



U koliko sauna u Srbiji je moguće podići klupu u sauni da bi se drvo moglo očistiti i dezinfikovati? U koliko slanih soba se nalazi odgovarajuća so? Koliko hidromasažnih kada ima profesionalne filtere? Da li su pločice neklizajuće? Pitanja su bezbrojna.

Sve tajne dobrog SPA centra



SONJA SIGULINSKI
WIS DOO
INFO@WIS.RS,
WWW.WIS.RS

+381 (0) 24 554 962

Pronalaženje dobrog spa menadžera sve češće liči na traženje igle u platu sena. Rekrutovanje nekog ko poseduje neophodne komercijalne veštine i znanja, sposobnosti poslovnog upravljanja i industrijske ekspertize je izuzetno redak slučaj s obzirom da škola za takvo zvanje kod nas ne postoji niti se može reći da je neko drugo zanimanje slično toliko da se može iskoristiti.

Sagledavajući činjenicu da postoji veoma mali broj vrhunski osmišljenih i organizo-

Kanada i SAD prednjače u dobro organizovanim obukama spa menadžera.

■ Kakva je uloga kvalitetnog SPA menadžera?

Voditi salon za masažu ili kozmetički salon daleko je od organizovanja rada u visoko kategorizovanom hotelskom spa centru sa više radnih mesta.

Formiranje spa tima definitivno nije lak posao. Neophodno je organizovati interne edukacije i doedukacije najpre menadžera a zatim i ostalog osoblja. Važno je znati da

“ Redovno se dešava da investitor uredno plati naše usluge, zahvali se i pokaže svoje zadovoljstvo, a nakon kratkog vremena odgovornost za spa centar preda potpuno pogrešnoj, needukovanoj osobi koja preko noći sruši svu koncepciju ”

vanih spa centara, shvatamo da je i cirkulacija dobrih spa menadžera samo posledica toga. Sve ovo nas vodi do pitanja kako da obezbedimo emisiju kvalitetnih menadžera, kako da obezbedimo kvalitetno obučavanje i trening tih specifičnih kadrova.

■ Pitamo gospođu Sonju Sigulinski, vlasnika i direktora konsultantske firme WIS doo, kakva su njena zapažanja, primedbe i rešenja u oblasti wellness i spa u Srbiji.

Spa industrija je relativno nov segment. Svakako je pozitivno i ohrabrujuće što su univerziteti u svetu u svoj program uveli kurseve spa menadžmenta. Italija, Turska,

terapeut retko napušta posao, on napušta lošeg menadžera. Da bi uspešno funkcionisali i terapeut i menadžer u prvom redu odgovoran je dobar i održiv koncept. Mi učimo menadžere ili menadžer mora da zna da napravi poslovnu Start Up listu, da rangira i proračuna cene usluga i proizvoda, da predvidi i proračuna troškove i prodaju, da radi kontantnu analizu pokazatelja poslovanja spa, da odredi najadekvatniji sistem obračuna zarada, da bude lider, i da se konstantno usavršava i aktivno prati trendove i kao najvažnije da iznad svega ceni uložena sredstva vlasnika!

■ Šta možemo smatrati dobrim konceptom i šta to znači za posao?



■ Koje su najbitnije osobine i sposobnosti u spa menadžmentu?

Spa menadžer mora voditi računa o mnogo više stvari nego standardni menadžer hotela jer na mnogo manjoj površini ima veći broj usluga: smeštaj gosta/klijenta na udobne stolice ili ležajeve za masažu, tehniku, higijenu, posluživanje, tretmanska usluga, terapijska usluga, odmor klijenta... Bez obzira koji radnik konkretno vrši tu uslugu, Spa menadžer mora da „isprati“ svaki proces. Možda bi smo mogli napraviti ovakvu podelu:

Kvalitet vrhunske usluge (sa 5*)

Pošto je ovo premium industrija gost očekuje najviši nivo usluge. Hoteli sa pet zvezdica postavili su dobre repere i puno možemo od njih naučiti. Spa menadžeri treba da prihvate najbolje od onoga što ekskluzivni hotel (Spa centar) može da pruži i spoje to sa razumevanjem klijentovih očekivanja.

Liderstvo tima, snaga tima

Osoba sa iskustvom u upravljanju velikim timom kao i radom na celoj mreži spa usluga, svih sektora (procedure, tretmani, retail, food and beverage...). Neophodno je posedovanje odličnih komunikacionih sposobnosti radi inspirisanja ostalih u timu kako bi pružili svoj maksimum.

Poslovno razmišljanje

Neophodno je razumno i profitabilno upravljanje spa centrom čak i uz najbolji koncept. Postizanje maksimuma efikasnosti i kalkulisanje paketa koji najsigurnije donose novac mnogo je važnije od prostog ispunjenja kapaciteta jeftinim ili besplatnim/promotivnim uslugama.

Odlična sposobnost prodaje

Spa menadžer mora znati da proda tretman, paket tretmana ili proizvode koji se prodaju sa namenom kućne nege, ova sposobnost direktno unosi novac u posao. Spa menadžer mora znati da to svoje znanje prenese i na ostale.

Spa koncept mora biti živ, dinamičan, zanimljiv i jedinstven, ali i lako i brzo promenljiv. Spa konsultant postavlja koncept i sve njegove činioce od opreme pa sve do izbora i obuke radnika. U dobrom konceptu dobar menadžer pronaći će neophodne činioce uspeha i dati pravilnu podršku kvalitetnim terapeutima. A to nepogrešivo vodi ka profitabilnom spa centru i konačnom saznanju da investicija nije bila pogrešna!

■ Koje primere dobre prakse u Srbiji biste mogli navesti? Centre na koje se drugi, koji tek počinju, mogu ugledati?

U Srbiji možda postoji više profitabilnih hotelskih spa centara, ali ih izuzetno uspešno kriju! Ja znam za dva u celoj državi.

■ Kako to mislite?

Vrlo jednostavno, skoro svi hotelski spa centri koje sam imala priliku da vidim i da dobijem informacije o poslovanju se svode na isto - hotel finansira spa centar do izvesne mere, dok menadžer/direktor/vlasnik ne shvate da je spa centar u gubitku a tada koriste dve opcije.

Prva je postavljanje nekoga iz uprave hotela sa zadatkom da „reši“ problem pa se smanjuju cene usluga, počinje „promotivni“ besplatni rad, kupuje se jeftini materijal za rad sa kojim inače rade svi i niskobudžetni kozmetički saloni pa se samim tim i hotelski spa centar spušta na isti nivo sa smanjenim cenama usluga, smanjenim platama terapeuta, pa se terapeuti otpuštaju ili sami daju otkaz i propada sav novac i trud koji je uložen u njihovu edukaciju, pod pretpostavkom da jeste uložen. Niko ne spominje odgovornost menadžera i sam koncept.

Druga, sve češća, je regrutovanje nekoga ko je „bio na brodu“! Sve češće čujem da se na mestu spa menadžera nalaze ljudi koju su radili na brodu, a pri tome nije bitno da li su bili spa menadžeri ili su samo masirali na nekom od svetskih kruzera, mada, nema velike razlike u stečenom iskustvu koja bi im bila korisna na mestu hotelskog spa menadžera.

■ Zar nije činjenica da se na brodovima zapošljavaju najbolji u svojoj struci?



Sonja Sigulinski sa WIS timom

Tako misli većina vlasnika ili direktora hotela pri odabiru menadžera, ali nemojte zaboraviti jednu činjenicu – spa centar ne prekookeanskom brodu nema konkurenciju! Nema potrebu da takmičenja, dokazivanja, isticanja, pa samim tim i menadžer nema priliku da stekne preko potrebno znanje za uspešno vođenje spa centra već je zadužen isključivo za ispunjavanje unapred određenih tabelarnih upitnika o učinku svakog zaposlenog terapeuta i dnevnom bilansu. Nema realnih dešavanja, sve se zna unapred i sve je predodređeno.

Na žalost, izgleda da je neophodno da se spa centri „opeku“ lošim izborom, pa da onda, možda, potraže stručnu pomoć.

■ **Kako bi glasila Vaša poruka ili savet investitorima, postojećim spa menadžerima, direktorima hotela...Kako da obezbede uspešan rad svog centra?**

Volela bih da im mogu direktno predstaviti sve detalje neophodne za profitabilan rad, kako odabrati i napraviti radnika/spa terapeuta i spa menadžera, stil i temu spa

a od spa centra napravi sve ono o čemu smo već pričali. Plaćanje konsultanta se svodi na trend a ne na razumnu potrebu.

Neverovatno lako investitori prepuštaju odluku o planiranju koncepta spa centra firmama koje proizvode npr saune pa se desi da u malom prostoru postavite 3 saune, po nazivu drugačije ali po funkciji iste, a na kraju meseca se pojave enormni računi za struju jer svaka sauna ima peć velike potrošnje koja mora biti uključena konstantno jer ne možete gostu reći da sačeka 20 minuta dok se neka sauna zagreje, pa se onda jedna od tih sauna ne uključuje zbog „ušteđe“ i dobija se potpuno neefikasan prostor sa izgubljenom investicijom.

Zamislite kako izgleda kada firma koja prodaje tepidarijume (tople klupe) isporuči klupu sa jarkim plavo-belim dizajnom jer im niko nije tražio drugačije, a sve ostalo u spa centru je urađeno u stilu u kom dominira braon i bež boja.

U koliko sauna u Srbiji je moguće podići klupu u sauni da bi se drvo moglo očistiti i dezinfikovati? U koliko slanih soba se nalazi

“ Moja firma, WIS doo, je prisutna na tržištu kozmetičke opreme već više od 20 godina, a izuzetno dobro godinama u nazad poslujemo u wellness/spa oblasti. ”

centra, opremu, usluge, željeni nivo rada pa samim tim i nivo gostiju/klijenata koje želimo privući...

Godinama se intenzivno „školujem“ u oblasti Wellness/Spa menadžmenta, puno sam vremena, truda i novca uložila u sticanje znanja i sertifikata. Pratim radove brojnih asocijacija i konstantno pratim trendove, standarde i deklaracije kako u EU, tako i u svetskim regulatornim telima koja se odnose na wellness/spa industriju.

Moja firma, WIS doo, je prisutna na tržištu kozmetičke opreme već više od 20 godina, a izuzetno dobro godinama u nazad poslujemo u wellness/spa oblasti.

Imam odličan tim saradnika kako iz zemlje tako i širom sveta sa kojima se trudim da svaki započeti projekat izvedemo na željeni put, mada, moram priznati da nije lako.

Redovno se dešava da investitor uredno plati naše usluge, zahvali se i pokaže svoje zadovoljstvo, a nakon kratkog vremena odgovornost za spa centar preda potpuno pogrešnoj, needukovanoj osobi koja preko noći sruši svu koncepciju, sav trud i uspeh,

odgovarajuća so za tu namenu? Koliko hidromasažnih kada ima profesionalne filtere vode jer papirni filter nije dovoljan za profesionalnu upotrebu? Da li u sobi za masažu ima dovoljno vazduha? Da li su pločice neklizajuće? Pitanja su bezbrojna.

■ **A odgovori?**

Odgovori su uglavnom poražavajući.

Koliko je spa terapeuta i menadžera koji rade u Srbiji videlo kako treba da izgleda pravi SPA 5*, da li razlikuju dobru od loše masaže? Koliko je njih uopšte koristilo bilo koju spa uslugu i gde? Koliko njih ima kriterijume?

Rešenje ovog problema nalazi se samo u edukaciji. Mi organizujemo edukacije terapeuta i spa menadžera kroz koje ih upoznajemo sa sistemom kvaliteta i standarda ali i sa osnovnim znanjima iz oblasti upravljanja i rada u savremenom spa centru.

Vrlo rado ćemo izaći u susret svim zainteresovanim hotelima ili spa centrima, suština je da smo mi tu zbog njih.