianificare il lavoro del centro benessere (centro estetico o SPA), garantendo la presenza di collaboratori adeguati quantitativamente e qualitativamente al fabbisogno di risorse professionali, e gestendo gli appuntamenti del centro estetico e l'archivio delle schede informative sui clienti

1 - ORGANIZZAZIONE SERVIZIO E R.U.

Grado di complessità 2

1.2 ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO

Organizzare le R.U. presenti nel centro benessere, valutando le prestazioni rese e definendo dei piani di miglioramento in base al potenziale ipotizzato e alle mansioni svolte

Grado di complessità 1

1.1 ACCOGLIENZA E CONGEDO

Verificare che l'accoglienza, il benvenuto e il congedo del cliente siano eseguiti dal team di lavoro presente (es. nel centro estetico, centro benessere, Spa, ...)

1.1 COLLABORAZIONE

Collaborare all'organizzazione dei turni e degli orari del personale presente in base alle loro mansioni specifiche

2 - GESTIONE APPUNTAMENTI

Grado di complessità 2

2.2 OTTIMIZZAZIONE PLANNING

Ottimizzare tempi, costi, risorse umane e logistiche, al fine di garantire la redditività del planning

2.2 ARCHIVIO CLIENTI

Organizzare l'archivio delle schede clienti, rispettando la normativa sui dati sensibili

Grado di complessità 1

2.1 DEFINIZIONE APPUNTAMENTO

Stabilire con il cliente le specifiche del servizio (data, orario, tempi di permanenza, tipo di servizio richiesto) utilizzando i diversi mezzi comunicativi (mail, telefono, in presenza etc)

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 4

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Strategie e obiettivi del centro estetico
- Tipologia di servizi e trattamenti offerti
- Orari del centro estetico
- Caratteristiche e numero del personale impiegato
- Archivio schede clientela
- Agenda cartacea o informatizzata
- PC e software applicativi

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di pianificazione del lavoro
- Tecniche di gestione risorse umane
- Tecniche di comunicazione

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Risorse umane gestite e organizzate in turni di lavoro
- Attività e appuntamenti pianificati

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di pianificazione del lavoro e di gestione delle risorse umane

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: studio di caso. Sulla base di un insieme di dati relativi alla tipologia di centro estetico, di risorse impiegate e di un agenda appuntamenti determinare il piano di lavoro di una giornata
2. Colloquio tecnico relativo a modalità di gestione di una criticità (data) partendo dal caso di cui alla prova prestazionale

ADA.20.01.01 - GESTIONE DEL CENTRO BENESSERE (CENTRO ESTETICO O SPA)

FONTI

Repertorio regione FVG

LEGGE 4 gennaio 1990, n. 1 - Disciplina dell'attività di estetista

DECRETO 21 marzo 1994, n. 352 - Regolamento recante i contenuti tecnico-culturali dei programmi, dei corsi e delle prove di esame al fine del conseguimento della qualifica professionale di estetista.

DECRETO del Presidente della Regione FVG 26 giugno 2015, n. 0126/Pres. "Regolamento in materia di esercizio delle attività di estetista, acconciatore e tintolavanderia di cui agli articoli 26, comma 4, 28, comma 6 e 40 bis, comma 3 della legge regionale 22 aprile 2002, n. 12

Daniela Virgintino, Andrea Bovero "Spa Management - Vivere, gestire, lavorare nel benessere", TECNICHE NUOVE

Andrea Bovero, Maria Teresa Ascoti "Comunicare la Bellezza e il Benessere" - TECNICHE NUOVE

Marco Pacori "Come Interpretare i Messaggi del Corpo"- GIUNTI

Massimo D'Angelillo, Antonio Montefinale, Daniela Montefinale "Come Avviare una SPA-hamman Sauna Centro Benessere" - CREA IMPRESA

Alberto Apostoli "Architettura delle spa - Linee guida, principi e filosofie per la progettazione, realizzazione e gestione"