

ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΣΔΟ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ

ΘΕΜΑ: Ινστιτούτα Υγιεινής Συστήματα Οργάνωσης και Διοίκησης –
Τρόποι Μάρκετινγκ και Διαφήμισης – Τρόπος λειτουργίας
συγκεκριμένου κέντρου (BODYLINE)

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΘΕΟΔΩΡΑ – ΧΡ. ΤΣΑΡΑΚΛΗΜΑΝΗ
ΕΙΣΗΓΗΣΗ: ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ
ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ



ΠΑΤΡΑ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2006

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

Είναι γνωστό, ότι μια Επιχείρηση, οποιουδήποτε μεγέθους ή με οποιοδήποτε αντικείμενο δραστηριότητας κι αν ασχολείται, αποτελείται από το συνδυασμό των συντελεστών παραγωγής δηλαδή της εργασίας, της γης και του κεφαλαίου. Πλην όμως δεν μπορεί να θεωρηθεί επιτυχημένη μια επιχείρηση, μια ομάδα ανθρώπων αν δεν υπάρχει επιτυχημένη σύνεση μεταξύ τους.

Όλοι αναγνωρίζουμε ότι για να υπάρξει επιτυχία της επιχείρησης, ή μιας ομάδας ατόμων, θα πρέπει κάποιοι να συνδέσουν σωστά τους ανθρώπους μεταξύ τους αλλά και με το αντικείμενο της εργασίας τους, έτσι ώστε να επιτύχουν τα επιθυμητά τους αποτελέσματα και τους στόχους που έχουν θέσει. Για να γίνει σωστά και με επιτυχία η σύνδεση των ατόμων μεταξύ τους αλλά και με το αντικείμενο της εργασίας και για να επιτευχθούν οι στόχοι της επιχείρησης καθοριστικό ρόλο παίζει η **Οργάνωση και Διοίκηση, το Μάρκετινγκ και η Διαφήμιση**. Δηλαδή με λίγα λόγια ο τρόπος που θα επιλέξει να λειτουργήσει και ο τρόπος που θα επιλέξει να χρησιμοποιήσει τους παραπάνω όρους (Οργάνωση και Διοίκηση, Μάρκετινγκ, Διαφήμιση) μια επιχείρηση.

Αν υποθέσουμε ότι μια επιχείρηση είναι ένας άνθρωπος και ότι η ψυχή είναι αυτή που του δίνει ζωή, έτσι και η Οργάνωση και Διοίκηση είναι ή ψυχή που δίνει ζωή στην επιχείρηση. Το ζήτημα της διοίκησης μιας επιχείρησης είναι αρκετά σπουδαίο και δύσκολο να αναλυθεί. Όλοι μας φαίνεται να έχουμε τις δικές μας απόψεις για τον καλύτερο τρόπο που θα μπορούσε να γίνει αυτή ή άλλη δουλειά. Εξάλλου όλες αυτές οι απόψεις διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους. Και φυσικό είναι αφού κάθε τι που εξετάζεται στην πράξη, παύει να είναι τόσο απλό, όσο είναι στη θεωρία. Είναι αλήθεια, ότι στα ζητήματα μελέτης των επιχειρηματικών προβλημάτων είναι απαραίτητη κάποια σχετική εμπειρία. Φυσικά τα προβλήματα της Διοίκησης είναι τα ίδια για κάθε οργανωμένη προσπάθεια του ανθρώπου, π.χ. στις εμπορικές Έπιχειρήσεις, κοινωνικές οργανώσεις, ινστιτούτα υγιεινής, κρατικούς οργανισμούς κτλ.

Διοίκηση σημαίνει να επιτυγχάνεις ορισμένα πράγματα με την εργασία διαφόρων εργαζομένων. Κύριο έργο λοιπόν της Διοίκησης είναι να μπορεί να επιλύει με το καλύτερο δυνατό τρόπο τα προβλήματα που έχει να αντιμετωπίσει καθημερινά μια επιχείρηση είτε αυτή είναι μικρή είτε είναι μεγάλη, χρησιμοποιώντας σωστά κάθε φορά όλα τα μέσα που έχει στην διάθεση της.

Πάρα πολλοί οικονομολόγοι και καθηγητές Πανεπιστημίου ασχολήθηκαν με το αντικείμενο του όρου της Οργάνωσης και Διοίκησης. Ο πρώτος που καθόρισε την έννοια και τους κανόνες της Διοίκησης, και έδωσε στον όρο «διοίκηση» συγκεκριμένο περιεχόμενο ήταν ο **Henri Faylor**.

Διοίκηση όπως την καθορίζει ο **Henri Faylor**, είναι η Πρόβλεψη (και Σχεδιασμός). Οργάνωση, Διεύθυνση, Συντονισμός και Έλεγχος.

Διοίκηση επιχειρήσεων επίσης σύμφωνα με τον ορισμό που έδωσε το **Ελληνικό Κέντρο Παραγωγικότητας** το 1961, είναι η οργάνωση και η κατεύθυνση της ανθρώπινης δραστηριότητας για την πραγματοποίηση αντικειμενικών σκοπών.

Διοίκηση Επιχειρήσεων ακόμα σύμφωνα με την **Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων** (1972) νοείται η καθολική εκείνη λειτουργία με την οποία επιτυγχάνεται ο αποτελεσματικότερος συνδυασμός των διαθέσιμων πόρων για την επίτευξη καθορισμένων στόχων.

Ο **Brench**, στο εγχειρίδιό του, «Αρχές και εφαρμογή της Διοικήσεως», πιστεύει πως η διοίκηση είναι μια κοινωνική λειτουργία, που απαιτεί υπευθυνότητα για την αποτελεσματική και οικονομική δραστηριότητα και προγραμματισμό μιας Επιχείρησης, προκειμένου να πραγματοποιηθεί κάποιος συγκεκριμένος στόχος.

Μια επίσης πολύ ουσιαστική λειτουργία της διοίκησης είναι η Οργάνωση. Για τον προσδιορισμό της έννοιας της οργάνωσης έχουν διατυπωθεί πολλοί ορισμοί, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται και οι ακόλουθοι:

1. **Οργάνωση**, σύμφωνα με την παραδοσιακή Σχολή της Διοίκησης, είναι μια τυπική διάρθρωση που σκοπεύει στην πραγματοποίηση κοινών στόχων.
2. **Οργάνωση** επίσης, είναι μια διαδικασία που προσδιορίζει και ομαδοποιεί την εργασία, που θα καθορισθεί και θα πραγματοποιηθεί, σε κάποιον τόπο εργασίας, καθορίζοντας και εξουσιοδοτώντας την ευθύνη και την εξουσία και θέτοντας σχέσεις με σκοπό να καταστούν δυνατά: α) η εκτέλεση της εργασίας, περισσότερο σωστά και αποδοτικά, από τους ανθρώπους και β) η εκπλήρωση των σκοπών της επιχείρησης κτλ.

3. **Οργάνωση** ακόμη, κατά την σύγχρονη Σχολή, είναι σύστημα σχετιζομένων μεταξύ τους μέσων (resources) που κάνουν δυνατή την εκπλήρωση ειδικών σκοπών. Τα μέσα αυτά είναι οι α)άνθρωποι β) οι μηχανές γ) τα χρηματικά κεφάλαια ε) οι ύλες και τα υλικά ζ) ο χρόνος η) το περιβάλλον.

Ο **Κώστας Τζωρτζάκης** και η **Αλεξία Τζωρτζάκη** στο βιβλίο τους «Οργάνωση και Διοίκηση» ονομάζουν τους όρους οργάνωση και διοίκηση ως «**Μάνατζμεντ**» και μας δίνουν δύο από τους πιο αντιπροσωπευτικούς ορισμούς.

- 1) Η Αμερικάνικη Ένωση του Μάνατζμεντ (American Management Association) χρησιμοποίησε το 1969 σαν ορισμό του Μάνατζμεντ τον εξής: Μάνατζμεντ είναι η δραστηριότητα με τη οποία ολοκληρώνεται κάποιο έργο μέσω άλλων ανθρώπων.
- 2) Ένας πιο πρόσφατος, όμως, ορισμός του Μάνατζμεντ είναι κάπως διαφορετικός: «Το Μάνατζμεντ είναι η δραστηριότητα κατά την οποία εργάζεται κανείς μαζί και μέσω άλλων ανθρώπων, για την ολοκλήρωση τόσο των στόχων της επιχείρησης, όσο και των στόχων των ατόμων που εργάζονται σε αυτήν».

Οι δύο παραπάνω ορισμοί διαφέρουν μεταξύ τους σε τρία βασικά σημεία . Ο τελευταίος είναι αυτός που διαφέρει από τον πρώτο σε τρία σημεία τα οποία είναι: α) Δίνει μεγαλύτερη έμφαση στον ανθρώπινο παράγοντα μέσα στην επιχείρηση. β) Δίνει μεγαλύτερη έμφαση στο αποτέλεσμα που πρέπει να επιτευχθεί, δηλαδή σε στόχους, και λιγότερο σε πράγματα ή δραστηριότητες.

γ) Εισάγει την ιδέα ότι η επίτευξη των στόχων της επιχείρησης θα πρέπει να ενοποιείται με την επίτευξη των στόχων των μελών της.

Από την παραπάνω ανάλυση του τελευταίου ορισμού του Μάνατζμεντ, προκύπτει πως το Μάνατζμεντ είναι η επιστήμη αλλά και τέχνη. Δύο είναι τα βασικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν το Μάνατζμεντ: η αποδοτικότητα και η αποτελεσματικότητα.

Ένας πέμπτος ορισμός για το τι σημαίνει οργάνωση και διοίκηση μας δίνει ο **Δημήτριος Ναζλής** στο βιβλίο του «Βασικές Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων». Με τον όρο Οργάνωση και Διοίκηση των Επιχειρήσεων εννοούμε την ανθρώπινη εκείνη δραστηριότητα που καθιστά δυνατή την εγκαθίδρυση αλλά και διατήρηση ενός εσωτερικού περιβάλλοντος τέτοιου που να επιτρέπει στα άτομα να εργάζονται μέσα σ' αυτό αποτελεσματικά και αποδοτικά, με άλλα λόγια παραγωγικά, με σκοπό να επιτύχουν ορισμένους κοινούς (ομαδικούς) αντικειμενικούς σκοπούς.

Ένας δεύτερος παράγοντας που παίζει καθοριστικό ρόλο στο να γίνει σωστά η σύνδεση μεταξύ των ατόμων αλλά και με το αντικείμενο της εργασίας είναι και το **Μάρκετινγκ**.

Το Μάρκετινγκ σήμερα είναι μια δημοφιλής λέξη. Δύσκολα θα βρει κανείς δημοσιεύσεις σχετικές με τις επιχειρήσεις, που να μην αναφέρονται στο Μάρκετινγκ. Τι είναι, όμως, ακριβώς το Μάρκετινγκ; Για πολλούς είναι η **διαδικασία της πώλησης**, για άλλους είναι **διαφήμιση και προώθηση**. Ορισμένοι άλλοι το ορίζουν το Μάρκετινγκ ως **έρευνα της αγοράς** για τον εντοπισμό των αναγκών των καταναλωτών. Όλα αυτά και κάτι περισσότερο είναι το Μάρκετινγκ. Κατά την ανάλυση των παραπάνω εννοιών παρατηρεί κανείς ότι, ενώ το Μάρκετινγκ δεν είναι η διαδικασία της πώλησης, εντούτοις, το αποκορύφωμα για ένα επιτυχημένο Μάρκετινγκ είναι μια κερδοφόρος πώληση.

Το Μάρκετινγκ ερευνά και εντοπίζει την ανάγκη που υπάρχει σε μια συγκεκριμένη αγορά και στη συνέχεια αναπτύσσει το κατάλληλο προϊόν ή υπηρεσία για την ικανοποίηση αυτής της ανάγκης.

Στην πραγματικότητα, το Μάρκετινγκ είναι έννοια ευρύτερη από οποιαδήποτε άλλη έννοια που αναφέρθηκε παραπάνω και δεν μπορεί να διατυπωθεί με μία μόνο λέξη.

Ο όρος Μάρκετινγκ χρησιμοποιείται σήμερα σε πολλά κράτη από επιχειρήσεις, οργανισμούς και ιδρύματα, για να δηλώσει τις ενέργειες και δραστηριότητες εκείνες που έχουν σχέση με την έρευνα αγοράς, τον προγραμματισμό και την ανάπτυξη των προϊόντων, τις μεθόδους και τους τρόπους διανομής, την κοστολόγηση και τον καθορισμό τιμών, τους όρους και τρόπους πληρωμής, και γενικά την οργάνωση και διοίκηση των ασχολιών μιας επιχείρησης, που ακολουθούν ένα προϊόν από την κατασκευή του μέχρι την χρησιμοποίησή του από τον τελικό καταναλωτή. Όλες αυτές οι ενέργειες και ασχολίες περικλείονται στην έννοια «Μάρκετινγκ».

Ακόμη, θα μπορούσαμε, πιο απλά να πούμε ότι το Μάρκετινγκ περιλαμβάνει και την έννοια της ανταλλαγής, ή γενικά των ανταλλαγών που σκοπεύουν να ικανοποιήσουν ανθρώπινες ανάγκες και επιθυμίες.

Έτσι το Μάρκετινγκ, μπορεί να ορισθεί σαν το σύνολο των ενεργειών μιας επιχείρησης, που αποβλέπουν στην αναγνώριση (επισήμανση) των αναγκών του καταναλωτή, στην ανάπτυξη των προϊόντων και υπηρεσιών, που ανταποκρίνονται στις ανάγκες αυτές, και στη δημιουργία ζήτησης γι' αυτά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες με σκοπό τις επικερδείς πωλήσεις.

Το **Βρετανικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ** χρησιμοποιεί τον ακόλουθο ορισμό:

Μάρκετινγκ είναι η διαδικασία της διοίκησης, με την οποία εντοπίζονται, προβλέπονται και ικανοποιούνται οι ανάγκες του καταναλωτή με κάποιο κέρδος για την επιχείρηση.

Ένας άλλος απλός ορισμός του **Μάρκετινγκ** είναι αυτός που ορίζει το **Μάρκετινγκ** ως τη διαδικασία που συνδυάζει τα μέσα της επιχείρησης με τις ανάγκες του καταναλωτή.

Δύο άλλους ορισμούς για το τι είναι **Μάρκετινγκ** μας δίνει ο καθηγητής **Άλκης Μαγδαληνός** στο βιβλίο του «Το σύγχρονο Μάρκετινγκ-Πλαίσια και υποδομή». Κατά τον κ. Μαγδαληνό **Μάρκετινγκ** είναι: το Μάρκετινγκ αποτελείται από όλες εκείνες τις επιμέρους λειτουργίες, οι οποίες καταλήγουν στην μεταβίβαση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας από την παραγωγή στην κατανάλωση. Υπ' αυτήν την έννοια το Μάρκετινγκ περιλαμβάνει μια σειράν φάσεων κατά την εκτέλεση του. Αυτές είναι:

- η τελική διαμόρφωση και η ποιότητα, μέγεθος ή τύπος διαλογής και χαρακτηρισμός των προϊόντων,
- η συσκευασία,
- η εμπορία και η προώθηση,
- η μεταφορά και η αποθήκευση
- η ανάληψη κινδύνων
- η τιμολογιακή πολιτική
- η πιστοδότηση των πελατών.

Εκτός από τις παραπάνω λειτουργίες το **Μάρκετινγκ** περιλαμβάνει και άλλες.

Ο δεύτερος ορισμός είναι: Το **Μάρκετινγκ** αντιπροσωπεύει την συνεχή προσπάθεια για την δημιουργία των ιδανικότερων και οικονομικότερων συνθηκών για την διευκόλυνση της

διαδικασίας των πωλήσεων προϊόντων και υπηρεσιών με βασικό στόχο την ικανοποίηση του τμήματος των καταναλωτών προς το οποίο απευθύνεται η επιχείρηση, και την συνεπαγόμενη απόκτηση κερδών για την επιχείρηση σε σχέση με την γενικότερη πολιτική λειτουργία της.

Ο καθηγητής John V. Petrof ζήτησε από τους φοιτητές του να προσπαθήσουν να δώσουν έναν ορισμό για το τι είναι Μάρκετινγκ, χωρίς να ερευνήσουν τα βιβλία τους ή να έχουν γνώση του θέματος. Μερικοί θαρραλέοι σπουδαστές προσπάθησαν να απαντήσουν στην ερώτηση. Μερικοί ορίζουν το Μάρκετινγκ ως «διανομή». Άλλη ταυτίζουν το Μάρκετινγκ με τις «πωλήσεις». Άλλες απαντήσεις, τέλος ορίζουν το Μάρκετινγκ ως την «ανταλλαγή» και «προώθηση».

Με βάση τα παραπάνω καθιστάτε πλέον φανερό, ότι εννοιολογικός το Μάρκετινγκ δεν αναφέρεται μόνον στην διάθεση ενός προϊόντος, αλλά προηγείται και αυτής της παραγωγής του. Η επιτυχία μιας επιχείρησης θα εξαρτηθεί από το βαθμό ικανοποίησης μιας συγκεκριμένης ανάγκης των πελατών της. Για την εξασφάλιση της ικανοποίησης των πελατών, η επιχείρηση πρέπει να συμβουλευείται, συνεχώς το περιβάλλον της και να προσαρμόζεται προς αυτό. Αυτό είναι, εν ολίγοις, το «Μάρκετινγκ».

Ο **Κώστας Τζωρτζάκης** στο βιβλίο του «Αρχές Διοίκησης Μάρκετινγκ» μας λέει ότι το Μάρκετινγκ είναι ένα ολοκληρωμένο σύστημα δραστηριοτήτων, που σχετίζονται μεταξύ τους και με τις οποίες οι επιχειρηματίες επιδιώκουν να ικανοποιήσουν τις κοινωνικές ανάγκες αντί κάποιου κέρδους. Το Μάρκετινγκ πρέπει να δίνει μεγαλύτερη έμφαση στις δραστηριότητες, οι οποίες προηγούνται από την απόφαση

παραγωγής ενός προϊόντος και από τις αποφάσεις της προμήθειας εμπορευμάτων.

Τέλος ο **Subhawh C. Jain** μας γράφει στο βιβλίο του «Στρατηγικός Σχεδιασμός, Μάρκετινγκ» ότι: Μάρκετινγκ είναι η επιχειρησιακή διαδικασία η οποία προσδιορίζει τις ανάγκες και επιθυμίες του καταναλωτή, και καθορίζει σε ποιές αγορές μπορεί μια επιχείρηση να ανταγωνισθεί με επιτυχία έτσι ώστε να σχεδιάσει τα κατάλληλα προϊόντα, υπηρεσίες και προγράμματα για να «εξυπηρετήσει» αυτές τις αγορές. Το Μάρκετινγκ είναι όμως κάτι παραπάνω από μια απλή διαδικασία: είναι περισσότερο η φιλοσοφία που καθοδηγεί μια επιχείρηση για να μπορέσει να επιτύχει τους προγραμματισμένους στόχους της. Κύριος στόχος του Μάρκετινγκ είναι συνεπώς η επικερδής για την επιχείρηση ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των πελατών της μέσω της δημιουργίας σχέσεων «προστιθέμενης αξίας» με αυτούς (π.χ., προσφορά πακέτων που συνδυάζουν προϊόντα ποιότητας με πρόσθετες υπηρεσίες).

Για να πωληθεί ένα προϊόν, πρέπει να ικανοποιεί μια συγκεκριμένη ανάγκη του καταναλωτή κι ότι πρέπει, επίσης, να επιλέγει το κατάλληλο δίκτυο διανομής και η κατάλληλη τιμή πώλησης του.

Παρ' όλα αυτά, όλες οι παραπάνω αποφάσεις και ενέργειες δεν επαρκούν, προκειμένου να πωληθεί ένα προϊόν. Η επιχείρηση πρέπει να επικοινωνήσει με το τμήμα της αγοράς προς το οποίο απευθύνει το προϊόν της, για να πληροφορήσει τους καταναλωτές για την ύπαρξη του προϊόντος, τονίζοντας συγχρόνως τα χαρακτηριστικά και τα πλεονεκτήματά του.

Έτσι, η επιχείρηση, δια μέσου των στοιχείων του συστήματος επικοινωνίας, προσπαθεί να πληροφορήσει και να πείσει τους καταναλωτές ότι αυτή η ίδια είναι η καλύτερη πηγή ικανοποίησης αναγκών και ότι το προϊόν το οποίο τους προσφέρει θα ικανοποιήσει τη συγκεκριμένη ανάγκη τους.

Ένα σύστημα επικοινωνίας που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για την προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών και αποτελεί την πιο κερδοφόρα επένδυση είναι η **διαφήμιση**.

Διαφήμιση όπως μας την ορίζει ο **Κώστας Τζωρτζάκης** και η **Αλεξία Τζωρτζάκη** στο βιβλίο τους «Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ Η Ελληνική Προσέγγιση» είναι: η απρόσωπη μαζική επικοινωνία, η οποία περιέχει το στοιχείο της πληρωμής, με τελικό σκοπό τη μετάδοση πληροφοριών και τη δημιουργία μίας ευνοϊκής γνώμης στους καταναλωτές για το προϊόν ή την επιχείρηση που διαφημίζεται, και έτσι να συμβάλλει στην προαγωγή των επιχειρησιακών στόχων.

Οι διαφημίσεις ταξινομούνται σε δύο κατηγορίες: α) τη διαφήμιση του προϊόντος ή υπηρεσίας και β) τη διαφήμιση της επιχείρησης που παράγει το προϊόν ή την υπηρεσία. Η δεύτερη κατηγορία έχει ως στόχο την αύξηση της φήμης της επιχείρησης και όχι την αύξηση των πωλήσεων των προϊόντων ή υπηρεσίας της.

Γενικότερος σκοπός της διαφήμισης είναι να διατηρήσει, να προσελκύσει και να αυξήσει την πελατεία μίας επιχείρησης, γιατί έτσι αυτή θα βελτιώσει την απόδοση των επενδεδυμένων κεφαλαίων της.

Τα κυριότερα διαφημιστικά μέσα που χρησιμοποιούνται στη χώρα μας, κατά σειρά προτίμησης, είναι: η τηλεόραση, τα περιοδικά, οι εφημερίδες και το ραδιόφωνο.

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Τα τελευταία χρόνια, το κοινό έχει δείξει περισσότερο ενδιαφέρον στην υγεία και ομορφιά του δέρματός του περισσότερο από άλλοτε. Τα Ινστιτούτα ομορφιάς και οι υπηρεσίες ομορφιάς που προσφέρουν έχουν εξελιχθεί, για να ικανοποιήσουν το αυξημένο ενδιαφέρον του κοινού. Σαν αποτέλεσμα αυτών των νέων υπηρεσιών, περισσότερες νέες θέσεις εργασίας περιμένουν τους επαγγελματίες, και περισσότερα κέντρα ξεφυτρώνουν σαν μανιτάρια που στόχο έχουν να καλύψουν τις ανάγκες του κοινού.

Η πώληση των προϊόντων περιποίησης για τους άντρες και τις γυναίκες έχει αναπτυχθεί ραγδαία, και προσφέρουν εκατομμύρια κέρδη στις επιχειρήσεις που ασχολούνται με την ομορφιά, κάθε χρόνο. Άντρες και οι γυναίκες ξοδεύουν περισσότερα χρήματα στο πώς να δείχνουν και στο πως θα να νιώθουν καλύτερα. Επίσης ζητούν επαγγελματικές συμβουλές στο πώς να χρησιμοποιούν τα προϊόντα που αγοράζουν. Για παράδειγμα, οι γυναίκες ιδιαίτερα, θέλουν να ξέρουν πώς να χρησιμοποιούν τα προϊόντα για μακιγιάζ του προσώπου. Και τα δύο φύλα ζητούν οδηγίες για να διατηρήσουν το δέρμα τους νεανικό και υγιές .

Η πώληση των νέων καλλυντικών και νέων υπηρεσιών περιποίησης έχουν μεγαλώσει τα κέρδη και έχουν αναπτύξει τον πολιτισμό για τη βιομηχανία των καλλυντικών. Αυτό σημαίνει ότι τα Ινστιτούτα κερδίζουν περισσότερα χρήματα. Το ίδιο και οι επαγγελματίες αισθητικοί.

Στο παρελθόν τα Ινστιτούτα πρόσφεραν μόνο τις παραδοσιακές υπηρεσίες όπως φροντίδα και το στυλιζάρισμα των μαλλιών και φροντίδα για περούκες. Σήμερα τα μοντέρνα Ινστιτούτα Υγιεινής προσφέρουν ορισμένες ή όλες τις ακόλουθες ειδικές υπηρεσίες :

- Φροντίδα του δέρματος και προσώπου
- Μακιγιάζ για τη διάρκεια της ημέρας για το βράδυ και για ειδικές περιστάσεις
- Διορθωτική και θεραπευτική φροντίδα του δέρματος και μακιγιάζ
- Μορφή στα φρύδια και εφαρμογή ψεύτικων βλεφαρίδων
- Μανικιούρ (φροντίδα των χεριών και των νυχιών)
- Πεντικιούρ (φροντίδα των πελμάτων και των ποδιών)
- Αφαίρεση τις τριχοφυΐας στο πρόσωπο και στο σώμα (αποτρίχωση)
- Spa
- χάσιμο κιλών (δίαιτες , λιποαναρρόφηση κτλ)
- Μασάζ προσώπου και σώματος
- Κομμωτική
- Υπηρεσίες διαφόρων εναλλακτικών θεραπειών (ρεφλεξολογία , βελονισμός)
- Αφαίρεση κυτταρίτιδας

Ένα σύγχρονο Ινστιτούτο Υγιεινής πρέπει να είναι πλήρως ενημερωμένο για τις απαιτητικές ανάγκες της σημερινής γυναίκας, αλλά να είναι και πλήρως εξοπλισμένο με όλα τα σύγχρονα μηχανήματα και το κατάλληλο επαγγελματικό προσωπικό. Όπως:

Αισθητικοί

Οι αισθητικοί ειδικεύονται στην φροντίδα του δέρματος. Μπορεί επίσης να παράγουν, και να πουλούν ή να εφαρμόζουν καλλυντικά. Ως ειδικοί, οι αισθητικοί παρέχουν προληπτική φροντίδα για το δέρμα και προσφέρουν θεραπείες για τη διατήρηση του δέρματος υγιούς και ελκυστικού. εκτός και αν ο αισθητικός είναι και δερματολόγος, δίνει φάρμακα ή δίνει ιατρικές θεραπείες, παρόλο αυτά, ο αισθητικός είναι εκπαιδευμένος να αναγνωρίζει τα προβλήματα του δέρματος που απαιτούν ιατρική παρακολούθηση. Ο όρος αισθητικός βγαίνει από τη αρχαία Ελληνική αισθητικός = ο ασχολούμενος με την επιστήμη ομορφιάς. Σε πολλά στάδια οι αισθητικοί πρέπει να έχουν άδεια ασκήσεως κοσμετολογίας, πριν ειδικευτούν στη φροντίδα του δέρματος, μασάζ προσώπου και μακιγιάζ.

Κοσμετολόγοι

Οι κοσμετολόγοι έχουν άδεια ασκήσεως επαγγέλματος, και παρουσιάζουν μια ποικιλία υπηρεσιών για το πρόσωπο στο Ινστιτούτο Υγιεινής.

Θεραπευτές ομορφιάς

Οι θεραπευτές ομορφιάς κάνουν υπηρεσίες που έχουν σα σκοπό να μειώσουν ή να εξαφανίσουν μια δυσλειτουργία ή μια ανεπιθύμητη κατάσταση.

Μακιγιέρ

Οι μακιγιέρ έχουν εκπαιδευτεί να βελτιώνουν και να ομορφαίνουν τα χαρακτηριστικά του προσώπου με ικανές εφαρμογές των καλλυντικών. Δουλεύουν στα ινστιτούτα ομορφιάς ή μπορούν να επεκταθούν στο θεατρικό μακιγιάζ. Πολλοί μακιγιέρ είναι στην εφαρμογή της φροντίδας του δέρματος και των προϊόντων ομορφιάς, προσπαθώντας να δημιουργήσουν την καλύτερη εμφάνιση του καθενός. Οι αισθητικοί και οι μακιγιέρ δείχνουν ακόμα στους πελάτες τους προληπτικό και συντηρητικό τρόπο φροντίδας της επιδερμίδας ή ακόμη και πώς να μακιγιάρονται χαρισματικά έτσι ώστε να κρύβουν τις ουλές και τις ατέλειες του δέρματος.

Δερματολόγοι

Ο δερματολόγος είναι ένας γιατρός που είναι ειδικευμένος στη δερματολογία, ένα τμήμα της ιατρικής επιστήμης που σχετίζεται με το δέρμα και τις ασθένειες του. Ο δερματολόγος απαιτείται να έχει τις απαραίτητες ικανότητες να δώσει εσωτερική και εξωτερική αγωγή και να εφαρμόσει τα μηχανήματα για την ωφέλεια του δέρματος.

Πλαστικοί χειρουργοί

Οι πλαστικοί χειρουργοί κάνουν εγχειρήσεις για να αποκαταστήσουν ή να επουλώσουν την πληγή ή τα παραμορφωμένα μέρη του προσώπου, του κεφαλιού και του σώματος. Οι πλαστικοί χειρουργοί συχνά δουλεύουν με θύματα των ατυχημάτων ή αυτούς που υποφέρουν από κάποιες αρρώστιες, καψίματα ή γενετικές παραμορφώσεις. Ο πλαστικός χειρουργός ακόμη μπορεί να ειδικευτεί στην καλλυντική χειρουργική, την τέχνη που βελτιώνει ή διατηρεί τη φυσική γοητεία.

Οι αισθητικοί και οι μακιγιέρ συχνά δουλεύουν με τους ασθενείς των πλαστικών χειρουργών με την καθοδήγησή τους.

Αναφέραμε τα αρμόδια άτομα που πρέπει να στελεχώνουν τα Ινστιτούτα έτσι ώστε να μπορούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στους πελάτες.

Όπως είναι γνωστό τα σημερινά ινστιτούτα υγιεινής δεν διαφέρουν, σε σχέση με τα πιο παλιά ινστιτούτα ομορφιάς μόνο ως προς τον τρόπο λειτουργίας και ως προς τον τρόπο που είναι οργανωμένα. Διαφέρουν και ως προς τις υπηρεσίες που διαθέτουν. Νέες υπηρεσίες πιο εξελιγμένες, πιο μοντέρνες έρχονται να πάρουν την θέση των παραδοσιακών υπηρεσιών. Νέα πιο εξελιγμένα μηχανήματα και πιο αποτελεσματικά προϊόντα διαδέχονται τις παλιές συνταγές ομορφιάς.

Στα σύγχρονα Ινστιτούτα Υγιεινής ο πελάτης μπορεί να επιλέξει ανάλογα με το είδος της ανάγκης του όποια από τις παρακάτω υπηρεσίες του ταιριάζει και θεωρεί ότι θα τον βοηθήσει να αισθανθεί καλύτερα πάντοτε με την καθοδήγηση και τις συμβουλές των ειδικών.

Παρακάτω σας αναφέρω αναλυτικά τις υπηρεσίες που έχει στην διάθεση του ο πελάτης να επιλέξει κατά την επίσκεψη του στα Ινστιτούτα Υγιεινής.

ΑΡΩΜΑΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑ

Η αρωματοθεραπεία χρονολογείται πίσω στα αρχαία χρόνια και είναι μια θεραπευτική τεχνική που χρησιμοποιεί αρωματικά στοιχεία στις θεραπείες. Οι αρχαίοι χρησιμοποιούσαν την αρωματοθεραπεία στις ιατρικές και προσωπικές πρακτικές περιποίησης. Θεωρούσαν τα έλαια ιδιαίτερα αξιόλογα και τα χρησιμοποιούσαν στο βαλσάμωμα, για ιατρικούς σκοπούς, για απολυμάνσεις κτλ.

Η αρωματοθεραπεία είναι ένας τύπος φροντίδας της ομορφιάς στην οποία αρωματικά αιθέρια έλαια από βότανα, λουλούδια, φρούτα και φυτά όλων των ειδών χρησιμοποιούνται σαν ενεργά λειτουργικά συστατικά σε ποικίλες προετοιμασίες ομορφιάς και θεραπευτικές διαδικασίες. Αυτά τα αιθέρια έλαια είναι βασικά συστατικά σε λεπτά αρώματα και καλλυντικά αρώματα. Οι

αρωματοθεραπείες χρησιμοποιούν τα αιθέρια έλαια με δύο τρόπους : είτε α) αλοιφές, κρέμες, λοσιόν, σπρέι, λάδια μπάνιου ή μασάζ ή σαν ατμός, β) είτε σαν φάρμακα. Η αρωματοθεραπεία επίσης ασχολείται με τις ψυχολογικές επιδράσεις και τα μεταβαλλόμενα συναισθηματικά στάδια. Η χαλάρωση και η ηρεμία είναι τα συναισθηματικά στάδια που είναι απαραίτητα για την απόκτηση και διατήρηση της υγείας και νεότητας.

Τα αιθέρα, τα οποία εκκρίνονται από τους ελαιοφόρους αδένες των μίσχων, ανθών, φλοιών και ριζών, διάφορων αρωματικών φυτών, χρησιμοποιούνται στην αρωματοθεραπεία.

Τα αιθέρια έλαια χρησιμοποιούνται στην φαρμακευτική κοσμετολογία, μαγειρική κλπ. Ο τρόπος χρήσης τους πάνω στο ανθρώπινο σώμα ποικίλει και εξαρτάται από τη φιλοσοφική σχολή από την οποία προέρχεται ο κάθε επαγγελματίας που ασχολείται.

ΦΩΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑ

Η φωτοθεραπεία αναφέρεται στη θεραπεία με τη βοήθεια των ακτινών του φωτός. Φωτεινά ηλεκτρικά κύματα μεταφέρονται σε μια τρομακτική ταχύτητα 186.000 ανά δευτερόλεπτο.

Υπάρχουν πολλά είδη ακτινών αλλά στα Ινστιτούτα Ομορφιάς ενδιαφέρονται μόνο για τρεις α) αυτές που παράγουν θερμότητα, γνωστές σαν υπέρυθρες ακτίνες, β) αυτές παράγουν χημική και δερματική αντίδραση, γνωστές σαν υπεριώδεις ακτίνες και γ) το ορατό φως. Όλες αυτές συμπεριλαμβάνονται μέσα στο ηλιακό φάσμα.

ΦΥΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑ

Φυτοθεραπεία, είναι η χρήση βοτάνων για τη θεραπεία ποικίλων ανωμαλιών, είναι μια από τις παλαιότερες τέχνες και επιστήμες γνωστές στην ανθρωπότητα. Έχουν χρησιμοποιηθεί με την μία μορφή ή την άλλη, χωρίς παρενοχλήσεις από τα αρχαία χρόνια ως το παρόν σήμερα, όπου ακόμα παίζουν σπουδαίο ρόλο στην καθημερινή ζωή.

Οι αρχαίοι πίστευαν ότι κάθε φυτό που φυτρώνει στη γη, το δημιούργησε ο Θεός για να θεραπεύσει μια ασθένεια και για να

προλάβει τη δημιουργία κάποιας άλλης, ώστε να χαρίσει στον άνθρωπο σωματική, πνευματική και ψυχική δύναμη. Η θεραπεία με τα βότανα σχετίζεται με την αρωματοθεραπεία. Και στις δύο αυτές θεραπείες χρησιμοποιούνται τα ίδια βασικά συστατικά. Η αρωματοθεραπεία, παρόλα αυτά, χρησιμοποιεί μόνο τα απαραίτητα έλαια από τα φυτά. Η βοτανική θεραπεία χρησιμοποιεί είτε τα λουλούδια, τα φύλλα ή και τις ρίζες των φυτών κτλ.

Ουσιαστικά όλοι οι τύποι προϊόντων φροντίδας περιέχουν ορισμένα συστατικά βοτάνων. Η Αλόε, για παράδειγμα, χρησιμοποιείται στις λοσιόν σώματος και στις καλλυντικές κρέμες. Το φυτό Αρνική ή ορεινή χρησιμοποιείται στις κρέμες μασάζ και κρέμες αδυνατίσματος κτλ. Τα βότανα δουλεύουν γιατί περιέχουν ενεργά συστατικά, χημικά που τους δίνουν αυτές τις ιδιότητες. Όπως κάθε χημικό προϊόν, έτσι και αυτά θα πρέπει να χρησιμοποιούνται με προφύλαξη και μετριασμένα. Οι ποσότητες που χρησιμοποιούνται στα εμπορικά προπαρασκευάσματα θα είναι ασφαλή, όσο ακολουθούνται οι οδηγίες του παρασκευαστή. Ο αισθητικός όταν χρησιμοποιεί οποιοδήποτε προϊόν θα πρέπει να είναι ολοκληρωτικά γνώστης για τα συστατικά του παρασκευάσματος και ειδικά για τα ενεργά συστατικά, όπως τα βότανα. Υπάρχουν πολλά καλά βιβλία για τα διαθέσιμα βότανα όπου ο αισθητικός μπορεί να διαβάσει. Ορισμένα από αυτά υπάρχουν διαθέσιμα σε κάθε ινστιτούτο υγιεινής και σε κάθε σχολή. Ο αισθητικός μπορεί να φτιάξει τα δικά του παρασκευάσματα με βότανα αλλά θα πρέπει να περιοριστεί μόνο στην εξωτερική χρήση και θα πρέπει να έχει και την έγκριση του ΕΟΦ.

Χιλιάδες διαφορετικά βότανα χρησιμοποιούνται. Μαζί προσφέρουν πολλές ωφέλειες και έχουν πολλές χρήσιμες

ιδιότητες. Επίσης σύμφωνα με την ερευνά μου έχουν αξιόλογες αντισηπτικές και απολυμαντικές ιδιότητες. Γενικά τα βότανα έχουν τρεις λειτουργίες όταν χρησιμοποιούνται ιατρικά: α) αποτοξινώνουν και καθαρίζουν το σώμα β) φέρνουν σε φυσιολογικά όρια ή διορθώνουν τις ανισορροπίες στις λειτουργίες του σώματος και γ) δημιουργούν ή δυναμώνουν τα όργανα του σώματος.

ΘΕΡΑΠΕΙΕΣ ΝΕΡΟΥ.

Το ύδωρ ως θεραπευτικό στοιχείο μας είναι γνωστό από τον Ηρόδοτο που κατέγραψε τις ιδιότητες των ιαματικών λουτρών. Ο Ιπποκράτης δε, μελέτησε τις επιδράσεις των θερμών και ψυχρών λουτρών στον πάσχοντα και υγιή οργανισμό.

Μετά από εξωτερική και εσωτερική χρήση ο Ηρόδοτος κατέταξε τις υδάτινες ιδιότητες ανάλογα με το χρώμα, την οσμή, τη γεύση υποστηρίζοντας, ότι οι ιδιότητες αυτές επηρεάζονται από το έδαφος ή το υπέδαφος από το οποίο προέρχεται.

Κατά την διάρκεια της ερευνάς μου ανακάλυψα έναν αρκετά μεγάλο αριθμό θεραπειών βασισμένες στο νερό που είναι ωφέλιμες στη φροντίδα του δέρματος και μπορεί να προσφερθεί σαν ειδικές υπηρεσίες στο το ινστιτούτο φροντίδας του δέρματος. Οι περισσότερες από αυτές είναι ιαματικές θεραπείες και απαιτούν υψηλά ειδικευμένο και ακριβό εξοπλισμό και λεπτομερή εκπαίδευση.

Οι θεραπείες μπορούν να χωριστούν σε θαλασσοθεραπείες, και λουτροθεραπείες. Και οι δύο είναι παρόμοιες. Η θαλασσοθεραπεία, παρόλα αυτά, αποστειρώνει το νερό και τα προϊόντα της θάλασσας. Η λουτροθεραπεία, από την άλλη,

αποστειρώνει το φρέσκο νερό. Οι θεραπείες σε κάθε περίπτωση περιλαμβάνουν υδρομασάζ, σκοτσέζικη θεραπεία με ντους, σάουνα και ατμόλουτρα.

Στο υδρομασάζ ο πελάτης χαλαρώνει σε μια μπανιέρα με ζεστό νερό, νερό θαλάσσης στην περίπτωση της θαλασσοθεραπείας ή φρέσκο νερό στην περίπτωση λουτροθεραπείας καθώς πίδακες νερού και φουσκάλες αέρα παρέχουν μια απαλή πράξη μασάζ. Οι φουσκάλες του αέρα διεγείρουν το λεμφικό σύστημα. Οι πίδακες του νερού διεγείρουν τους βαθύτερους ιστούς.

Στη σκοτσέζικη θεραπεία ντους, ο πελάτης στέκεται στο τέλος ενός μακριού στενού ντους καθώς ο θεραπευτής ψεκάζει πίδακες ζεστού είτε θαλασσινού ή φρέσκου νερού, πάνω και κάτω στη σπονδυλική στήλη και τους κύριους λεμφικούς πόρους.

Οι σάουνες και τα ατμόλουτρα βοηθούν στο να μειωθούν οι τοξίνες του οργανισμού.

Παρόλο που στις θεραπείες αυτές έχουν ως βασικό συστατικό το νερό θα πρέπει να χρησιμοποιούνται με προσοχή.

Οι παραπάνω θεραπείες δε δίνεται να χρησιμοποιηθούν από έγκυες γυναίκες ή από ανθρώπους με υψηλή πίεση αίματος ή καρδιακές ή κυκλοφοριακές διαταραχές.

ΘΕΡΑΠΕΙΕΣ ΜΕ ΤΑ ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΦΥΚΙΑ

Παρόλο που οι διάφορες θεραπείες μπορεί να είναι πέρα από το πεδίο των περισσότερων ινστιτούτων ομορφιάς, ο αισθητικός μπορεί ακόμα να χρησιμοποιήσει ορισμένες από τις τεχνικές της θαλασσοθεραπείας, χρησιμοποιώντας θαλάσσια φύκια. Τα φύκια, προϊόντα από τη θάλασσα, είναι δραστικά καθαριστικά και αναζωογονητές του δέρματος. Αυτά τα προϊόντα περιέχονται σε

όλα τα ορυκτά της θάλασσας. Αυτά απομεταλλώνουν και ενυδατώνουν το δέρμα και περιέχουν φυτορμόνες, οι οποίες δουλεύουν με τον ίδιο τρόπο όπως τα έλαια και τα βότανα.

Στις θεραπείες με θαλάσσια φύκια, τα φύκια αναμειγνύονται με νερό ώστε να σχηματίσουν μια στέρεα μορφή. Την κρέμα αυτή ο θεραπευτής μπορεί να την χρησιμοποιήσει είτε για την θεραπεία του σώματος είτε για μάσκα προσώπου είτε για τύλιγμα στα πόδια του πελάτη. Τα προϊόντα με φύκια είναι διαθέσιμα από έναν αριθμό παρασκευαστών σε ποικίλες μορφές, είτε σαν πούδρες, είτε σαν κρέμες. Είναι υψηλής περιεκτικότητας σε βιταμίνες και φυτικά και έτσι παρέχουν καλή τροφή για το δέρμα. Παρόλα αυτά είναι πλούσια σε ιώδιο και δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται από πελάτες που είναι αλλεργικοί σε θαλασσινά.

ΤΥΛΙΓΜΑ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ

Το τύλιγμα του σώματος είναι μια άλλη υπηρεσία που μπορεί να γίνει από τον αισθητικό. Όπως η θεραπεία με τα φύκια, απαιτεί και αυτή μια ειδικευμένη εκπαίδευση. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε συνδυασμό με άλλες υπηρεσίες όπως η θαλασσοθεραπεία, μασάζ αποστράγγισης των λεμφικών αδένων ή ατμόλουτρα ή σάουνες.

Υπάρχει ένας αριθμός ωφελειών από τύλιγμα του σώματος. Σύμφωνα με τους αισθητικούς το τύλιγμα βοηθά στο να βελτιωθεί η κυκλοφορία και απέκκριση, ή αποτοξίνωση, ή ο προσωρινός ανασχηματισμός του σώματος, και επίσης βοηθά να μειωθούν τα λιπαρά κατάλοιπα. Σχεδόν κάθε μέρος του σώματος μπορεί να τυλιχθεί. Η πιο συχνή θεραπεία βάση πάντοτε με την έρευνα μου είναι το τύλιγμα των ποδιών, για την αφαίρεση των εντοπισμένων λιπαρών κατάλοιπων και ανασχηματισμό του σώματος, παρόλα

αυτά τα χέρια, το στήθος, η κοιλιά, οι γοφοί και οι γλουτοί μπορούν να τυλιχθούν.

Γενικά, η θεραπεία για το τύλιγμα ολόκληρου του σώματος ακολουθεί περίπου την ίδια διαδικασία. Ο πελάτης ξαπλώνει στο τραπέζι θεραπείας και ο αισθητικός εφαρμόζει το προϊόν θεραπείας στο μέρος που θα τυλιχθεί. Μετά ο αισθητικός καλύπτει το μέρος του σώματος και το θεραπευτικό προϊόν είτε με ένα πλαστικό υλικό τυλίγματος, όπως το πλαστικό περιτύλιγμα, ή με ταινίες στο περίγραμμα του σώματος (πλατιές υφασμάτινες ταινίες παρόμοιες με τους ελαστικούς επιδέσμους). Υγρός ή ξερός αέρας θερμός μπορεί μετά να χρησιμοποιηθεί για να κρατήσει το τύλιγμα ζεστό. Το θεραπευτικό προϊόν μπορεί να είναι φύκια ή βοτανικό παρασκεύασμα, μια κρέμα αδυνατίσματος ή κρέμα ενυδάτωσης ή άλλο προϊόν, εξαρτάται από το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Το πλαστικό κάλυμμα τυλίγεται βολικά, αλλά όχι σφιχτά, γύρω από τα μέρη του σώματος. Το τύλιγμα του σώματος δεν θα πρέπει να γίνεται στις έγκυες γυναίκες ή στους πελάτες με υψηλή πίεση αίματος, καρδιακές διαταραχές ή κυκλοφορίες διαταραχές. Όπως με τα θαλάσσια φύκια, ο αισθητικός θα πρέπει να σιγουρευτεί ότι ο πελάτης δεν είναι αλλεργικός στα θαλασσινά πριν χρησιμοποιήσει τα θαλάσσια φύκια ή άλλα προϊόντα από τη θάλασσα, σαν θεραπευτικά προϊόντα. Αν υπάρχει αμφιβολία για την ασφάλεια του προϊόντος, κάνουν πρώτα στο πελάτη το δοκιμαστικό τεστ στο δέρμα του.

ΧΡΩΜΑΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑ

Η χρωματοθεραπεία αναπτύχθηκε στην Ρωσία αλλά και σε πολλά Ευρωπαϊκά κράτη. Είναι βασισμένη στις αρχές του

βελονισμού και της θεραπείας με χρώμα. Η μόνη διαφορά με το βελονισμό είναι ότι δεν υπάρχουν βελόνες και το δέρμα δεν τραυματίζεται.

Η χρωματοθεραπεία χρησιμοποιεί χρωματιστό φως για να διεγείρει το δέρμα ή τα όργανα. Κάθε χρώμα έχει διαφορετικό μήκος κύματος ή ταλάντευση που όταν διασπάται από ένα κρύσταλλο και εκπέμπει ακτινοβολία στο δέρμα, έχει ευεργετικές ιδιότητες.

Δουλεύοντας με τις ενεργειακές πορείες του βελονισμού της λεμφικής παροχέτευσης, τις οπτικές ίνες και τους κρυστάλλους, οι θεραπευτές λένε ότι η χρωματοθεραπεία έχει την ικανότητα να αποτοξινώνει και να ενεργοποιεί την κυκλοφορία, να καταπραΰνει τους ερεθισμούς ή ακόμα και να θεραπεύει .

Παρόλο που η θεραπεία με χρώμα έχει βαθιές ρίζες στο παρελθόν τα τελευταία τρία χρόνια αρχίζει να εφαρμόζεται.

Τα χρώματα που χρησιμοποιούνται για την χρωματοθεραπεία είναι τα παρακάτω:

- Οι ακτίνες του κόκκινου φωτός έχει αποδειχθεί ότι προκαλούν λεμφοχρωματικό ντρενάζ των αγγείων και επίσης ελαττώνουν τις μεγάλες κηλίδες (μέλασμα).
- Οι ακτίνες του κίτρινου φωτός μπορούν να βοηθήσουν την αποτοξίνωση του δέρματος για το λόγο αυτό χρησιμοποιούνται στην ακμή και την κυτταρίτιδα.
- Οι ακτίνες του βιολετί φωτός τονώνουν το δέρμα.

Η εφαρμογή της χρωματοθεραπείας γίνεται από ειδικά άτομα που έχουν σπουδάσει στην σχολή της αισθητικής με την βοήθεια μιας ειδικής συσκευής. Τα άτομα που εφαρμόζουν την χρωματοθεραπεία ονομάζονται «χρωματοθεραπευτές».

Πριν αρχίσουν την χρωματοθεραπεία οι αισθητικοί θα πρέπει πρώτα να πάρουν το ιστορικό και τυχόν πρόβλημα του πελάτη, στην παρούσα φάση, ενδιαφέρει το συναισθηματικό προφίλ του ασθενούς καθώς και ερωτηματολόγιο σχετικά με τα αγαπημένα χρώματα, την σχέση με την νύχτα.

Ο θεραπευτής κάνει ένα πίνακα χρωματικής διάγνωσης βασισμένο στους 32 σπόνδουλους της ανθρώπινης σπονδυλικής στήλης. οι σπόνδυλοι αυτοί χωρίζονται σε 4 ομάδες, η καθεμιά από τις οποίες συνδέεται με τα 8 χρώματα του ηλιακού φάσματος. Οι πρώτοι 8 σπόνδυλοι συνδέονται με την πνευματική υγεία, οι δεύτεροι με την ψυχική υγεία, οι τρίτοι με το μεταβολισμό και οι τέταρτοι με την σωματική υγεία.

Οι θεραπευτές οι οποίοι εφαρμόζουν το σύστημα αυτό, ζητούν να υπογράψει ο ασθενής το πίσω μέρος του χάρτη, κατά μήκος της σπονδυλικής στήλης. Η υπογραφή του περιέχει τους παλμούς του και αποτελεί τον μάρτυρα (τον εκπρόσωπο της ενέργειας του), τον οποίο ο θεραπευτής χρησιμοποιεί για να βρει ποίος σπόνδυλος χρειάζεται θεραπεία.

Οι θεραπευτές που δουλεύουν με την αύρα και τα τσάρκας μπορούν να καταλάβουν ή να νιώσουν ποια χρώματα παρουσιάζουν ελλείψεις. Ο θεραπευτής μπορεί να αγγίξει επίσης το σώμα τους ασθενή για να οραματιστεί ποια χρώματα χρειάζεται κάθε περιοχή. Αρκετοί θεραπευτές εφαρμόζουν θεραπεία με χρωματιστό φως. Σύμφωνα με αυτή, ο ασθενής φοράει μια άσπρη ιατρική ρόμπα και κάθεται ή είναι κάτω από ένα ειδικό μηχάνημα που εκπέμπει φως. Το φως διαχέεται μέσα από ένα γυάλινο φίλτρο και επικεντρώνεται στα μέρη του σώματος που χρειάζονται θεραπεία. Ο θεραπευτής στην συνέχεια θέτει σε λειτουργία το

μηχάνημα αυτό κατά τέτοιο τρόπο ώστε να παράγει στην σωστή ποσότητα τα χρώματα και τα συμπληρωματικά τους.

Τα χρώματα αυτά διαχέονται στο σώμα του ασθενή για 193/4 λεπτά. Ορισμένοι θεραπευτές χρησιμοποιούν ένα χρωματιστό γυάλινο φακό εργαλείο το οποίο μεταφέρει το χρωματιστό φως μέσω ενός φωτεινού κρυστάλλου χαλαζία. Εναλλάξ οι θεραπευτές τυλίζουν τον ασθενή με χρωματιστά μεταξωτά υφάσματα ή τα υφάσματα αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε συνδυασμό με μια λάμπα για να πλημμυρίσουν το δωμάτιο με συμπληρωματικό τ χρώμα της επιλογής του για 20 λεπτά. Στην συνέχεια του ζητούν να χαλαρώσει για λίγα λεπτά στο συμπληρωματικό αυτό χρώμα.

Συνιστούνται τρεις τουλάχιστον συνεδρίες για μέγιστα αποτελέσματα ανάλογα με τα προβλήματα που έχουμε να αντιμετωπίσουμε .

Το φως δεν είναι παρεισφρητικό και μπορεί να διαχέεται κρατώντας την συσκευή μακριά από το δέρμα του πελάτη ή να εστιάζει κρατώντας τη συσκευή κοντά στο δέρμα.

Η μέθοδος που χρησιμοποιείται από πλαστικούς χειρουργούς στην Γαλλία για να επιταχύνει την πρόοδο της θεραπείας, μπορεί να εφαρμοστεί σε όλες τις περιοχές των περιποιήσεων ομορφιάς για το πρόσωπο, το σώμα και το δέρμα του κρανίου. Η μέθοδος αυτή είναι η:

- Μάλαξη Χρωματοθεραπείας

Αυτή η μάλαξη ξεκινάει πραγματοποιώντας αρχικά η πελάτισσα μερικές ασκήσεις αναπνοής χρωμάτων.

Γι' αυτό όταν εισπνέει θα πρέπει να σκέφτεται κάποιο αντικείμενο χρώματος πορτοκαλί (π.χ. ένα μανταρίνι) και να αισθάνεται ότι το χρώμα εισέρχεται στο σώμα της. Όταν εκπνέει θα πρέπει να σκέφτεται τη θάλασσα και το μπλε της χρώμα. Για να

επιτευχθεί μεγαλύτερη χαλάρωση η αναπνοή θα πρέπει να γίνεται με το διάφραγμα.

Καθώς η πελάτισσα συγκεντρώνεται στην αναπνοή, ο χρωματοθεραπευτής αρχίζει το μασάζ, το οποίο αρχικά είναι χαλαρωτικό, κατόπιν αντιρυθιτικό και αποστραγγιστικό και τελειώνει συγχρονίζοντας την δική της αναπνοή με την αναπνοή της πελάτισσας, διευκολύνοντας έτσι μια ενεργητική μεταφορά.

Επίσης μασάζ σε πολλά Ινστιτούτα μπορεί να γίνει και με την συσκευή χρωματοθεραπείας και με την βοήθεια ενός χαλαζία που είναι καλός αγωγός.

Τα αποτελέσματα της χρωματοθεραπείας είναι ήπια και δεν απευθύνονται σε σοβαρά προβλήματα :

1. Στο άγχος και την χαλάρωση .

Η έκθεση σε χρωματιστό φως σύμφωνα με τις αρχές της θεραπείας με χρώμα, επιτρέπει στο καταπολεμηθεί αποτελεσματικά το άγχος και τα προβλήματα που σχετίζονται με την αγωνία και την νευρικότητα. Παρόλο αυτά, κάθε άτομο αντιδρά διαφορετικά στο χρωματιστό φως, μία απλή ανάλυση καθιστά ικανό το θεραπευτή να προσδιορίσει το κατάλληλο χρώμα για το κάθε άτομο.

2. Στο λεμφικό σύστημα

Μπορούμε να μετατρέψουμε το λεμφικό ντρενάζ σε λεμφοχρωματικό ντρενάζ χρησιμοποιώντας κίτρινο φως καθώς και ενέργεια που απελευθερώνεται από το μπλε χρώμα (χρώμα κατάλληλο για φλεβικά προβλήματα και προβλήματα της κυκλοφοριακής επιστροφής) .

3. Στην σύσφιξη και στην τονικότητα του προσώπου και του σώματος

Σε αυτή την περίπτωση, μπορεί να συνδυαστεί μια μάσκα ή μία περιτύλιξη με χρώμα λουλάκι. Ύστερα εκθέτουμε το σώμα σε ακτίνες χρώματος πορτοκαλί.

4. ΣΤΙΣ ΑΚΜΕΣ

Π.χ. ροδόχρους ακμή. Συνδυασμός με μάσκες κόκκινης αργίλου.

ΠΗΛΟΘΕΡΑΠΕΙΑ

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την αισθητική αλλά και για τα Ινστιτούτα παρουσιάζει η χρήση του θεραπευτικού πηλού των ιαματικών πηγών. Ο ιαματικός πηλός που χρησιμοποιούν οι θεραπευτές αποτελεί άριστο υλικό στα χέρια τους για την αντιμετώπιση ποικίλλων καταστάσεων.

Πηλός είναι το εδαφικό μίγμα ανόργανης και οργανικής ύλης με νερό, το οποίο με την πάροδο του χρόνου έχει υποβληθεί γεωλογικές και βιολογικές μεταβολές κάτω από την επίδραση φυσικοχημικών παραγόντων.

Η πηλοθεραπεία ενδείκνυται σε:

- ❖ ρευματικές διαταραχές
- ❖ μετατραυματικές θεραπευτικές αγωγές και θεραπείες αποκατάστασης
- ❖ γυναικολογικές παθήσεις
- ❖ καρδιαγγειακές παθήσεις
- ❖ δερματικές παθήσεις (αντιμετώπιση εκζέματος, νεανικής ακμής, ψωρίασης, τοξικής δερματίτιδας, κνησμού)
- ❖ παθήσεις του νευρικού συστήματος .

Οι αντενδείξεις είναι, κατά κανόνα, ίδιες με εκείνες της ιαματικής λουτροθεραπείας. Η πηλοθεραπεία, επιπλέον, αντενδεικνύεται στη φλεγμονώδη δερματίτιδα.

Στη φροντίδα του προσώπου και του σώματος οι αισθητικοί χρησιμοποιηθούν κρύο ή προθερμασμένος πηλό, ανάλογα με την περίπτωση. Η σπουδαιότερη βιολογική επίδραση της εφαρμογής του πηλού είναι η αύξηση της τοπικής θερμοκρασίας, εξαιτίας της υπεραιμίας. Σαν αποτέλεσμα, η περίσσεια νερού ανάμεσα σε κολλαγόνο και ελαστίνη μειώνεται, βελτιώνοντας σημαντικά την κυτταρίτιδα.

Η ανταλλαγή ιόντων ανάμεσα στον πηλό και την επιδερμίδα είναι μια από τις επιδράσεις που εκμεταλλεύεται οι αισθητικοί. Με την αύξηση της συγκέντρωσης των ιόντων ενεργοποιούνται οι ιδρωτοποιοί αδένες και αποβάλλουν νερό και τοξίνες.

Η πηλοθεραπεία αντιτίθεται στο σχηματισμό των ελευθέρων ριζών, βελτιώνει την αιματική κυκλοφορία και το μεταβολισμό του δέρματος. Τέλος, η εφαρμογή του πηλού σαν μάσκα προσώπου ενυδατώνει και ανανεώνει το δέρμα.

Κατά τη διάρκεια της θεραπείας με ιαματικό πηλό γίνεται σταδιακή λέπτυνση της επιδερμίδας.

Στους πηλούς αποδίδονται κυρίως δύο θεραπευτικές ιδιότητες:

- ❖ η αντισηπτική ικανότητα και
- ❖ η ικανότητα ανταλλαγής ουσιών με το δέρμα .

Ο θεραπευτικός πηλός ασκεί γενική και τοπική δράση.

Τοπική: στην επιφάνεια του δέρματος.

- αύξηση της θερμοκρασίας του δέρματος
- αύξηση της ηλεκτρικής αγωγιμότητας
- μεταβολές της δυναμικότητας της μεμβράνης

- επιρροές στο φαινόμενο απορρόφησης
- υπεραιμία των τριχοειδών αγγείων
- ενεργοποίηση των ιδρωτοποιών αδένων
- ενεργοποίηση ενζύμων και ορμονών

Γενική: λειτουργίες μέσω αντανάκλαστικών τόξων του σώματος από ουσίες που διεισδύουν μέσα στον οργανισμό

- αύξηση της θερμοκρασίας του σώματος
- δράση στο κυκλοφορικό σύστημα
- δράση στο αναπνευστικό σύστημα
- επίδραση στις ανταλλαγές νερού – ηλεκτρολυτών
- νευροδιαβιβαστική επίδραση (νευρική αγωγιμότητα)
- δράση στο ανοσοποιητικό σύστημα
- ενεργοποίηση ενζύμων
- επίδραση στο μεταβολισμό
- επίδραση στη γενική κιναισθησία.

Με την βοήθεια των ειδικών κατέληξα στο συμπέρασμα ότι ο θεραπευτικός πηλός λειτουργεί και σαν συμπληρωματική θεραπεία. Προσφέρει καλύτερη ψυχική και φυσική αποκατάσταση προσφέρει βελτίωση του πόνου, στην βελτίωση της κινητικότητας κτλ.

Ο πηλός των θερμών πηγών είναι ο μόνος που χρησιμοποιούνται οι θεραπευτές αυτούσιο. Ο πηλός αυτός σχηματίζεται γύρω από θερμές πηγές, εκεί όπου τα οργανικά και ανόργανα συστατικά, που είναι διαλυμένα στο νερό, καθιζάνουν. Αυτός ο πηλός είναι πλούσιος σε ιόντα Al, Fe, S, Ca, Mg και αποτελεί ένα φυσικό θεραπευτικό πηλό.

Ο πηλός των θερμών πηγών βρίσκεται σε πάρα πολύ μικρές ποσότητες.

Προκειμένου, λοιπόν, τα Ινστιτούτα Υγιεινής να εξασφαλίσουν θεραπευτικό πηλό, τον παρασκευάζουν τεχνητά χρησιμοποιώντας σαν πρώτη ύλη τον παρθένο πηλό.

Ο πηλός, σαν κακός αγωγός της θερμότητας, γίνεται ανεκτός από τον ανθρώπινο οργανισμό καλύτερα από νερό της ίδιας θερμοκρασίας. Η θερμότητα που διοχετεύεται κατά την πηλοθεραπεία είναι ωφέλιμος για τις φλεγμονώδεις παθήσεις του μυοσκελετικού συστήματος.

ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΗ ΡΕΦΛΕΞΟΛΟΓΙΑ

Η θεραπευτική Ρεφλεξολογία είναι μία εναλλακτική μορφή θεραπείας για κάποιες παθολογικές παθήσεις του ανθρώπινου οργανισμού. Τα Ινστιτούτα Υγιεινής είναι κέντρα όπου προσφέρουν την εναλλακτική αυτή θεραπεία και την ονομάζουν Ρεφλεξολογία. Η φιλοσοφία της Ρεφλεξολογίας στηρίζεται πάνω στα αντανακλαστικά σημεία που βρίσκονται στα κάτω άκρα και συγκεκριμένα στο πέλμα της πατούσας του ανθρώπου. Ανάλογα με το πρόβλημα που έχει ο ασθενής ο αισθητικός εντοπίζει το ανάλογο αντανακλαστικό σημείο στην πατούσα του και αρχίζει το μασάζ.

Το μασάζ γίνεται σε όλα τα αντανακλαστικά σημεία του πέλματος, και οι αισθητικοί επιμένουν περισσότερο στα αντανακλαστικά εκείνα σημεία που υπάρχει το πρόβλημα. Το μασάζ της ρεφλεξολογίας διακρίνεται σε α) διαγνωστικό μασάζ και β) σε θεραπευτικό μασάζ.

Στο θεραπευτικό μασάζ οι θεραπευτές ακολουθούν την ίδια μέθοδο πίεσης με το διαγνωστικό μασάζ αλλά ένταση της πίεσης είναι πιο έντονη. Στη διάγνωση τους οι θεραπευτές χρησιμοποιούν την πίεση μόνο για να εντοπίσουν το μπλοκάρισμα (κρυσταλλικά ιζήματα) της ενέργειας, όπου υπάρχει. Στη θεραπεία προσπαθούν να «σπάσουν» τους κρυστάλλους και τελικά να εξαφανίσουν το μπλοκάρισμα, έτσι συνεχίζουν την πίεση για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

Σε γενικές γραμμές, όταν γίνεται μία θεραπεία ρεφλεξολογίας, οποιαδήποτε περιοχή νιώθει ο ασθενής ευαίσθητη στη διάρκεια του μασάζ πρέπει να μαλαχτεί επιπλέον. Όταν δουλεύουν οι θεραπευτές ένα αντανακλαστικό σημείο που πονάει ιδιαίτερα πρέπει να μειώσουν την πίεση τόσο ώστε να είναι υποφερτή αλλά όχι τόσο χαλαρή, ώστε να μην υπάρχει πόνος. Ο ασθενής κατά την διάρκεια της ρεφλεξολογίας πρέπει να αισθάνεται κάποια ενόχληση, διαφορετικά δεν γίνεται σωστά η θεραπεία. Σύμφωνα πάντα με τους ειδικούς η πίεση έχει σαν σκοπό να διασπάσει το μπλοκάρισμα που υπάρχει στο ενεργειακό μονοπάτι, οπότε με την εξισορρόπηση της ενέργειας, σταδιακά ελαττώνεται και ο πόνος. Οι θεραπευτές δεν δουλεύουν κανένα αντανακλαστικό σημείο περισσότερο από 3-4 λεπτά .

Όταν καλυφθούν όλες οι περιοχές, ο θεραπευτής θα επιστρέψει στα σημεία που φάνηκαν ευαίσθητα. Μετά το επιπλέον μασάζ, πολλές φορές ο ασθενής νιώθει τα σημεία αυτά λιγότερα ευαίσθητα από ότι ήταν αρχικά . Μετά τη θεραπεία ολόκληρου του σώματος μέσω των ποδιών δεν ανακουφίζονται μόνο τα συμπτώματα αλλά πολλές φορές εξαφανίζεται το αίτιο των συμπτωμάτων.

Στη συνέχεια αναφέρω τα άμεσα αντανακλαστικά σημεία (ΑΑ) και τα συσχετιζόμενα αντανακλαστικά σημεία (ΣΑ) που υπάρχουν στα πέλμα. Τα άμεσα αντανακλαστικά έχουν σχέση με τα κυρίως συμπτώματα μιας δυσλειτουργίας και τις κυρίως περιοχές του σώματος που επηρεάζονται από αυτή την κατάσταση. Τα συσχετιζόμενα αντανακλαστικά σημεία αναφέρονται σε περιοχές που μπορεί να έχουν σχέση με τα αίτια που προκαλούν τη δυσλειτουργία, αν και αυτό δεν είναι πάντα απαραίτητο. Τα αντανακλαστικά σημεία είναι:

ΤΟ ΚΕΦΑΛΙ

Πονοκέφαλοι και ημικρανίες

Οφείλονται σε διάφορους παράγοντες όπως το άγχος, τα προβλήματα στον αυχένα, τη συμφόρηση των κοιλοτήτων των διαφόρων περιοχών του κρανίου και του προσώπου, σε οφθαλμικές παθήσεις, τροφικές ή άλλες αλλεργίες, σε κακή διαίτα και στις γυναίκες ίσως σχετίζονται με αλλαγές κατά την έμμηνο κύκλο ή στην εμμηνόπαυση.

ΑΑ: Κεφάλι, περιοχές των μεγάλων δακτύλων των ποδιών

ΣΑ: Λαιμός, αυχενική μοίρα

ΣΣ: Μάτια, ηλιακό πλέγμα, παχύ και λεπτό έντερο, συκώτι.

ΤΟ ΜΥΟΣΚΕΛΕΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Προβλήματα της πλάτης η θεραπεία δεν μπορεί να διαγνώσει τα ακριβοί αίτια των πόνων στην πλάτη, αλλά μπορεί να βοηθήσει σε πολλές περιπτώσεις όπως οι θλάσεις των μυών, σκολίωση οι πόνοι της πλάτης.

ΑΑ: Σπονδυλική στήλη

ΣΑ: Επινεφρίδια, ηλιακό πλέγμα.

Προβλήματα του αυχένα

ΑΑ: Λαιμός, σπονδυλική στήλη

ΣΑ: Περιστροφή των μεγάλων δακτύλων των ποδιών για την ανακούφιση του λαιμού, ηλιακό πλέγμα, επινεφρίδια.

Προβλήματα των ώμων

Τα προβλήματα των ώμων έχουν συχνά σχέση με τα προβλήματα του αυχένα.

ΑΑ: Ωμοι

ΣΑ: Λαιμός, αυχενική μοίρα Σ.Σ., περιστροφή του μεγάλου δακτύλου του ποδιού, ηλιακό πλέγμα.

Προβλήματα μέσης

ΑΑ: Οσφυϊκοί σπόνδυλοι, ιερό οστόύν, κόκκυγας.

ΣΑ: Πύελος, ισχιακό νεύρο, επινεφρίδια, ηλιακό πλέγμα.

Ισχιαλγία

Είναι πόνος κατά μήκος του ισχιακού νεύρου είτε σε ολόκληρο το νεύρο είτε μόνο σε ένα τμήμα του. Το ισχιακό νεύρο επηρεάζεται από φλεγμονές, από πίεση στο ύψος της σπονδυλικής στήλης, από κακή στάση, από εγκυμοσύνη ή από παχυσαρκία.

ΤΟ ΠΕΠΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Δυσκοιλιότητα

Με τη δυσκοιλιότητα έχουμε ανώμαλες κινήσεις των εντέρων, εκτός από τη δυσφορία που προκαλεί, μπορεί να είναι πρόδρομος άλλων δυσλειτουργιών. Επίσης η δυσκοιλιότητα είναι ένας από τους παράγοντες που προκαλεί κυτταρίτιδα. Συχνά μία σωστή διαίτα πλούσια σε φυτικές ίνες και νερό αρκεί για την

σωστή λειτουργία των εντέρων, αλλά η ρεφλεξολογία μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση του παχύ εντέρου.

ΑΑ: Παχύ έντερο.

ΣΑ: Λεπτό έντερο, ηλιακό πλέγμα, επινεφρίδια, κάτω τμήμα σπονδυλικής στήλης.

ΤΟ ΔΕΡΜΑ

Διαταραχές του δέρματος

Πολλές διαταραχές του δέρματος μπορούν να αντιμετωπιστούν με τη ρεφλεξολογία και σε αυτές περιλαμβάνονται τα έκζεμα, η δερματίτιδα, η ακμή και διάφορα εξανθήματα. Ορισμένες δερματικές παθήσεις μπορεί να είναι αποτέλεσμα αλλεργικής αντίδρασης σε κάποιες τροφές. Η σωστή διαίτα μπορεί να βοηθήσει αυτά τα προβλήματα. Σε πολλές περιπτώσεις το πρόβλημα μπορεί να οφείλεται σε άγχος.

ΑΑ: Τα αντανακλαστικά σημεία των περιοχών του σώματος που καλύπτονται από το δέρμα που πάσχει.

ΣΑ: Νεφρά, επινεφρίδια, θυρεοειδής, υπόφυση ηλιακό πλέγμα, έντερα (λεπτό και παχύ).

Μία αγωγή ρεφλεξολογίας μπορεί να συνδυαστεί και με κάποιες άλλες θεραπείες και αυτό μπορεί να αποδεχτεί χρήσιμο. Έχει πάντως σημασία για τους θεραπευτές, αν τελικά δοθεί αγωγή ρεφλεξολογίας, αυτή να γίνεται με την πλήρη μορφή της και μασάζ σε όλες τις περιοχές και όχι μόνο σε περιοχές που πάσχουν.

Η ρεφλεξολογία είναι αβλαβής, με τη προϋπόθεση πως όταν γίνει σωστά και τηρηθούν ορισμένες προφυλάξεις είναι δυνατόν να συνδυαστεί και με άλλες θεραπείες. Δεν παρεμποδίζει οποιαδήποτε άλλη αγωγή έχει δοθεί από κάποιο γιατρό, εκτός και αν αυτή αφορά συγκεκριμένα φάρμακα, για αυτό είναι σωστό να

ενημερώνεται ο γιατρός πως ο ασθενής ακολουθεί μία αγωγή ρεφλεξολογίας .

Αν γίνεται στα πόδια βελονισμός τότε δεν υπάρχει λόγος να γίνεται και ρεφλεξολογία, γιατί και οι δύο θεραπείες επιδρούν με παρόμοιο τρόπο στον οργανισμό. Υπάρχουν περιπτώσεις που η ρεφλεξολογία ωφελεί εκεί που ο βελονισμός δεν μπορεί να ωφελήσει και το αντίθετο. Η ρεφλεξολογία μπορεί να συνδυαστεί με την οστεοπαθητική. Δεν υπάρχουν αντενδείξεις σε περιπτώσεις θεραπείας με βότανα ή ομοιοπαθητικής σε συνδυασμό με τη ρεφλεξολογία. Κατά την διάρκεια της ρεφλεξολογίας σημαντικό ρόλο παίζει και η ισορροπημένη διατροφή. Κατά την πρώτη συνεδρία ο θεραπευτής μπορεί να δώσει στον ασθενή συγκεκριμένη δίαιτα, ώστε να μάθει να τρώει υγιεινά. Άλλοι συνδυασμοί που είναι δυνατόν να γίνουν με τη ρεφλεξολογία είναι οι θεραπείες Bach . Οι θεραπείες Bach (ανθοθεραπεία) είναι τριάντα οκτώ φυσικά φάρμακα που γίνονται από άνθη άγριων φυτών, θάμνων και δέντρων. Κάθε μία από τις ουσίες αντιστοιχεί σε ένα συγκεκριμένο συναισθηματικό ή διανοητικό τρόπο βίωσης των γεγονότων ή αντίδρασης σε αυτά. Αυτές χρησιμεύουν πολύ σε καταστάσεις όπως η πτώση του ηθικού, η έλλειψη θάρρους, η ανυπομονησία, η δυσπιστία, η αναποφασιστικότητα, η πικρία και η δυσκαμψία στη σκέψη. Σε τέτοιες καταστάσεις τα άνθη του Bach μπορούν να βοηθήσουν στην απελευθέρωση από αρνητικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και να αποκατασταθεί η αρμονία στο συναισθηματικό επίπεδο.

Η ρεφλεξολογία σύμφωνα με τους ειδικούς δεν ισχυρίζεται ότι μπορεί να βοηθήσει τον καθένα σε οποιαδήποτε μορφή πάθησης, αλλά η πλειονότητα των ανθρώπων μπορεί να ωφεληθεί από αυτήν. Η ρεφλεξολογία είναι σίγουρα μία από τις πιο ευχάριστες

μορφές θεραπείας, και έργο της είναι να εξισορροπήσει όλα τα συστήματα του οργανισμού και να εναρμονίσει ολόκληρο το σώμα.

ΑΠΟΤΡΙΧΩΣΗ

Μία από τις πιο συνηθισμένες υπηρεσίες που ζητούν οι γυναίκες αλλά και τα τελευταία χρόνια και οι άντρες στα Ινστιτούτα Υγιεινής είναι η οριστική αφαίρεση των ανεπιθύμητων τριχών. Η τριχοφυΐα στο σώμα είναι συχνά ένα πρόβλημα για τον άντρα και την γυναίκα. Η αποτρίχωση όπως ονομάζεται μέρα με την μέρα χρόνο με το χρόνο κερδίζει συνεχώς έδαφος, και έχει κερδίσει και μεγάλη πλειοψηφία αντρών.

Πολλοί είναι οι λόγοι που οδηγούν τα άτομα στο να καταφύγουν σε μια οριστική λύση της εξαφάνισης των τριχών. Ένας από τους πιο σημαντικούς λόγους είναι η εξωτερική εμφάνιση.

Η αποτρίχωση έχει γίνει πλέον μία ολόκληρη επιστήμη και μία αρκετά κερδοφόρα υπηρεσία. Αισθητικοί και δερματολόγοι αναλαμβάνουν να προσφέρουν τις γνώσεις τους αλλά και την βοήθεια τους σε όλους τους πελάτες των ινστιτούτων υγιεινής, με την βοήθεια πάντοτε που τους προσφέρουν τα εξελιγμένα μηχανήματα. Laser, φωτόλυση, Laser τρίτης γενιάς ή αλλιώς ηλεκτρόλυση, αποτριχωτικά κεριά (χαλάουα), κτλ.

Οι περιοχές που μπορούν να θεραπευτούν με την βοήθεια των παραπάνω μεθόδων είναι:

- A. Τα χείλια
- B. Τα μάγουλα
- C. Το πηγούνι
- D. Τα φρύδια κτλ.

Πολλές είναι οι γυναίκες που μέρα με την μέρα επισκέπτονται τα Ινστιτούτα Υγιεινής για να δώσουν τέλος στην ανεπιθύμητη τριχοφυΐα, και κυρίως του προσώπου.

Η πιο διαδεδομένη και η πιο συχνή μέθοδος για την αφαίρεση των ανεπιθύμητων τριχών του προσώπου, που επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν οι γυναίκες στα ινστιτούτα, είναι η χρήση των ηλεκτρικών τσιμπιδιών, τα ξανθητικά, τα αποτριχωτικά, τα χημικά αποτριχωτικά και οι θεραπείες με κερί (χαλάουα). Οι παραπάνω τεχνικές, θεωρούνται ότι είναι ανώδυνες για τον πελάτη.

Τα παραπάνω προϊόντα όπως τα ξανθητικά, τα αποτριχωτικά και το κερί μπορούν να το βρουν και να τα αγοράσουν και οι ίδιοι οι πελάτες σε επιλεγμένα καταστήματα και να το χρησιμοποιήσουν και μόνοι τους, αφού δεν υπάρχει ο φόβος για την υγεία τους και για το δέρμα τους .

Τα αποτριχωτικά ανήκουν στην ομάδα των προσωρινών μεθόδων για την αφαίρεση των ανεπιθύμητων τριχών .

Κυτταρίτιδα

Κυτταρίτιδα είναι το όνομα που έχει δοθεί σ' αυτά τα μαζεμένα κατάλοιπα του λίπους, νερού και άχρηστων προϊόντων, το οποίο συγκεντρώνεται γύρω από τους γοφούς, μηρούς και γλουτούς. Αυτός ο τύπος λίπους, σύμφωνα με τους ειδικούς στη βιομηχανία ομορφιάς, είναι μια υψηλά ειδικευμένη μορφή λίπους που εμποδίζεται η μείωση της με δίαιτα και άσκηση. Είναι ένα διαφορετικό είδος πάχους, που έχει προκληθεί από τις ανισορροπίες στον οργανισμό, το οποίο κάνει τα λιπαρά κύτταρα να συνδυαστούν με νερό και άχρηστα τοξικά υλικά,

σχηματίζοντας ημίσκληρες, ζελοειδείς μάζες, οι οποίες συσσωρεύονται κάτω από τα δέρμα. με αποτέλεσμα: εξόγκωση, σκληρότητα, πορτοκαλί χρώμα του δέρματος στις επηρεασμένες περιοχές.

Η κυτταρίτιδα είναι το τυπικό πρόβλημα των περισσότερων γυναικών. Οι άντρες δεν έχουν κυτταρικά κατάλοιπα, κυρίως για λόγους ορμονικής ισορροπίας που είναι διαφορετική και λόγω του ότι η διανομή του λίπους είναι διαφορετική.

Η κυτταρίτιδα είναι ένα επίμαχο θέμα. Παρόλο που είναι αποδεκτή από τη βιομηχανία ομορφιάς, η ύπαρξή της δεν είναι αποδεκτή από την ιατρική πλευρά. Πολλοί γιατροί αμφιβάλλουν αν υπάρχει τέτοιο στοιχείο γνωστό σαν κυτταρίτιδα. Δεν έχουν καμιά επιστημονική απόδειξη που να αναγνωρίζει ένα χωριστό τύπο λίπους που να συνδέεται με τα άχρηστα υλικά. Οι ιατρικοί νόμοι που κυβερνούν την επιστήμη της φυσιολογίας, πιστεύουν, ότι δεν επιτρέπεται να πιστεύουμε ότι υπάρχει τέτοιο στοιχείο. Πιστεύουν ότι η κυτταρίτιδα είναι ένα λιπαρό κατάλοιπο, όπως κάθε είδος λιπαρού κατάλοιπου, που μπορεί να αφαιρεθεί μόνο με δίαιτα και πρόγραμμα ασκήσεων που μειώνουν τα επίπεδα λίπους σ' ολόκληρο το σώμα. Αμφισβητούν την ικανότητα κάθε προϊόντος, τύλιγμα του σώματος, μηχανήματα που βοηθούν στην καταπολέμηση της ή άλλες θεραπείες ότι αφορούν τα υποτιθέμενα κατάλοιπα.

Άλλη μια υπηρεσία που προσφέρουν τα Ινστιτούτα Υγιεινής είναι η περιποίηση του προσώπου. Η υπηρεσία αυτή περιλαμβάνει α) τον απλό καθαρισμό, β) την θεραπεία για την καταπολέμηση της ακμής, γ)χημικό πήλινγκ και δ) μακιγιάζ.

Μέχρι πριν λίγα χρόνια η περιποίηση του προσώπου ήταν καθαρά γυναικεία υπόθεση. Τα τελευταία χρόνια όμως παρατηρείται ότι όλο και περισσότεροι άντρες αρχίζουν να δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην εμφάνιση τους. Αυτό οφείλεται στο ότι το παλιό πρότυπο άντρα έχει πλέον ξεπεραστεί και τον έχει διαδεχτεί ένα νέο πιο εκλεπτυσμένο και πιο περιποιημένο μοντέλο. Οι επιρροές που καθημερινά δεχόμαστε από ευρωπαϊκούς λαούς, αλλά και ο καταϊγισμός διαφημίσεων που θέλουν τον άντρα περιποιημένο και να φροντίζει καθημερινά το πρόσωπο του αλλά και το σώμα τον έχουν οδηγήσει στα ινστιτούτα υγιεινής. Πλέον η ωραία εμφάνιση και η συχνή επίσκεψη στα ινστιτούτα δεν είναι μόνο πλεονέκτημα μόνο των γυναικών αλλά και των αντρών. Ανάλογα με την υπηρεσία υπάρχει και η ανάλογη ζήτηση από άτομα κάθε ηλικίας και ανεξαρτήτου φύλου.

Πάνω στην θεραπεία του προσώπου η επιστήμη που ασχολείται με την ομορφιά έχει κάνει πολλούς προόδους. Νέες μεθόδους και νέα μηχανήματα έρχονται να αντικαταστήσουν τους απλούς παραδοσιακούς καθαρισμούς και πήλινγκ. Κρέμες που καθαρίζουν το πρόσωπο και επιβραδύνουν την γήρανση του, μπότοξ που βοηθούν, χαρίζουν λάμψη και νεανικότητα σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, θεραπείες που εξαφανίζουν ανεπιθύμητα σημάδια που προήλθαν από κάποιο ατύχημα ή από ακμή είναι πλέον παρελθόν. Προβλήματα που πριν από μερικά χρόνια φαινόταν δύσκολα και απραγματοποίητα τώρα πλέον οι ειδικοί έχουν την λύση και ανάλογα με το πρόβλημα μας προτείνουν και την ανάλογη θεραπεία.

Το χημικό πήλινγκ είναι μία από τις διαδιδόμενες θεραπείες που ζητούν οι πελάτες. Το χημικό πήλινγκ βοηθάει στην

ανάπλαση του προσώπου, καθαρίζει και εξαφανίζει τα σημάδια που έχουν προκληθεί από κάποιο ατύχημα ή από έντονη ακμή.

Το χημικό πήλινγκ στο Ινστιτούτο Υγιεινής είναι μία διαδικασία στην οποία μια ειδική συνταγή εφαρμόζεται στο δέρμα που κάνει την επιδερμίδα να ξεφλουδίζει με τον ίδιο τρόπο που ένα καμένο πρόσωπο από τον ήλιο θα ξεφλουδίσει. Αυτή θεωρείται μια από τις πιο προχωρημένες θεραπείες οι ειδικοί επισημαίνουν πως πρέπει να γίνεται μόνο από ειδικευμένους και έμπειρους αισθητικούς που έχουν κάνει ειδικές μελέτες σ' αυτή τη διαδικασία.

Το χημικό πήλινγκ δεν είναι μια νέα θεραπεία όπως πιστεύαμε. Είναι η εφαρμογή μιας συγκεκριμένης συνταγής με την απαίτηση συγκεκριμένων αποτελεσμάτων όπως μπορεί να εφαρμόσει συγκεκριμένες λοσιόν που απαιτούν συγκεκριμένα αποτελέσματα.

Το χημικό πήλινγκ στο Ινστιτούτο δεν θα πρέπει να το μπερδέψουμε με την «κοπή του δέρματος» δηλαδή με την πλαστική χειρουργική.

Μία από τις κύριες ωφέλειες του χημικού πήλινγκ είναι ότι κάνει το δέρμα να παράγει βιοκεντρίνες, στοιχείο που βοηθά τα κύτταρα να επιζήσουν. Το σοκ και το τραύμα που προκαλείται στο δέρμα από το χημικό πήλινγκ παρακινούν το δέρμα να παλέψει για την παραγωγή αυτών των βιοκεντρινών.

Θα μπορούσαμε να φανταστούμε τις βιοκεντρίνες σαν τα υγιέστερα κύτταρα που μπορεί το σώμα να παράγει. Τώρα θα πρέπει να φανταστούμε ότι τα κύτταρα αυτά κινούνται προς την επιφάνεια του δέρματος. Καθώς τα κύτταρα κινούνται προς την επιφάνεια, οι καλλαγόνοι ιστοί δυναμώνουν, η υπερβολικοί λιπαρότητα έρχεται στα φυσιολογικά επίπεδα, οι πόροι που

έχουν κλείσει ανοίγουν, το δέρμα σκληρής υφής θα δείχνει πιο λείο και οι γραμμές θα είναι πιο μαλακές. Το δέρμα θα είναι σφιχτό και η βαθιά μόλυνση της ακμής θα σβήσει μπροστά στην επιφάνεια γιατί δεν μπορεί να ζήσει σε μια περιοχή που έχει πλημμυρίσει με βιοκεντρίνες. Το ίδιο συμβαίνει και με τα σημάδια που έχει προκαλέσει ένα ατύχημα.

Ανάλογα με τα σημάδια και από τον λόγο που προκλήθηκαν γίνεται και το ανάλογο χημικό πήλινγκ. Εάν το πρόσωπο του ασθενούς υποφέρει από ακμή πρώτο βήμα της θεραπείας είναι ο αισθητικός να την καταπολεμήσει. Ο πελάτης θα πρέπει σύγχρονος να ενημερωθεί από τον αισθητικό για τον αριθμό των θεραπειών που θα ακολουθήσει καθώς και τα προϊόντα που θα χρησιμοποιηθούν, πριν οι κλεισμένοι πόροι και οι ερεθισμοί καθαριστούν και θεραπευτούν.

Κατά την διάρκεια του ξεκινήματος των ειδικών θεραπειών για την ακμή ο πελάτης μπορεί να έχει την εμπειρία μιας αναζωπυρώσεις που είναι σημάδι ότι τα μολυσμένα υλικά δουλεύουν προς το δρόμο τους για την επιφάνεια. Για να είναι επιτυχής η θεραπεία, θα πρέπει και ο πελάτης με την σειρά του να ακολουθεί μια αυστηρή περιποίηση μόνος του σπίτι του.

Η γήρανση είναι ο σημαντικότερος λόγος που όλοι οι άνθρωποι και ιδίως εμείς οι γυναίκες φοβόμαστε και προσπαθούμε να την καταπολεμήσουμε με διάφορους τρόπους. Στα προηγούμενα χρόνια τα μόνα όπλα που είχαν οι γυναίκες είναι οι διάφορες κρέμες που κυκλοφορούσαν στο εμπόριο, και οι διάφορες κούρες ομορφιάς που γίνονταν στα ινστιτούτα ομορφιάς. Οι πλαστικές που βοηθούσαν τις μεγαλύτερες σε ηλικίες κυρίες να δείχνουν πιο νέες, ήταν πλεονέκτημα μόνο στις πιο οικονομικά ευκατάστατες τάξεις .

Σήμερα τα πράγματα είναι διαφορετικά. Το μπότοξ είναι μια καινούρια θεραπεία όπου σύμφωνα με τους ειδικούς το μαχαίρι έχει πλέον καταργηθεί ως ένα μεγάλο βαθμό. Είναι μια θεραπεία όπου είναι προσιτή σε άλλες τις οικονομικές τάξεις μιας κοινωνίας. Το μπότοξ είναι ένα θεραπευτικό υγρό με κύριο συστατικό του τη σιλικόνη, όπου με την βοήθεια μιας σύριγγας το πλαστικός γιατρός, που υπάρχει σε κάθε ινστιτούτο, την κάνει σε όποιο σημείο του σώματος του ασθενεί χρειάζεται.

Για την εφαρμογή της θεραπείας αυτής δεν χρειάζονται πολλές συνεδρίες. Είναι μια θεραπεία που δεν προσφέρει μόνιμο αποτέλεσμα στον ασθενή. με το πέρασμα του χρόνου (2-3 χρόνια) ο ασθενής θα πρέπει να το επαναλάβει.

Ο μόνος κατάλληλος που μπορεί να εφαρμόσει την θεραπεία του μπότοξ είναι μόνο ο πλαστικός γιατρός. Για το λόγο αυτό κρίνεται απαραίτητος να υπάρχει σε κάθε ινστιτούτο υγιεινής.

Μασάζ

Τα μασάζ είναι ακόμα μία ξεχωριστή υπηρεσία του ινστιτούτο υγιεινής. Ο έντονος ρυθμός, το στρες, το άγχος, ο περιορισμένος ελεύθερος χρόνος που έχουμε για τον εαυτό μας δεν μας δίνουν την δυνατότητα να χαλαρώσουμε και να κάνουμε πράγματα που μα ευχαριστούν και μας γεμίζουν δύναμη. Την ευχαρίστηση της χαλάρωσης και τη τόνωσης έρχεται να μας την δώσει το μασάζ.

Τα μασάζ προσώπου και σώματος είναι ένα από τα ωφέλιμα και ευχάριστα βήματα στη θεραπεία του προσώπου και σώματος. Ο πελάτης ευχαριστείται τη χαλάρωση και τόνωση που είναι αποτέλεσμα από το μασάζ και ωφελείται από τις μαλακτικές επιδράσεις από τις κρέμες και λοσιόν που

χρησιμοποιούνται για τον καθαρισμό και αναζωογόνηση του δέρματος.

Το μασάζ είναι απαραίτητο γιατί ωφελεί τον πελάτη σωματικά και ψυχολογικά. Ποικίλες τεχνικές χρησιμοποιούνται από τα Ινστιτούτα. Δεν υπάρχει κάποια ειδική σχολή που κάποιος μπορεί να γίνει επαγγελματίας μασέρ παρά μόνο ή πρακτική εξάσκηση. Το μασάζ δεν πρέπει να επεκτείνεται, πολύ βαθιά ούτε να δίνεται όταν δεν είναι ωφέλιμο για τον πελάτη. Παρακάτω σας παραθέτω τα ωφέλιμα αποτελέσματα που μπορούμε να αποκτήσουμε με το κατάλληλο μασάζ:

- ❖ Το μασάζ, τροφοδοτεί το δέρμα και όλες τις λειτουργίες του, διεγείροντας την κυκλοφορία του αίματος. Το αίμα φέρνει οξυγόνο, το οποίο είναι απαραίτητο στην κυτταρική ανάπτυξη και μεταφέρει τα άχρηστα προϊόντα και διοξείδιο του άνθρακα, βοηθώντας στον καθαρισμό του σώματος και του προσώπου.
- ❖ Το μασάζ μειώνει τα λιπαρά κύτταρα στους υποδόριους ιστούς. Αυτό βοηθά στο σχηματισμό του δέρματος και βαθύτερους ιστούς.
- ❖ Το μασάζ ανεβάζει τη θερμότητα αυξάνοντας την τροφοδότηση του αίματος και κυκλοφορίας.
- ❖ Το μασάζ κάνει το δέρμα πιο μαλακό και πιο ευλύγιστο. Τονώνει τους μύες και καθυστερεί τη γήρανση του δέρματος.
- ❖ Ο επιδέξιος χειρισμός του μασάζ μπορεί να μας βοηθήσει να αδειάσουμε τα περίσσια υγρά από στους ιστούς και να μειωθούν οι φουσκωμένες ή κρεμασμένες περιοχές.
- ❖ Το μασάζ δυναμώνει, τροφοδοτεί και τονώνει τις ίνες των μυών.

- ❖ Το μασάζ μαλακώνει και ξεκουράζει τα νεύρα.
- ❖ Το μασάζ βελτιώνει την εμφάνιση του δέρματος.
- ❖ Το μασάζ ορισμένες φορές ανακουφίζει τον πόνο βοηθώντας τους τεντωμένους μύες να χαλαρώσουν .
- ❖ Το μασάζ χαλαρώνει και βοηθά να καθαρίσει η νεκρή κυτταρική επιφάνεια και άλλα υπολείμματα, ανακουφίζοντας το υγιές δέρμα που βρίσκεται από κάτω.

Για την απόκτηση των κατάλληλων αποτελεσμάτων από το μασάζ ο αισθητικός πρέπει να έχει μια ευρεία γνώση όλων των λειτουργιών που περιλαμβάνουν οι μύες και αγγεία του αίματος.

Σχεδόν κάθε μυς και νεύρο του οργανισμού μας έχει ένα κινητήριο σημείο. Η θέση των κινητήριων σημείων θα ποικίλη στη θέση λόγω των διαφορών στη δομή του σώματος μας. Το μασάζ εφαρμόζεται εύκολα και επηρεάζει τις λειτουργίες του σώματος μας.

Τύποι του μασάζ

Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι μασάζ, που βασίζονται στη λειτουργία και ενέργεια του σώματος.

- Σουηδικό μασάζ που χειρίζεται επιδέξια τους βαθύς ιστούς των μυών με μια σειρά κινήσεων.
- Το Σιάτσου συνδυάζει το τέντωμα των άκρων του σώματος. Πολλά από τα κινητήρια σημεία στο πρόσωπο στο λαιμό και στο σώμα και επιδέξιο χειρισμό από τον αισθητικό.
- Αντανακλαστικό είναι μια μορφή θεραπευτικού μασάζ που χειρίζεται επιδέξια περιοχές πάνω στα χέρια και στα πόδια.

- Αρωματοθεραπευτικό μασάζ χρησιμοποιεί απαραίτητα λάδια, τα οποία διαπερνούν το δέρμα κατά την διάρκεια των κινήσεων του μασάζ.
- Η χειροπλαστική είναι ένα σύστημα μασάζ που ισορροπεί τα εσωτερικά όργανα του σώματος. Η θεωρία της χειροπλαστικής υποστηρίζει ότι τα αντανεκλαστικά σημεία στα άκρα ανταποκρίνονται στα διάφορα όργανα και μέρη του σώματος. Η πίεση του μασάζ στα αντανεκλαστικά σημεία ενεργοποιεί τα όργανα ή τα μέρη του σώματος, και τα επαναφέρει σε ισορροπία, με τον τρόπο αυτό βελτιώνονται οι λειτουργίες τους. Η χειροπλαστική είναι μια μορφή ενέργειας βασισμένη στο μασάζ.

Οι ειδικοί επιδέξιοι χειρισμοί που χρησιμοποιούνται και ο αριθμός των φορών που κάθε κίνηση μασάζ επαναλαμβάνεται μπορεί να βασίζεται σε πολλούς παράγοντες, όπως η κατάσταση του δέρματος και η ποσότητα χρόνου που ο αισθητικός θα θελήσει να διαρκέσει το μασάζ. Ξεκούραση και χαλάρωση έρχεται κάνοντας ελαφριές αλλά και σταθερές, αργές, ρυθμικές κινήσεις ή πολύ αργές, ελαφρούς δονισμούς των χεριών πάνω από τα κινητήρια σημεία για ένα πολύ μικρό χρονικό διάστημα.

Η συχνότητα του μασάζ βασίζεται στην κατάσταση του δέρματος, την ηλικία του πελάτη, και η κατάσταση που θα θεραπευτεί. Ένας γενικός κανόνας, το κανονικό δέρμα μπορεί να διατηρηθεί σε άριστη κατάσταση με μασάζ μια ή δυο φορές το μήνα.

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ

Στα Ινστιτούτα Υγιεινής δεν ανήκουν μόνο όσα ασχολούνται με την εξωτερική ομορφιά του προσώπου. Ανήκουν και όλα όσα ασχολούνται με την σωστή φυσική κατάσταση του σώματος. «Νους υγιείς εν σώματι υγιείς» έλεγαν οι αρχαίοι Έλληνες. Στα Ινστιτούτα Υγιεινής ανήκουν και τα γυμναστήρια.

Η σιλουέτα μας είναι συνδυασμός της κληρονομικότητας και του τρόπου ζωής μας, του τρόπου που τρώμε, που γυμναζόμαστε, που περπατάμε ή που χρησιμοποιούμε το σώμα μας. Οι περισσότεροι από εμάς θα θέλαμε να έχουμε καλύτερη σιλουέτα. Η καλή φυσική κατάσταση είναι η βάση της ομορφιάς και της υγείας. Τα θετικά αποτελέσματα της καλής αυτής κατάστασης είναι πολύ σημαντικά και αντικαθρεπτίζονται σε κάθε επίπεδο της ζωής μας. Όταν έχουμε καλή εμφάνιση όλοι αισθανόμαστε αυτοπεποίθηση, είμαστε σε πλήρη σωματική και πνευματική ετοιμότητα για όλες τις δραστηριότητες της ζωής, ακτινοβολούμε από ζωντάνια,

δίνουμε την αίσθηση της τέλειας σωματικής ικανότητας, σφύζουμε από υγεία.

Αν κάποιος θέλει να βελτιώσει εντυπωσιακά την σιλουέτα του θα πρέπει να μάθει να στέκεται σωστά, να τονώσει τους μυς του , και να μειώσει το βάρος του, με σωστή και ισορροπημένη διαίτα αλλά και με συνδυασμό της σωστής γυμναστικής.

Είναι γενικά παραδεκτό ότι η γυμναστική είναι πλέον επιτακτική ανάγκη στην εποχή μας. Μία εποχή όπου η τεχνολογική εξέλιξη αντικατέστησε τη σωματική εργασία με τη μηχανή και μας υπέβαλλε έναν αυτοματοποιημένο, καθιστικό και αφύσικο τρόπο ζωής. Ζούμε σε μια εποχή όπου την χαρακτηρίζει ο κυνικός περιορισμός. Υπολογίζεται πως το 80% των ανθρώπων στα αστικά κέντρα εγκαταλείπουν με την ενηλικίωση τους κάθε μορφή σωματικής άσκησης και οδηγούμαστε σιγά σιγά σε βιολογική παρακμή .

Τα γυμναστήρια έρχονται να δώσουν την λύση σε αυτά τα προβλήματα αλλά και να ξαναδώσουν στο σώμα μας την σωματική αλλά ψυχική φυσική κατάσταση.

Τα γυμναστήρια που υπάρχουν σήμερα δεν μοιάζουν καθόλου με τα γυμναστήρια που υπήρχαν παλιότερα. Έκτός από τα βασικά προγράμματα και τα μηχανήματα και το ανάλογο προσωπικό που υποχρεωτικά πρέπει να διαθέτουν παρέχουν και άλλες υπηρεσίες που συνήθως τις συναντάμε στα σύγχρονα ινστιτούτα υγιεινής. Και αυτό γιατί οι απαιτήσεις των πελατών έχουν αυξηθεί και ο ελεύθερος χρόνος τους έχει μειωθεί, έτσι ένα καλά οργανωμένο γυμναστήριο θα πρέπει να εξυπηρετεί και να ικανοποιεί αν όχι όλες τις περισσότερες ανάγκες των πελατών. Παρακάτω σας παρουσιάζω τις υπηρεσίες που διαθέτει ένα σύγχρονο γυμναστήριο:

- I. X - Cardio: πρόγραμμα Aerobic για προχωρημένους
χορός και φαντασία
- II. S - Cardio: πρόγραμμα Aerobic απλών συνδυασμών
..... για όλους
- III. S – Step: εναλλαγές Aerobic με απλούς συνδυασμούς
Step σε συνδυασμό με μουσική ενδυνάμωση
- IV. A4A: athletic 4 all : 1 αθλητικό κυκλικό πρόγραμμα
Αντοχή, δύναμη, φυσική κατάσταση, εκτόνωση
- V. 3B: Butt-Bum- back: ασκήσεις για τα πόδια, την κοιλιά και
τη ράχη
- VI. Total Sculpt: πρόγραμμα μουσικής ενδυνάμωσης για όλο το
σώμα, βαράκια, λάστιχα
- VII. Combat Effect: συνδυασμός Aerobic και πολεμικών
τεχνών
- VIII. Dynamic Yoga: δυναμικές, διατακτικές ασκήσεις και
ασκήσεις χαλάρωσης
- IX. Mini Μαραθώνιος: 1,5 ώρα ασταμάτητη γυμναστική με
αεροβικές προσαρμογές .
- X. Pilates: ασκήσεις που βελτιώνουν τη στάση του σώματος
ενώ προσφέρουν δύναμη, αντοχή, ευλυγισία και ενέργεια.
- XI. Χαμάμ
- XII. Αποτρίχωση
- XIII. Μασάζ
- XIV. Κομμωτήριο (στα πιο μεγάλα γυμναστήρια)
- XV. Μανικιούρ
- XVI. Πεντικιούρ.
- XVII. Keek boxing
- XVIII. Dely dance (χορός της κοιλιάς)

Κάθε πελάτης μπορεί, να με την βοήθεια πάντοτε του γυμναστή του να επιλέξει το πρόγραμμα που του ταιριάζει έχοντας πάντα σαν βασική προτεραιότητα τα σημεία του σώματος που θέλει να γυμνάσει.

Για να επιλέξει ο γυμναστής το πρόγραμμα που θα πρέπει να ακολουθήσει ο πελάτης θα πρέπει πρώτα να του κάνει μια σειρά από ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις στόχο έχουν να διαπιστώσει ο γυμναστής σε πια φυσική κατάσταση βρίσκεται ο πελάτης, αν πάσχει από κάποια νόσο (καρδιακά προβλήματα, σάκχαρο κτλ) αν καπνίζει και πόσο. Εάν ο πελάτης είναι άνω των 35 χρόνων ο γυμναστής ζητάει να του προσκομίσει χαρτί από γιατρό ότι δεν πάσχει από κάποια ασθένεια.

Η αεροβική γυμναστική είναι το πρόγραμμα που συνήθως προτείνουν οι γυμναστές στους πελάτες που επισκέπτονται τα γυμναστήρια.

Οι μύες που αποτελούν το 40% του σωματικού βάρους μας δέχονται καθημερινώς υποτονικά ερεθίσματα και έχουν πέσει σε αχρηστία λόγω της καθιστικής ζωής που κάνουμε. Ένας τρόπος να αποφευχθεί αυτή η βιολογική φθορά είναι η αερόβια άσκηση. Και αυτό γιατί με την αερόβια άσκηση δραστηριοποιούνται όλα τα κύτταρα του οργανισμού και γυμνάζονται όχι μόνο οι μύες αλλά και το αναπνευστικό και κυρίως το καρδιακό σύστημα. Και όταν λέμε αερόβια άσκηση εννοούμε το τρέξιμο, το κολύμπι, την ποδηλασία, το γρήγορο βάδισμα, το χορό και γενικά φυσικές δραστηριότητες που έχουν αρκετή ένταση και διάρκεια για να επιταχύνουν την αναπνοή και να προκαλέσουν τις απαραίτητες καρδιοαναπνευστικές προσαρμογές.

Μία από τις δραστηριότητες αυτές είναι και το aerobic. Τα όρια που προτείνονται από τους ειδικούς προκειμένου ο οργανισμός να δουλεύει σε αερόβια επίπεδα είναι 60-85%. Μια ένταση 60% μπορεί να χρησιμοποιεί κάποιος νέος ασκούμενος ενώ 85% ένταση μπορεί να χρησιμοποιεί ένας καλά γυμνασμένος αερόβια ασκούμενος.

Συνδυάζοντας τώρα την ένταση με την διάρκεια ένας καλά και ένας όχι καλά γυμνασμένος αερόβια ασκούμενος μπορούν να πετύχουν το ίδιο κάψιμο θερμίδων. Για παράδειγμα εάν ο καλά γυμνασμένος ασκηθεί για 30 λεπτά σε μια ένταση 85% και ο λιγότερα γυμνασμένος 60 λεπτά σε μια ένταση 60% στο τέλος της άσκησης θα έχουν κάψει περίπου τις ίδιες θερμίδες με τη διαφορά ότι λιγότερα γυμνασμένος θα ασκηθεί με ασφάλεια λόγω του ότι δεν έχει αποκτήσει ακόμα μυϊκή συναρμογή του καλά γυμνασμένου για να επιτελέσει με πολύ γρήγορο ρυθμό τις ασκήσεις.

Για να μπορέσει κανείς να κάψει περισσότερες θερμίδες και για να μπορέσει να αποκτήσει ένα καλογυμνασμένο σώμα είναι να ασχοληθεί με την αερόβια γυμναστική με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ένταση, όσο τον δυνατόν μεγαλύτερη διάρκεια και με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη συχνότητα. Η ένταση στην οποία θα ασκείται κάποιος θα πρέπει να είναι μέσα στα πλαίσια των δυνατοτήτων του και να μην υπερβαίνει τα όρια της αντοχής του (π.χ κάποιος που είναι παχύσαρκος με χαμηλή φυσική κατάσταση δεν θα πρέπει να ασκείται με μεγάλη ένταση γιατί είναι πολύ πιθανό να τραυματιστεί άρα θα πρέπει να επιλέξει κάποια χαμηλότερη ένταση για να ασκηθεί με ασφάλεια).

Η διάρκεια και η συχνότητα έχει πάλι να κάνει με τις δυνατότητες του ασκούμενου. Οι γυμναστές συνήθως προτείνουν μία ένταση γύρω στα 60-85%, και όσον αφορά την συχνότητα 3 με 4 φορές την εβδομάδα είναι το ιδανικότερο.

Βέβαια πολλές είναι οι περιπτώσεις ασκούμενων οι οποίοι δεν έχουν στην διάθεση τους πάνω από 2 φορές την εβδομάδα για να ασκηθούν, για αυτούς πραγματοποιούνται προσαρμογές, με την διαφορά ότι οι προσαρμογές αυτές έρχονται πιο αργά. Έρευνες έχουν δείξει ότι και η ελάχιστη άσκηση αποφέρει σημαντικά οφέλη από την απραξία. Ακόμα άτομα που είχαν διακόψει την γυμναστική η πτώση της φυσικής τους κατάστασης ήταν μεγαλύτερη από εκείνα τα άτομα της ίδια κατηγορίας τα οποία συνέχισαν να ασκούνται έστω και με μειωμένη συχνότητα.

Το προπονητικό επίπεδο των αθλούμενων, η ηλικία, το είδος του μαθήματος και ο στόχος είναι μερικοί από τους παράγοντες που καθορίζουν την διάρκεια του αερόβιου σε ένα πρόγραμμα γυμναστικής. Έτσι σε μεγαλύτερες ηλικίες μπορεί να μειωθεί η διάρκεια και να δοθεί έμφαση σε άλλα μέρη του σώματος.

Εκτός από τους γυμναστές στα γυμναστήρια υπάρχουν διαιτολόγοι αλλά και αισθητικοί. Υπάρχουν αρκετοί πελάτες που θέλουν να χάσουν κάποια περιττά κιλά. Επομένως εκτός από την βοήθεια του γυμναστή θα χρειαστεί και την βοήθεια ενός διαιτολόγου που θα τους δώσει παράλληλα με την γυμναστική να ακολουθήσουν και ένα πρόγραμμα διατροφής. Το ίδιο συμβαίνει και με τον πελάτη που θέλει να πάρει κάποια κιλά παραπάνω ο διαιτολόγος θα πρέπει και σε αυτήν την περίπτωση να του δώσει ένα πρόγραμμα διατροφής. Τα εν

λόγω προγράμματα βγαίνουν με βάση την κατανομή του κάθε οργανισμού το ύψος και την ηλικία.

Ο αισθητικός είναι κι αυτός ένας από τους πλέον απαραίτητους ανθρώπους που έχουν τα σημερινά γυμναστήρια ώστε να μπορούν να προσεγγίσουν και να εξυπηρετούν περισσότερους πελάτες. Ο αισθητικός όπως και στα ινστιτούτα έτσι και στα γυμναστήρια ασχολείται με τον καλλωπισμό των πελατών με την περιποίηση των νυχιών, με το πρόσωπο αλλά και το σώμα.

ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ

Η ομορφιά έχει γίνει πλέον στις μέρες μας μία από τις πιο κερδοφόρες επιχειρήσεις. Καθημερινά ξεφουτρώνουν σαν μανιτάρια σε όλες τις πόλεις μικρές και μεγάλες κέντρα που ασχολούνται αποκλειστικά με τον καλλωπισμό και την περιποίηση του ανθρωπίνου σώματος. Τα κέντρα αυτά είναι πλήρως εξοπλισμένα τόσο με ειδικευμένο προσωπικό όσο και τεχνολογικό και είναι ικανά με τις υπηρεσίες που διαθέτουν να εκπληρώσουν όλες τις ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου. Τα κέντρα αυτά δεν είναι άλλα από τα Ινστιτούτα Υγιεινής ή κέντρα αισθητικής.

Ο διαχωρισμός ενός Ινστιτούτο από ένα κέντρο επέρχεται από τον μηχανικό εξοπλισμό που διαθέτει το καθένα, από τους ειδικούς που εργάζονται σε αυτά αλλά και από τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Για παράδειγμα ένα Ινστιτούτο Υγιεινής σε σχέση με το κέντρο είναι άρτια εξοπλισμένο με τα καλύτερα μηχανήματα, παρέχει όλες τις υπηρεσίες που μπορεί να καλύψουν κάθε ανάγκη του πελάτη και το προσωπικό του αποτελείται από όλους τους ειδικούς.

Ένα ακόμα βασικό στοιχείο που κάνει την διαφορά ανάμεσα σε ένα Ινστιτούτο Υγιεινής και σε ένα κέντρο ομορφιάς είναι η άδεια λειτουργίας που χρειάζεται για να ανοίξει το καθένα αλλά και το πώς είναι οργανωμένα.

Τα κέντρα αισθητικής υπάγονται στον 361/69 νόμο. Ο αισθητικός που είναι και ο κύριος αρμόδιος που μπορεί να ανοίξει ένα τέτοιο κέντρο θα πρέπει να έχει άδεια ασκήσεως επαγγέλματος, και θα πρέπει ο ίδιος να προσφέρει τις υπηρεσίες του. Στο όνομα του θα πρέπει να εκδίδεται η άδεια λειτουργίας εργαστηρίου και τα φορολογικά στοιχεία (Δελτία παροχές, ταμειακή μηχανή) να φέρουν το όνομα του.

Τα πολυδύναμα κέντρα που δεν είναι άλλα από τα Ινστιτούτα Υγιεινής υπάγονται στον 3215/98. Μπορεί ένας επιχειρηματίας να ανοίξει ένα τέτοιο Ινστιτούτο, αρκεί να έχει τις παρακάτω προϋποθέσεις που ορίζει ο νόμος: α) άδεια λειτουργίας εργαστηρίου, β) το κατάλληλο εργατικό προσωπικό που και αυτοί με την σειρά τους θα πρέπει να διαθέτουν άδεια ασκήσεως επαγγέλματος, γ) τα κατάλληλα μηχανήματα με τις ανάλογες πιστοποιήσεις και άδειες, δ) τις ανάλογες αίθουσες για κάθε υπηρεσία ξεχωριστά ε) και τέλος θα πρέπει να τηρούνται όλες οι κανόνες υγιεινής. Ο αισθητικός, ο διαιτολόγος, ο δερματολόγος, αλλά και ο πλαστικός γιατρός οφείλουν να δουλεύουν μέσα σε αυτό καθ' όλο το ωράριο λειτουργίας του. Σε περίπτωση που το Ινστιτούτο λειτουργεί και πέρα του 8ωρου, οφείλει να καλύπτει τον υπόλοιπο χρόνο με δεύτερο αισθητικό, διαιτολόγο, δερματολόγο αλλά και πλαστικό γιατρό.

Η πρωτότυπη άδεια του Ινστιτούτου και του κέντρου θα πρέπει να κατατίθονται στις Νομαρχίες και να ελέγχονται. Οι

κάτοχοι των αδειών θα πρέπει να υπογράψουν υπεύθυνη δήλωση του Νόμου 105 ότι δεν την έχουν καταθέσει σε άλλη Νομαρχία.

Όπως προανέφερα η εξωτερική ομορφιά έχει γίνει μια κερδοφόρα επιχείρηση. Βέβαια για να είναι μια επιχείρηση κερδοφόρα και το προϊόν ή υπηρεσία που προσφέρει στο καταναλωτικό κοινό να είναι πάντοτε στο ζενίθ και για να έχει συνέχεια πελάτες, θα πρέπει να είναι καλά οργανωμένη και να στηρίζεται πάνω στις αρχές της Οργάνωσης και Διοίκησης επιχειρήσεων στο Μάρκετινγκ και στην Διαφήμιση.

Οι παραπάνω αρχές είναι μερικά από τα εργαλεία που βοηθούν τα άτομα να δημιουργήσουν μια επιτυχημένη επιχείρηση.

Ένα από τα βασικά στοιχεία που δίνουν ιδιαίτερη σημασία οι επιχειρηματίες που θέλουν να δημιουργήσουν ένα επιτυχημένο Ινστιτούτο Υγιεινής είναι η καλή τοποθεσία του. Η καλή τοποθεσία θα έχει ως αποτέλεσμα την προσέλευση περισσότερων ενδιαφερομένων. Όταν είναι δυνατόν, το Ινστιτούτο πρέπει να βρίσκεται κοντά σε άλλες ενεργούς υπηρεσίες, περιοχές που προσελκύουν περιστασιακούς πελάτες, όπως εστιατόρια, πολυκαταστήματα σουπερμάκετ. Είναι δύσκολο να λειτουργήσει ένα επιτυχημένο Ινστιτούτο σε περιοχή με χαμηλή κίνηση. Επίσης, οι άνθρωποι είναι συγκεντρωμένοι σε εμπορικές περιοχές που μπορούν να κάνουν στάση και να εξυπηρετηθούν σ' όλα τα θέματα.

Το Ινστιτούτο πρέπει να είναι ορατό στο μάτι με σκοπό να τραβήξει την προσοχή των περαστικών. Αποφεύγουν να υπάρχει άλλο ινστιτούτο στην περιοχή. Πριν ακόμη αποφασίσουν την περιοχή όπου θα ανοίξουν το ινστιτούτο

κάνουν μία έρευνα όπου έχουν ως σκοπό να μάθουν τον αριθμό του πληθυσμού, το εισόδημα και τις αγοραστικές συνήθειες του πληθυσμού της περιοχής.

Δεύτερο και εξίσου σημαντικό στοιχείο που δίνουν ιδιαίτερη σημασία είναι το πάρκινγκ. Οι άνθρωποι διστάζουν να υποστηρίξουν μια επιχείρηση που είναι δύσκολο να φτάσουν σ' αυτήν εάν έχει πολύ κίνηση και δεν μπορούν να παρκάρουν ή όταν έχει κακό καιρό. Θα πρέπει αν είναι δυνατόν, να βρεθεί ένας χώρος για το Ινστιτούτο που να είναι κοντά σε δημόσια μέσα μεταφοράς ώστε να μπορούν να εξυπηρετηθούν και τα άτομα τα οποία δεν διαθέτουν δικό τους μεταφορικό μέσο. Αν το Ινστιτούτο μένει ανοικτό και τα βράδια θα πρέπει να είναι η περιοχή καλά φωτισμένη.

Αν τον χώρο που θα στεγαστεί το Ινστιτούτο πρόκειται να τον νοικιάσουν, οι επιχειρηματίες υπογράφουν συμβόλαια για ένα χρόνο ώστε εάν κάτι δεν πάει καλά και δεν είναι ευχαριστημένοι να μπορούν να βρουν έναν άλλον χώρο καλύτερο.

Αφού έχει βρεθεί ο χώρος όπου θα γίνει το Ινστιτούτο επόμενο βήμα είναι τα μηχανήματα. Στην αρχή ο ιδιοκτήτης του Ινστιτούτο δεν αγοράζει τον μηχανικό εξοπλισμό για λόγους ελλιπούς οικονομικών πόρους και προτιμά να τα νοικιάσει, αφού πρώτα έχει μελετήσει καλά τους χώρους του Ινστιτούτου.

Η ταξική τοποθέτηση του Ινστιτούτου είναι σημαντική και θα πρέπει να γίνει με τέτοιο τρόπο ώστε να επιτευχθεί οικονομία, άνεση και αποτελεσματικότητα. Τα βασικότερα στοιχεία που πρέπει να έχει το κτήριο είναι:

- 1) Μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα στη λειτουργία
- 2) Κατάλληλους διαδρόμους

- 3) Η ροή των λειτουργικών υπηρεσιών στο δωμάτιο υποδοχής με διευκολύνσεις όπως το τηλέφωνο, περιοδικά, καφέδες ευχάριστη μουσικοί καθώς και ευχάριστους ανθρώπους που θα των υποδεχτούν και θα τον βοηθήσουν.
- 4) Κάθε υπηρεσία θα πρέπει να έχει και τον ανάλογο χώρο και πρέπει να είναι αρκετός ώστε να χωράει και τα ανάλογα μηχανήματα.
- 5) Επίπλωση, τα εντοιχισμένα έπιπλα επιλέγονται με βάση τον ταξικό χώρο, με βάση τα χρήματα που έχουν στην διάθεση τους, την λειτουργικότητα, και την εμφάνιση.
- 6) Ο χρωματικός συνδυασμός πρέπει να είναι ξεκούραστος και κολακευτικός και για τους ενδιαφερόμενους.
- 7) Ένας μεγάλος χώρος για φαρμακείο αλλά και για αποθήκη θα πρέπει να είναι σχεδιασμένος ώστε να εξυπηρετεί τα άτομα που θα εργάζονται σε αυτό.
- 8) Θα πρέπει να υπάρχουν πάνω από μία ή δύο τουαλέτες κατάλληλα διαμορφωμένες.
- 9) Αρκετό φωτισμό για την διευκόλυνση στις υπηρεσίες
- 10) Μηχανήματα κλιματισμού.

Στον χώρο υποδοχής θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία και προσοχή. Αυτή είναι η πρώτη επαφή που έχει ο ενδιαφερόμενος με τις εγκαταστάσεις και καθορίζει τον τόνο των υπολοίπων εμπειριών στο Ινστιτούτο Υγιεινής. Ένας ελκυστικά διακοσμημένος χώρος υποδοχής μπορεί να είναι ένα από τα καλύτερα θεμέλια, καθώς αμέσως κάνει τον ενδιαφερόμενο να νιώσει άνετα, και δίνει την εντύπωση ότι αυτό είναι ένα Ινστιτούτο που ενδιαφέρεται για την άνεση και την εξυπηρέτηση του. Επίσης μπορεί να είναι ελκυστικό για το μάτι

για ανθρώπους που περνούν και μπορεί να γίνουν υποψήφιοι πελάτες για τις υπηρεσίες του .

Αν το πρώτο στάδιο της προετοιμασίας του κτηρίου που θα στεγαστεί το Ινστιτούτο έχει βρεθεί και έχει ολοκληρωθεί το επόμενο βήμα για ένα καλά οργανωμένο Ινστιτούτο είναι τα άτομα που θα το στελεχώσουν.

Η καλή οργάνωση περιλαμβάνει κυρίως την ανάθεση στα κατάλληλα πρόσωπα και δίνοντας σ' αυτά τις απαραίτητες πληροφορίες με τις οποίες θα κάνουν σωστά την δουλεία τους. Ο «αρχηγός», αν μπορούμε να τον ονομάσουμε, συνήθως είναι και ο ιδιοκτήτης του Ινστιτούτου. Είναι αυτός όπου με τις οδηγίες του καθοδηγεί τα στελέχη του, μπορεί να καθορίσει τα σχέδια και να παίρνει αποφάσεις, και είναι αυτός που λαμβάνει το κέρδος και θα ανέχεται τις απώλειες. Ο ιδιοκτήτης του Ινστιτούτου πρέπει να έχει επιχειρηματικό μυαλό, γνώσεις, αξιοπιστία, καλή εμφάνιση και διπλωματία. Είναι στοιχεία που είναι απαραίτητα για την σωστή και ομαλή λειτουργία του Ινστιτούτου, θα πρέπει να διοικεί με αποτελεσματικό τρόπο ώστε να μπορεί να δημιουργεί τις κατάλληλες επαγγελματικές συνεργασίες ανάμεσα στην διεύθυνση και τους υπαλλήλους αλλά και στους υπαλλήλους μεταξύ τους. Για τους παραπάνω λόγους κρίνεται απαραίτητο ο διευθυντής που μπορεί να είναι ο ίδιος ο ιδιοκτήτης ή άλλο φυσικό πρόσωπο που έχει την αρμοδιότητα διευθυντού να έχει πτυχίο Διοίκηση Επιχειρήσεων.

Διαφορετικά είναι τα πράγματα όταν το Ινστιτούτο παίρνει μορφή εταιρίας. Περισσότερο κεφάλαιο είναι διαθέσιμο για επενδύσεις. Τα μηχανήματα μπορούν να αγοραστούν και όχι να ενοικιάζονται. Η σύνθετη ικανότητα και η εμπειρία κάθε εταίρου συμβάλλει ευκολότερα στο μοίρασμα της δουλειάς, των

ευθυνών και τη λήψη αποφάσεων. Τα κέρδη μοιράζονται εξίσου και κάθε εταίρος θεωρεί δεδομένη την απεριόριστη αξιοπιστία ανάμεσα στους εταίρους για τα χρέη.

Όπως κάθε επιχείρηση έτσι και τα Ινστιτούτα θα πρέπει να έχουν και έναν καλό λογιστή που θα τους βοηθάει στις κρατήσεις των βιβλίων αλλά και στο μοίρασμα των κερδών ή των απωλειών. Ο λογιστής είναι αυτός που θα κρατάει τα κατάλληλα αρχεία της επιχείρησης που είναι απαραίτητα για να αντιμετωπίσουν τις απαιτήσεις των κρατικών και ομοσπονδιακών νόμων σχετικά με τους φόρους και τους υπαλλήλους. Αυτές οι εμπορικές συναλλαγές πρέπει να αρχειοθετούνται ώστε να διατηρούνται στα κατάλληλα αρχεία. Αυτά απαιτούνται από τον ιδιοκτήτη ή τον διευθυντή για τους παρακάτω λόγους:

1. Για κατάλληλη λειτουργία στο Ινστιτούτο
2. Για τον καθορισμό εισοδήματος, εξόδων, κέρδους και απωλειών
3. Για απόδειξη της αξίας του Ινστιτούτο σε περίπτωση πώλησης του
4. Για τον κανονισμό ενός δανείου τραπέζης
5. Για τέτοιες αναφορές όπως φόροι εισοδήματος, κοινωνική ασφάλεια, ανεργία και ασφάλεια ανικανότητας, μισθοί και ωρομίσθιοι, αποζημίωση ατυχήματος και φόρος επιτηδεύματος.

Άκρως απαραίτητα είναι και η τήρηση καθημερινών αρχείων που βοηθά των ιδιοκτήτη η διευθυντή να γνωρίζει την πρόοδο της επιχείρησης. Μια εβδομαδιαία ή μηνιαία περίληψη βοηθά επίσης:

1. Να γίνει σύγκριση με άλλα χρόνια

2. Να οριστούν οι οποιεσδήποτε απαιτήσεις για διαφορετικές υπηρεσίες
3. Να παραγγελθούν απαραίτητα είδη
4. Να ελεγχθεί η χρήση υλικών σύμφωνα με τον τύπο ανταπόδοσης των υλικών
5. Να ελεγχθούν τα έξοδα και οι απώλειες
6. Να ελεγχθούν τα έξοδα σε σχέση με τα έσοδα.

Για να μπορέσει ένα Ινστιτούτο να ελέγχει τα παραπάνω κρίνεται απαραίτητη μία γραμματέας η οποία θα αναλάβει την δουλειά γραφείου. Δουλεία της είναι να κρατά καθημερινά παραρτήματα πωλήσεων, βιβλίο ραντεβού και ένα μικρό βιβλίο μετρητών διάρκειας τουλάχιστον 6 μήνες. Βιβλίο μισθοδοτικών καταστάσεων, ακυρωμένες επιταγές και μηνιαία αρχεία χρόνου. Αρχεία υπηρεσιών είναι σπουδαία να τηρούνται. Τα αρχεία πωλήσεων βοηθούν στο να γίνεται πιο εύκολη η απογραφή.

Επίσης η γραμματέας με την βοήθεια ενός υπολογιστή με το ανάλογο πρόγραμμα θα κρατάει ένα καλά οργανωμένο σύστημα απογραφής που μπορεί να χρησιμοποιηθεί:

1. Για να προληφθεί η δημιουργία μεγάλου αποθέματος
2. Για να προληφθεί η απώλεια προϊόντων για τις υπηρεσίες
3. Και βοηθά στον καθορισμό του καθαρού κόστους στο τέλος της χρονιάς.

Η καλή διοίκηση επιχειρήσεων απαιτεί τη διατήρηση ενός απλού και αποτελεσματικού τρόπου αρχείων. Τα αρχεία έχουν αξία μόνο αν είναι σωστά, περιεκτικά και συμπληρωμένα. Διατήρηση βιβλίων σημαίνει ένα ακριβές αρχείο όλων των εξόδων και εσόδων. Το εισόδημα συνήθως χωρίζεται ως εισόδημα από υπηρεσίες και εισόδημα από λιανικές πωλήσεις.

Τα έξοδα περιλαμβάνουν το νοίκι, χρήσιμα προϊόντα, ασφάλεια, μισθοί, διαφήμιση, εξαρτήματα, διορθώσεις, κ.τ.λ.

Όταν ένας επιχειρηματίας ανοίγει ένα Ινστιτούτο Υγιεινής είναι σημαντικό να έχει ένα αρκετά μεγάλο κεφάλαιο. Συνήθως χρειάζεται χρόνος για μια νέα επιχείρηση για να δημιουργήσει ένα πελατολόγιο, έτσι θα πρέπει να υπάρχουν χρήματα για να αντεπεξέλθουν στα απαραίτητα έξοδα.

Όπως προανέφερα για τα λειτουργήσει σωστά ένα ινστιτούτο θα πρέπει να έχει τα ανάλογα άτομα για τις ανάλογες υπηρεσίες. Τα άτομα αυτά είναι: ο δερματολόγος, ο αισθητικός, ο διαιτολόγος, ο πλαστικός χειρουργός, το ειδικευμένο άτομο όπου θα ασχολείται με την οικονομική πλευρά ενός συμβολαίου μιας υπηρεσίας, οι κομμωτές, τα άτομα που θα κλείνουν τα ραντεβού από το τηλέφωνο, και ο γυμναστής που είναι απαραίτητος όταν το κέντρο είναι ένα γυμναστήριο.

Τα άτομα αυτά θα πρέπει να είναι ικανά και πλήρως ενημερωμένα για τις υπηρεσίες, για τις τιμές που χρεώνονται οι διάφορες υπηρεσίες ομορφιάς και να είναι ικανά να συστήσουν τις κατάλληλες υπηρεσίες που να ταιριάζουν στις ανάγκες του πελάτη.

Βασικό στοιχείο των συγκεκριμένων ατόμων είναι να μπορούν να εμπνέουν εμπιστοσύνη στον πελάτη. Η εμφάνιση τους θα πρέπει να είναι ανάλογη και να ταιριάζει με το περιβάλλον του Ινστιτούτου και βασικό στοιχείο είναι να φορούν την ιατρική ποδιά ώστε οι πελάτες να αισθάνονται ασφάλεια και σιγουριά .

Ένα σπουδαίο μέρος της επιχείρησης του Ινστιτούτου χειρίζεται μέσω του τηλεφώνου. Οι καλοί τρόποι στο τηλέφωνο

κάνουν δυνατό για τον ιδιοκτήτη του Ινστιτούτου να μεγαλώσει την επιχείρηση και να κερδίζει φίλους. Σε κάθε τηλέφωνο, τα Ινστιτούτα έχουν της ευκαιρία να δημιουργήσουν μια καλή φήμη ανταποδίδοντας υπηρεσίες υψηλής αξίας. Το τηλέφωνο είναι απαραίτητο στο σαλόνι υποδοχής γιατί από εκεί θα γίνεται η χρήση του.

Το τηλέφωνο εξυπηρετεί πολλούς χρήσιμους λόγους το Ινστιτούτο Υγιεινής όπως:

1. Για να κλειστούν και να επικυρωθούν τα ραντεβού.
2. Για να προσελκύσουν νέους πελάτες (όπου είναι και ο πιο σημαντικός λόγος).
3. Για να υπενθυμίσουν στους πελάτες τις απαραίτητες υπηρεσίες.
4. Για να απαντήσουν στις ερωτήσεις και να αποδώσουν φιλικές υπηρεσίες .
5. Για να προσαρμόσουν τα παράπονα και για να ικανοποιήσουν τους πελάτες.
6. Για να λαμβάνουν μηνύματα .
7. Και τέλος για να παραγγείλουν μηχανήματα και υλικά .

Η επιτυχία του τηλεφώνου βασίζεται σε ένα μεγάλο βαθμό στη σκεπτόμενη προστασία χρησιμοποιώντας στην παρακολούθηση συγκεκριμένων βασικών κανόνων. Στο βαθμό που οι απαιτήσεις, εκπληρώνονται, το τηλέφωνο μπορεί να ένα πολύ βοηθητικό μέσο στην επιτυχία του Ινστιτούτου.

Η επιχείρηση του Ινστιτούτου Υγιεινής μπορεί αποτελεσματικά να προωθηθεί μέσω του τηλεφώνου, αυτό παρέχει:

1. Καλή οργάνωση
2. Και καλή χρήση του τηλεφώνου.

Η καλή χρήση του τηλεφώνου μπορεί να περιγραφεί σαν ο χρυσός κανόνας για την προσέλευση περισσότερων πελατών και για την αντιμετώπιση τυχόν αποριών ή διευκρινήσεων από τους ενδιαφερομένους.

Σε πόσους από εμάς δεν έχει τύχει να μας τηλεφωνούν από κάποιο Ινστιτούτο για να μας πουν ότι έχουμε κερδίσει ένα πρόγραμμα ομορφιάς, ή αποτρίχωσης, ή μια οποιαδήποτε άλλη υπηρεσία. Τα τηλέφωνα μας θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα βρίσκουν από τηλεφωνικούς καταλόγους.

Η τέχνη του τηλεφώνου είναι δύσκολη αλλά συγχρόνως επικερδείς για τα Ινστιτούτα. Χρειάζεται ειδική εκπαίδευση ώστε να μάθουν τα άτομα που ασχολούνται στο συγκεκριμένο τμήμα του κέντρου που ονομάζεται τηλεπώληση. Η καλή χρήση του τηλεφώνου απαιτεί την εφαρμογή λίγων βασικών κανόνων που προσθέτουν στις κοινές αισθήσεις και κοινή αβρότητα. Οι βασικοί κανόνες που μαθαίνουν από το Ινστιτούτο που αντιπροσωπεύουν για την τηλεπώληση είναι:

1. Οι λέξεις που λένε μέσω του τηλεφώνου πρέπει να τις λένε με τέτοιο τρόπο ώστε να δείχνουν την προσωπικότητα τους και την πίστη τους στο Ινστιτούτο που αντιπροσωπεύουν.
2. Η σειρά, οι λέξεις που θα χρησιμοποιήσουν, αλλά και ο τρόπος που θα χρησιμοποιήσουν είναι καθορισμένος από το Ινστιτούτο που θα πρέπει να γίνεται βάση το σχεδιάγραμμα που τους δίνεται. Για παράδειγμα «Καλημέρα είμαι η και σας τηλεφωνώ από το Ινστιτούτο..... για να σας ενημερώσω ότι έχετε κερδίσει ένα δωρεάν πρόγραμμα κτλ. Στο σχεδιάγραμμα που τους δίνεται αναφέρει και τις

απαντήσεις που θα πρέπει να δοθούν στον υποψήφιο πελάτη όταν αυτός είναι αρνητικός.

3. Ο τηλεπωλητής θα πρέπει να είναι σύντομος και δελεαστικός στις απαντήσεις του εξακολουθώντας να δίνει τις απαραίτητες πληροφορίες σ' αυτόν που τηλεφωνεί. Αν η απαιτούμενη πληροφορία δεν είναι εύκολα διαθέσιμη, θα πρέπει να είναι αρκετά ευγενικοί και να πουν πάλι με βάση το σχεδιάγραμμα «Σας παρακαλώ θα κρατήσετε ανοιχτή την γραμμή μέχρι να σας βρω την πληροφορία» και μετά θα πρέπει να πατήσουν την «αναμονή».

Η φωνή και ο λόγος και της τηλεφωνήτριας παίζει εξίσου σημαντικό ρόλο να κλείσουν έναν πελάτη από το τηλέφωνο. Κάθε φορά που τηλεφωνούν σε κάποιον δημιουργούν στον υποψήφιο πελάτη και μια εντύπωση καλή, κακή ή αδιάφορη. Αν θέλουν να δημιουργήσουν μια καλή εντύπωση θα πρέπει να αποκτήσουν τη συνήθεια του:

1. Καθαρού λόγου
2. Σωστού λόγου
3. Ευχάριστο τόνο φωνής

Με τον τρόπο αυτό, ο άλλος που ακούει την φωνή θα είναι εύκολο να καταλάβει τι λένε. Σαν ένα γενικός κανόνας, που μαθαίνουν είναι ότι ο πιο σωστός λόγος είναι αυτός που είναι σωστός και την ίδια στιγμή φυσικός.

Τέλος οι τηλεπωλήτριες θα πρέπει να είναι ανήμερες για όλες τις υπηρεσίες και τα προϊόντα του Ινστιτούτου ακόμα και για τις τιμές εάν χρειαστεί. Θα πρέπει να είναι ενημέρες για την δουλειά κάθε εργαζόμενου. Να κάνουν κρίσεις δίκαιες και να είναι δίκαιοι. Να είναι ακριβείς στην αρχειοθέτηση των ονομάτων, υπηρεσιών όταν κλείνουν τα ραντεβού. Τέλος θα

πρέπει να τοποθετούν τα ραντεβού έτσι ώστε να προλαβαίνει να λειτουργεί σωστά το Ινστιτούτο.

Ένας δεύτερος τρόπος για να αποκτήσουν τα Ινστιτούτα πελάτες είναι το λεγόμενο «ψάρεμα του πελάτη στο δρόμο». Κάθε Ινστιτούτο προσλαμβάνει άτομα τα οποία τα εκπαιδεύει και τα τοποθετεί σε κεντρικούς δρόμους που είναι κοντά στα Ινστιτούτα με σκοπό να τους ανεβάσουν στο κεντρικό σαλόνι ώστε να κλείσουν ραντεβού για μία από τις υπηρεσίες που διαθέτουν.

Και αυτή η μέθοδος είναι αρκετά αποτελεσματική όπως έχει αποδειχτεί. Ο τρόπος που χρησιμοποιούν για να πείσουν το πελάτη να ανέβει επάνω είναι παρόμοια με το τηλέφωνο. Εδώ τα Ινστιτούτα δίνουν μεγάλη σημασία στην εμφάνιση των αγοριών και των κοριτσιών που θα αναλάβουν την συγκεκριμένη εργασία. Η εμφάνιση τους θα πρέπει να προσεγμένη και πολλές φορές τα Ινστιτούτα τους δίνουν να φορούν κάποιο μπλουζάκι που φέρουν το λογότυπο τους.

Σταματούν τους περαστικούς με το πρόσχημα ότι τους προσφέρουν ένα δώρο ή ότι έχουν κερδίσει μετά από κάποια διαδικασία μια δωρεάν υπηρεσία λέγοντας τους πάντα πόσο κοστίζει. Με διακριτικό πάντα τρόπο τους ζητάνε να τους ακολουθήσουν ως το σαλόνι του Ινστιτούτου μαθαίνοντας σύγχρονος τα στοιχεία του υποψήφιου πελάτη. Η δωρεάν υπηρεσία που κερδίσανε θα πρέπει να την κάνουν την ημέρα που την έχουν κερδίσει διαφορετικά παύει να ισχύει.

Αφού οι πελάτες ανέβουν στο Ινστιτούτο τα υπόλοιπα τα αναλαμβάνουν οι αρμόδιοι που είναι για κάθε υπηρεσία. Αφού προσφέρουν στο πελάτη καφέ αρχίζουν μια σειρά από ερωτήσεις που σκοπό έχουν να μάθουν τη υπηρεσία που τον

ενδιαφέρει. Ανάλογα με την υπηρεσία που θα ήθελε συζητά και με τον ανάλογο υπεύθυνο. Μαζί του συζητά για όλους τους προβληματισμούς του ακόμα και για το οικονομικό. Για το πόσο κοστίζει μια υπηρεσία, πόσες συνεδρίες χρειάζεται ώστε να φτάσει στα επιθυμητά αποτελέσματα, με ποιόν τρόπο θα μπορούσε να πληρώσει κτλ. Σε περίπτωση που ο πελάτης δεν είναι ευχαριστημένος με το ποσό που του έχουν προτείνει, τότε το επόμενο βήμα από πλευράς υπευθύνου είναι να καλέσει τον υπεύθυνο που είναι αρμόδιος για το οικονομικό μέρος της υπηρεσίας. Ο οικονομικός υπεύθυνος συζητά με το πελάτη για μια καλύτερη προσφορά και για το πώς μπορεί να πληρώσει με την προϋπόθεση ότι ο πελάτης θα πρέπει να υπογράψει εκείνη την στιγμή το συμβόλαιο του.

Το συμβόλαιο θα πρέπει να περιέχει όλα τα στοιχεία του πελάτη καθώς και του Ινστιτούτου. Τα συμβόλαια υπογράφεται και από τον πελάτη αλλά και από τον αρμόδιο του Ινστιτούτου. Αυτό γίνεται για να προστατευθεί και ο πελάτης αλλά και το Ινστιτούτο. Με το συμβόλαιο ο πελάτης κατοχυρώνεται νομικά ότι θα έχει τα αποτελέσματα που του έχουν εγγυηθεί οι υπεύθυνοι. Ακόμη θα αναγράφονται οι επισκέψεις που θα πρέπει να γίνουν από την πλευρά του πελάτη για να ολοκληρωθεί η θεραπεία. Τέλος ο πελάτης συγχρόνως κατοχυρώνεται όσον αφορά τυχόν ατυχήματα που μπορεί να συμβούν μέσα στο Ινστιτούτο κατά την διάρκεια της θεραπείας. Τώρα το Ινστιτούτο με το συμβόλαιο κατοχυρώνεται νομικά ότι ο πελάτης θα του καταβάλλει το ποσό που συμφωνήθηκε, και κατοχυρώνεται και για τον τρόπο με τον οποίο θα πληρώσει ο πελάτης .

Κατά την διάρκεια της συζήτησης μεταξύ του πελάτη με τον υπευθύνου, αυτός παράλληλα ανοίγει το προσωπικό φάκελο του υποψήφιου πελάτη. Στο προσωπικό αυτό το αρχείο καταγράφονται όλα τα προσωπικά δεδομένα που χρειάζονται πχ. όνομα, ηλικία, τηλέφωνο, επάγγελμα, αν πάσχει από κάποια ασθένεια , πια υπηρεσία θα ήθελε να ακολουθήσει κτλ. Ο πελάτης έχει την δυνατότητα να μιλήσει με τους αισθητικούς , με τους διατροφολόγους καθώς και τον υπεύθυνο γιατρό που κάθε Ινστιτούτο έχει στο εργατικό δυναμικό του.

Κάθε εργαζόμενος μέσα σε ένα Ινστιτούτο είναι συγχρόνως και ένας πωλητής . Για το λόγο αυτό θα πρέπει να γνωρίζουν καλά την διαδικασία της πώλησης και το πως θα πρέπει να πείθουν σωστά τον υποψήφιο πελάτη ώστε να αγοράσουν την υπηρεσία τους ή κάποιο από τα προϊόντα που μπορεί να έχει στην διάθεση του το Ινστιτούτο.

Ο διευθυντής θα πρέπει να μεταχειρίζεται τους υπάλληλους του με αξιοπρέπεια κάνοντας ότι μπορεί για να τους βοηθήσει σε θέματα σχετικά με την δουλειά και τους καθοδηγεί σε κάθε τους προσπάθεια. Τους επιβραβεύει δίνοντάς σε όλου τους υπαλλήλους ανεξαρτήτως θέσης, μπόνους ανάλογα με τα ραντεβού που κλείνουν .

Τέλος μια επιχείρηση για να λειτουργήσει σωστά και για έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα που όλοι θέλουν, και δεν είναι άλλο από το κέρδος, δεν χρειάζεται μόνο καλή οργάνωση και διοίκηση. Ένα ακόμη βασικό στοιχείο είναι οι καλές δημόσιες σχέσεις και η καλή διαφήμιση.

Δεν έχει σημασία πόσο μικρή ή πόσο μεγάλη είναι η επιχείρηση, είναι βασικές και απαραίτητες οι δημόσιες σχέσεις και το Μάρκετινγκ. Θα πρέπει να ενημερωθούν οι τοπικές

εφημερίδες για τα εγκαίνια του Ινστιτούτου, για τους νέους υπαλλήλους, για τις νέες υπηρεσίες, για τα νέα μηχανήματα και για οτιδήποτε άλλο μπορεί να ενδιαφέρει τον πελάτη.

Έναν επιτυχημένο τρόπο Μάρκετινγκ που χρησιμοποιούν τα μεγάλα Ινστιτούτα είναι οι δωρεάν υπηρεσίες σε γυναίκες ή άντρες σε ειδικές περιστάσεις. Για παράδειγμα οι υπεύθυνοι του τμήματος Μάρκετινγκ του Ινστιτούτου επιλέγουν κάποιες γιορτές που είναι σημαντικές για το γυναικείο φύλο, όπως η ημέρα της γυναίκας ή του Αγίου Βαλεντίνου και με βάση αυτήν την γιορτή τους κάνουν και το ανάλογο δώρο. Το αντίστοιχο συμβαίνει και για τους άντρες. Επιλέγουν και για αυτούς μια ανάλογη γιορτή πχ. Του Αγίου Βαλεντίνου και τους κάνουν δώρο μία από τις υπηρεσίες τους.

Η διαφήμιση παίζει καθοριστικό ρόλο για ένα Ινστιτούτο, είτε αυτό είναι νεοσύστατο είτε προϋπήρχε στην αγορά. Η διαφήμιση είναι ο καλύτερος τρόπος για να αποκτήσει μία επιχείρηση πελάτες αλλά και για να τους γνωρίσουν. Ο διευθυντής ενός Ινστιτούτου θα πρέπει να έχει δυο σημαντικά στοιχεία στο μυαλό του για την διαφήμιση:

- a) Το κόστος
- b) Τι είδους αποτελέσματα θα έχει αν χρησιμοποιηθεί σωστά.

Για να μπορέσει μια διαφήμιση να αποδώσει θα πρέπει να την σχεδιάσουν προσεκτικά, να επιλέξουν το μέσο που θα καλύπτει την διαφήμιση, αν θα είναι στην τηλεόραση ή στο ραδιόφωνο, στην εφημερίδα ή στα περιοδικά σε αφίσες ή σε διαφημιστικά χειρός ή και πολλές φορές επιλέγονται όλα μαζί. Δεν είναι πάντοτε σίγουρο ότι μια ακριβή διαφήμιση είναι

πάντοτε και επιτυχημένη. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να είναι πολύ προσεκτικοί στην επιλογή του θέματος της διαφήμισης.

Για να είναι μια διαφήμιση επιτυχημένη βασικό στοιχείο είναι και το πρόσωπο που θα χρησιμοποιηθεί σε αυτήν.

Τα μεγάλα Ινστιτούτα επιλέγουν γνωστά ονόματα της σόουμπιζ και συνήθως είναι γνωστά μοντέλα άντρες ή γυναίκες, ανάλογα με την υπηρεσία που θέλουν να προωθήσουν, εμφανίσιμα με καλλίγραμμα σώματα.

Στα Ινστιτούτα Υγιεινής συμπεριλαμβάνονται και τα γυμναστήρια. Τα γυμναστήρια μέρα με τη μέρα κερδίζουν συνεχώς έδαφος και μπαίνουν δυναμικά στον χώρο των επιχειρήσεων. Τα σημερινά γυμναστήρια δεν διαφέρουν σε πολλά πράγματα σε σχέση με τα Ινστιτούτα.

Βέβαια για να είναι επιτυχημένο ένα γυμναστήριο θα πρέπει να είναι καλά οργανωμένο και να τηρούνται και σε αυτό οι κανόνες της οργάνωσης και διοίκησης του μάρκετινγκ αλλά και της διαφήμισης. Έκτός από τα παραπάνω θα πρέπει να δοθεί βάρος και στην διαφήμιση του γυμναστηρίου.

Ο τρόπος με το οποίο είναι οργανωμένο είναι γυμναστήριο είναι ανάλογος με τον τρόπο που είναι οργανωμένα και τα Ινστιτούτα. Ο κύριος υπεύθυνος είναι ιδιοκτήτης του γυμναστηρίου ή αν είναι πολλοί οι εταίροι ακολουθείται η ίδια διαδικασία όπως και στην περίπτωση των Ινστιτούτων.

Στην περίπτωση των γυμναστηρίων εκτός από το τηλέφωνο που χρησιμοποιούν και αυτοί για την εύρεση υποψήφιων πελατών, άλλον ένα τρόπο που χρησιμοποιούν είναι και οι ειδικές τιμές που κάνουν σε πελάτες που αγοράζουν μια συγκεκριμένη μάρκα αθλητικών ειδών. Κάνουν ένα είδος συμφωνίας με μια γνωστή εταιρία αθλητικών ειδών και

προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε ειδικές τιμές στους συγκεκριμένους αγοραστές της συγκεκριμένης μάρκας .

Έναν άλλον τρόπο Μάρκετινγκ που χρησιμοποιούν τα γυμναστήρια είναι ότι με την εγγραφή ενός καινούριου μέλους δίνουνε και ένα δώρο. Το δώρο αυτό μπορεί να είναι μία πετσέτα , ένα μήνα δωρεάν άθληση, έναν σάκο κτλ.

Ο πελάτης έχει στην διάθεση του να επιλέξει ένα από τα πολλά πακέτα πληρωμών. Μπορεί να θέλει να πληρώνει κάθε μήνα ή μπορεί να πληρώνει κάποια συγκεκριμένα χρήματα που αντιστοιχούν για ένα χρόνο άθλησης. Ανάλογα με τις ανάγκες του επιλέγει και τα ανάλογα πακέτα.

Και στα γυμναστήρια είναι απαραίτητο η ύπαρξη του ανάλογου συμβολαίου. Όπως και στην περίπτωση των Ινστιτούτων έτσι και στα γυμναστήρια υπάρχουν συμβόλαια που κατοχυρώνουν τον πελάτη αλλά και τον ιδιοκτήτη.

Όπως είπαμε και πιο πάνω ο καλύτερος τρόπος για να προσελκύσει πελάτες μια επιχείρηση είναι η διαφήμιση. Μια σωστή διαφήμιση είναι η καλύτερη και η αποδοτικότερη επένδυση που μπορεί να κάνει ο επιχειρηματίας. Η διαφήμιση είναι ο μοναδικός τρόπος για να προβάλουν οι επιχειρήσεις τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν στο κοινό. Η διαφήμιση διαφέρει από γυμναστήριο σε γυμναστήριο. Καθοριστικό ρόλο παίζει το μέγεθος του γυμναστηρίου, αν δηλαδή είναι από τα γυμναστήρια εκείνα που παρέχουν όλες τις υπηρεσίες που μπορεί να παρέχει ένα σύγχρονο γυμναστήριο, ή είναι ένα απλό συνοικιακό γυμναστήριο.

Τα μεγάλα γυμναστήρια χρησιμοποιούν όλα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και οι διαφημίσεις τους είναι αρκετά πολυδάπανες. Όπως και στις περιπτώσεις των Ινστιτούτων Υγιεινής έτσι και

στα μεγάλα γυμναστήρια επιλέγουν καλλίγραμμα και γνωστά μοντέλα ώστε να κεντρίσουν το ενδιαφέρον του κοινού και δαπανούν αρκετά χρήματα ώστε να έχουν το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Είναι γνωστό πως μια επιχείρηση για να αυξήσει τα κέρδη της αλλά και για να εδραιωθεί στο κλάδο της θα πρέπει να αποτελείται όχι μόνο από ικανά στελέχη αλλά και χρησιμοποιεί σωστά τις αρχές του Μάρκετινγκ, της Οργάνωσης και Διοίκησης αλλά και τις Διαφήμισης. Ο σωστός συνδυασμός των παραπάνω αρχών και οι επιλογή των κατάλληλων προσώπων είναι κλειδιά που οδηγούν στο να είναι μια επιχείρηση σωστά δομημένη και συγχρόνως επιτυχημένη. Και μια επιχείρηση είναι επιτυχημένη όταν έχει κέρδη και οι πελάτες της συνεχώς αυξάνονται.

Κάθε επιχείρηση είτε είναι μικρή ή είτε μεγάλη οφείλει να τηρεί τις αρχές της αρχές αυτές. Για να επιτευχθεί η σωστή τήρηση της Οργάνωσης και Διοίκησης, Μάρκετινγκ, και Διαφήμισης υπάρχουν βιβλία που έχουν γραφτεί από καταξιωμένους στο είδος τους καθηγητές όπου δίνονται οι ορισμοί για κάθε μία ξεχωριστά, αλλά και το πώς μπορεί μια επιχείρηση να αξιοποιήσει τις αρχές αυτές κατά τον καλύτερο και επικερδή για αυτόν τρόπο.

Καθηγητές όπως ο Henri Fayol ο Brench, ο Κώστας και η Αλεξία Τζωρτζάκη και άλλοι μέσα από τα βιβλία τους μας αναλύουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την κάθε αρχή. Συνοπτικά αναφέρω μερικούς όρους σύμφωνα πάντοτε με τους παραπάνω καθηγητές: ο Κώστας και η Αλεξία Τζωρτζάκη

ορίζουν την Οργάνωση και Διοίκηση ως Μάνατζμεντ και είναι «η δραστηριότητα κατά την οποία εργάζεται κανείς μαζί και μέσω άλλων ανθρώπων, για την ολοκλήρωση των στόχων της επιχείρησης, όσο και των στόχων των ατόμων που εργάζονται σε αυτήν».

Ο Henri Fayol ορίζει την Οργάνωση και Διοίκηση ως την πρόβλεψη (και σχεδιασμό) οργάνωση, διεύθυνση, συντονισμός και έλεγχος. Ένα άλλο βασικό στοιχείο που βοηθά μια επιχείρηση να πετύχει τους στόχους της είναι και το Μάρκετινγκ.

Τέλος αφού εντοπιστούν οι ανάγκες αλλά και τα προϊόντα που θα καλύψουν τις ανάγκες αυτές οι επιχειρήσεις για να προωθήσουν τα αγαθά τους ή τις υπηρεσίες τους στο ευρύ κοινό χρησιμοποιούν ένα σύστημα επικοινωνίας που δεν είναι άλλο από την Διαφήμιση.

Όπως προανέφερα και σύμφωνα με την ερευνά μου κάθε επιχείρηση ανεξάρτητα από το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρει στηρίζεται στις παραπάνω αρχές. Τα Ινστιτούτα Υγιεινής αποτελούν μία από αυτές τις επιχειρήσεις.

Οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα σημερινά Ινστιτούτα είναι ποικίλες και ασχολούνται κυρίως με των καλλωπισμό την φροντίδα αλλά και με την ψυχική υγεία του ανθρώπινου σώματος. Τα Ινστιτούτα σήμερα δεν θυμίζουν σε τίποτα τα προηγούμενα. Οι υπηρεσίες είναι πολλές και καλύπτουν όλες τις ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου,ακόμα και το προσωπικό τους έχει βελτιωθεί πλαστικοί χειρουργοί, αισθητικοί, και δερματολόγοι τα πλαισιώνουν. Συμπερασματικά σας αναφέρω μερικές από τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα Ινστιτούτα:

- Αδυνάτισμα
- Εξαφάνιση της κυτταρίδας

- Τύλιγμα του σώματος
- Χρωματοθεραπεία
- Πηλοθεραπεία
- Θεραπευτική Ρεφλεξολογία
- Χημικό πήλινγκ
- Μασάζ
- Αρωματοθεραπεία.
- Αποτρίχωση

Στα Ινστιτούτα Υγιεινής δεν ανήκουν μόνο όσα ασχολούνται αποκλειστικά με το καλλωπισμό του ανθρώπου ανήκουν και τα Γυμναστήρια.

Και αυτά όπως και τα Ινστιτούτα δεν μοιάζουν καθόλου με τα Γυμναστήρια που υπήρχαν πιο παλιά. Οι υπηρεσίες τους τείνουν να μοιάζουν με αυτές των Ινστιτούτων καθώς και τα άτομα που εργάζονται μέσα σε αυτά. Το προσωπικό τους είναι ενήμερο και εξειδικευμένο για τις υπηρεσίες που προσφέρουν στον πελάτη. Είναι άτομα με πτυχία και με άδειες εξασκήσεως επαγγέλματος όπως και στην περίπτωση των Ινστιτούτων Υγιεινής. Ενδεικτικά σας αναφέρω κάποιες από τις υπηρεσίες τους:

- Aerobic
- Χαμάμ
- Μασάζ
- Μανικιούρ
- Kick boxing κτλ.

Για όλους τους παραπάνω λόγους που ανέλυσα στην πτυχιακή μου εργασία αλλά και με βάση την ερευνά μου θεωρώ ότι μια επιχείρηση για να είναι επιτυχημένη θα πρέπει να συνδυάζει τις Αρχές της Οργάνωσης και Διοίκησης του Μάρκετινγκ

και της Διαφήμισης με τέτοιο τρόπο ώστε να πετύχει τα επιθυμητά αποτελέσματα .

Οι απαιτήσεις των σύγχρονων ανθρώπων είναι πολλές σε αντίθεση με τον περιορισμένο ελεύθερο χρόνο που διαθέτουν για τον εαυτό τους. Για το λόγο αυτό τα Ινστιτούτα θα πρέπει να πληρούν τις προϋποθέσεις ώστε η προσφορά τους να έχει θετικό αντίκτυπο όχι μόνο στην εξωτερική εμφάνιση των ανθρώπων αλλά τόσο στην ψυχική όσο και στην κοινωνική τους υγεία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Οργάνωση και Διοίκηση Henri Fayol
2. Αρχές και Εφαρμογή της Διοικήσεως Brench
3. Οργάνωση και Διοίκηση Κώστας και Αλεξία Τζωρτζάκη
4. Βασικές Αρχές Οργάνωσης και Διοίκηση Επιχειρήσεων
Δημήτριος Ναζλής
5. Το Σύγχρονο Μάρκετινγκ - Πλαίσια και Υποδομή Άλκης
Μαγδαλινός
6. Αρχές Διοίκησης Μάρκετινγκ Κώστας Τζωρτζάκης
7. Στρατηγικός Σχεδιασμός, Μάρκετινγκ Subhayh C. Jain
8. Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ Η Ελληνική Προσέγγιση Κώστας και
Αλεξία Τζωρτζάκη
9. Περιοδικό « Η Αισθητική Σήμερα » τεύχος: 14,16,17,18,19
10. Περιοδικό «Η Αισθητική Σήμερα» τεύχος: 20,24,33
11. Αισθητική II Το Βασικό Βιβλίο του Επαγγελματία Αισθητικού
ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ
12. Γυμναστήριο Joe Weider Fitness Gyms



**ΣΥΜΒΑΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΜΕΛΟΥΣ & ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ
ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟΥ**

Αρ. Σύμβασης : SM008-008125

γυμναστήριο Πειραιάς Πίθικο Ημερ. Γεννήσ. Πάγγελμα. Φ.Μ. Ύψος Υπεύθυνη Τόλη	Κωδ. Μέλους Όνομα Ημερ. Εγγραφ. Αρ. Ταυτοτ. Δ.Ο.Υ. Βάρος Τηλ. Τηλ.
--------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------

Υπόδρομη **ΕΓΓΡΑΦΗ** Διάρκεια Απο : 18/6/2005 Εως : 18/6/2005 Κόστος **30.00 €**

Ανάλυση Παροχών Σύμβασης Αρ. Επισκέψεων Διάρκ. Επίσκεψης
ΕΓΓΡΑΦΗ

ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟΥ

Η συμμετοχή και παρουσία μου στο JOE WEIDER FITNESS GYM πρέπει να είναι πάντα κόσμη και ευπρεπής.
 Μετά την εγγραφή μου στο γυμναστήριο, είναι απαραίτητο να παραλάβω το προσωπικό πρόγραμμα γυμναστικής μου.
 Με την είσοδο μου στο γυμναστήριο θα επιδεικνύω την κάρτα μέλους και είμαι υποχρεωμένος να την περνάω από το ειδικό μηχάνημα ελέγχου παρουσιών.
 Είναι απαραίτητο να συμβουλευόμαι καθημερινά τον πίνακα ανακοινώσεων ώστε να ενημερώνομαι για τυχόν αλλαγές στο ωρολόγιο πρόγραμμα γυμναστικής μου.
 Ο κλειδί του ντουλαπιού μου είναι αυστηρά προσωπικό και δεν πρέπει να το εγκαταλείπω. Για οποιαδήποτε απώλεια αντικειμένων, καμμία ευθύνη δεν φέρει το JOE WEIDER FITNESS GYM.
 Πρέπει να έχω υπόψη μου τα μέτρα ασφαλείας του κτιρίου, προς αποφυγή ατυχημάτων.
 Τα χρησιμοποιώ με προσοχή όλα τα μηχανήματα άθλησης και με βάση τις υποδείξεις των υπευθύνων του γυμναστηρίου. Τα ηλεκτρονικά μηχανήματα Aerobic πρέπει να τα ρυθμίζω, μόνο, ο υπεύθυνος του γυμναστηρίου, πριν τα χρησιμοποιήσω.
 Δεν μπορώ να διακόπτω το πρόγραμμα γυμναστικής στις αίθουσες Aerobic και Σουηδικής.
 Ο κάθισμα δεν επιτρέπεται σε κανέναν από τους χώρους του JOE WEIDER FITNESS GYM.
 Δεν μπορώ να μεταφέρω τα είδη του bar σε κανένα άλλο χώρο του JOE WEIDER FITNESS GYM.
 Τα ραντεβού και η προτεραιότητα για το solarium, την αισθητική και μασαζ ρυθμίζονται μόνο με προηγούμενη συνεννόηση στην reception.
 Ο χρόνος παραμονής, η συχνότητα χρήσης και η θερμοκρασία στη σάουνα και το solarium πρέπει να κανονίζονται σε συνεννόηση με τους υπεύθυνους του JOE WEIDER FITNESS GYM.
 Δεν επιτρέπεται η είσοδος στη σάουνα, στο υδρομασάζ και το χαμάμ με ρούχα και τιμολιφά. Παράλληλα, απαγορεύεται η χρήση αρωμάτων και καλλυντικών μέσα στη σάουνα, το υδρομασάζ και το χαμάμ.
 Ο ντους είναι απαραίτητο πριν να χρησιμοποιήσω τη σάουνα, το υδρομασάζ, το χαμάμ και το solarium.
 Πριν και μετά τη χρήση του solarium πρέπει να καθαρίζω την επιφάνεια επαφής με το σώμα με το ειδικό αντισηπτικό υγρό που υπάρχει εκεί.
 Δεν επιτρέπεται η χρήση αντηλιακών στο solarium.
 Δεν επιτρέπεται η κυκλοφορία στις αίθουσες γυμναστικής χωρίς αθλητικά καπούτσια και με την προβλεπόμενη ότι αυτά χρησιμοποιούνται από εμένα αποκλειστικά μέσα στο χώρο του JOE WEIDER FITNESS GYM.
 Πρέπει να έχω μαζί μου (ή στο ντουλάκι μου) δεύτερο ζευγάρι καπούτσια για χρήση έξω από το γυμναστήριο.
 Εκτός από τη φόρμα γυμναστικής μου και τα αθλητικά καπούτσια πρέπει να έχω και μία πετσέτα για να τη χρησιμοποιήσω στα όργανα που έρχονται σε επαφή με το σώμα μου.
 Πρέπει να χρησιμοποιώ πάντα σαβονόραφ για τις μετακινήσεις μου στα αποδυτήρια και στη σάουνα.
Ε Π Ε Ρ Ι Π Τ Ω Σ Η Π Ο Υ Κ Α Π Ο Ι Ο Σ Α Π Ο Τ Ο Υ Σ Π Α Ρ Α Π Α Ν Ω Ο Ρ Ο Υ Σ Π Α Ρ Α Β Ι Α Σ Θ Ε Ι Η Δ Ι Ε Υ Θ Υ Ν Σ Η Τ Ο Υ JOE WEIDER FITNESS GYM Δ Ι Α Τ Η Ρ Ε Ι Τ Ο Ι Κ Α Ι Ω Μ Α Ν Α Μ Ο Υ Α Φ Α Ι Ρ Ε Σ Σ Ε Ι Τ Η Ν Ι Δ Ι Ο Τ Η Τ Α Μ Ε Λ Ο Υ Σ .

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

Η εγγραφή εφάπαξ.
 Στην τιμή περιλαμβάνονται οι δραστηριότητες ενόργανης, αεροβικής και εργομετρικής γυμναστικής, πλήρης χρήση των αποδυτηρίων, της σάουνας, του υδρομασάζ και του χαμάμ. Έχω υποχρέωση να καταβάλλω τη αξία της μηνιαίας μου συνδρομής έστω και αν έχω μία μόνο παρουσία σε αυτό το μήνα.

ΙΑΤΡΙΚΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ

Με την υπογραφή μου διαβεβαιώνω το γυμναστήριο ότι μετά από πρόσφατη ιατρική μου εξέταση δεν έχω κανένα πρόβλημα υγείας.
 Δεν έχω το παρακάτω ειδικό πρόβλημα, που πρέπει να προστεθεί ανάλογα, σε κάθε πρόγραμμα διατροφής ή εκγύμνασης που αρχίζω:



Αποδέχομαι τους όρους εσωτερικού κανονισμού λειτουργίας του
JOE WEIDER FITNESS GYM

ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΜΕΛΟΥΣ

I.A.F.A. YOGA & PILATES COURSES

ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

Για εγγραφές και κρατήσεις θέσεων ή πάλι αν θέλετε να μάθετε περισσότερα για τις δραστηριότητές μας, αν έχετε κάποιες ερωτήσεις που θέλετε να σας απαντήσουμε, αν θέλετε να κλείσετε μια προσωπική συνάντηση ενημέρωσης, ή απλά να τα πούμε από κοντά, μπορείτε να απευθυνθείτε στο ☎ 6937141480, στην ιστοσελίδα www.iafa.gr, καθώς και στην ηλεκτρονική διεύθυνση iafa@iafa.gr.

Λόγω του περιορισμένου αριθμού θέσεων θα τηρηθεί σειρά προτεραιότητας.

I.A.F.A.
College

INTERNATIONAL AEROBIC & FITNESS ASSOCIATION

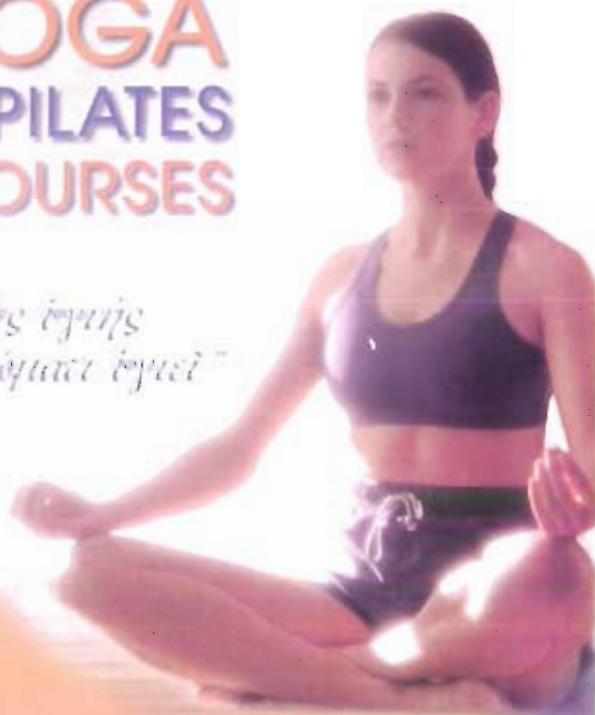
ΚΕΝΤΡΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ:

Λεωφ. Βουλιαγμένης 96, 166 75 Γλυφάδα
Τηλ.: 210 9699470-1 • Fax: 210 9634945
email: iafa@iafa.gr • www.iafa.gr



YOGA & PILATES COURSES

*"Νοῦς ἰσχυρῆς
ἢ σῶματι ἰσχυρῆ"*



INTERNATIONAL AEROBIC & FITNESS ASSOCIATION

ἡ επαγγελματική εκπαίδευση των εκπαιδευτῶν

Γνωρίστε τον αρχαιότερο & πιο ολοκληρωμένο τρόπο άσκησης σώματος & νου!

Ενώ βρισκόμαστε ήδη στο 10ο χρόνο παρουσίας μας στο χώρο της εκπαίδευσης επαγγελματιών για τον χώρο του γυμναστηρίου, του aerobics, του fitness και του personal training, ακούγοντας εσάς και λαμβάνοντας τα μηνύματά σας και τις ανάγκες σας για συνεχή εκπαίδευση σε νέους τομείς, ήμασταν στην θέση να σας ανακοινώσουμε το...

...I.A.F.A. YOGA & PILATES COURSES



Τα μαθήματα θα γίνονται
Σάββατο & Κυριακή
(14.00-19.00)

στο **Welder Gym**
Παγκρατίου
Φιλολαού 64
και θα διδάχθούν:

* **Hatha yoga**

* **Power - Dynamic yoga**

* **Pilates**

* **Yogalates** ένας συνδυασμός
βασικών ασκήσεων του Stott Pilates
network και yoga

* **Εισαγωγή στη εξάσκηση του**
επιπέδου της Ashtanga Yoga δυναμική μορφή yoga
με σειρά ασκήσεων
της hatha yoga.

* **Fit & yoga** ένας θαυμάσιος συνδυασμός αερόβιας άσκησης
με την δυναμική μορφή της yoga και καλάρυσή.

* **Vinyasa & Anusara Yoga**

Το **I.A.F.A. YOGA & PILATES COURSES** είναι σειρά σεμιναριακών μαθημάτων πάνω στην εκμάθηση της **Yoga** και της μεθόδου **Pilates**. Απευθύνονται σε γυμναστές, καθηγητές αεροβικής, καθηγητές fitness, personal trainers, αλλά και σε **κάθε απλό ασκούμενο** που θέλει να αποκτήσει γνώση και εμπειρία σε αυτούς τους τρόπους εκγύμνασης, ελέγχου του σώματος και του νου.



Τα μαθήματα ξεκινούν το
Σάββατο 12 Νοεμβρίου 2005

έχουν διάρκεια έξι εβδομάδων και λήγουν
την Κυριακή 18 Δεκεμβρίου, με ημερομηνία
εξετάσεων το Σάββατο 21 Ιανουαρίου 2006
και Κυριακή 22 Ιανουαρίου 2006.

* Υπεύθυνος και βασικός καθηγητής
του I.A.F.A. YOGA & PILATES COURSES
είναι ο **Γιάννης Τρυφονόπουλος**,

καθηγητής Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού. Απόφοιτος της
σκληρής εκπαίδευσης δασκάλων "Hatha Yoga" Φιλοσοφίας &
Διαλογισμού στο Συλλογικό "Αρμονική Ζωή". Κάτοχος διεθνούς
πτυχίου Δασκάλου Yoga (full teaching Member) International
Yoga Teachers Association. Εκπαιδευθείς σε σεμινάρια εντός
και εκτός Ελλάδος (Ινδία-California) σε θέματα Yoga, Φιλοσο-
φίας, Αυτογνωσίας και Διαλογισμού, Μέλος του Ομίλου Μελε-
τών, Καθηγητής Pilates (The Pilates Coach-Γερμανία, Stott
Pilates-Καναδάς).

Μαζί του ένα εξαιρετικό επιτελείο
από έμπειρους καθηγητές:

- Ντόβα Ιένια
- Σελίμη Ιουλία
- Στυλιανόκη Μαρία
- Στουραϊτή Μαρία
- Καϊνανός Απόστολος
- Φυντικάκης Λευτέρης



Δύσκολοι καιροί;
δεν κοηλάμε πουθενά...



Απίστευτη προσφορά
μόνο για τους
αναγνώστες της εφημερίδας

ΠΡΟΤΟ

ΘΕΜΑ



JOE WEIDER
FITNESS GYMS
BY TALOS S.A

Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΙΣΧΥΕΙ ΜΟΝΟ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΚΟΜΙΣΗ ΤΟΥ ΦΥΛΛΑΔΙΟΥ

Ετήσια συνδρομή

μόνο με

199€

και δώρα

μπλούζα

και super τσάντα

 NIKE



πετσέτα



συνολικής αξίας 130€

info: 800 11 89 900