

Capitolo 2

Impariamo a conoscere:

► l'ambiente e la professione
del parrucchiere

► i suoi compiti

e comportamenti efficaci

La professione e il professionista

Conoscenze

Comprendere l'importanza di questa figura professionale, il suo ruolo sociale e psicologico, nel rapporto con le altre persone.

Abilità

Migliorare le relazioni interpersonali con le clienti per ampliare il legame di fiducia.

Competenze

Trasformare le conoscenze in comportamenti trasversali flessibili ed efficaci.

AREA *digitale*



Approfondimento

- Esempio di un test di *feedback*



Esercizi interattivi

- Quesiti vero o falso
- Esercizi di associazione
- Esercizi a risposta multipla

1. La figura professionale

1.1 Che cos'è un parrucchiere

*Voglio celebrare i tuoi capelli,
uno a uno voglio curarli e lodarli.
Voglio farli vivere, esaltarli, plasmarli.
VOGLIO solo essere il tuo Parrucchiere.*

Le parole parrucchiera e parrucchiere indicano le persone che per mestiere si occupano di acconciare capelli, della loro bellezza e cura. In genere offrono servizi dedicati principalmente al mondo femminile, ma negli ultimi anni si occupano anche della capigliatura maschile, area normalmente di competenza del barbiere fino agli anni '90 del secolo scorso.

La loro è una professione molto antica, artigiana, come raccontano Massimo Baldini e Marica Spalletta nel loro libro *La moda capelli*, che ebbe inizio nel 300 d.C., quando i primi barbieri (chiamati *tonsore*) giunsero in Sicilia e, grazie alla necessità della popolazione di distinguersi dai barbari che giungevano dai territori germanici, trovarono molti clienti che volevano tagliarsi i capelli e le barbe.

La prima moda femminile comparve invece nella Roma repubblicana e proseguì in quella imperiale grazie alle schiave ornatrici, le *ornatrices*, che, per non essere severamente punite, dovevano soddisfare le richieste di acconciature sempre diverse e perfette



↙ **Figura 2.1**

Le leggi suntuarie, emanate a partire dal 1300, avevano lo scopo di limitare l'ostentazione dei simboli del lusso fuori dalle corti. Tali leggi riguardavano anche gli accessori per l'acconciatura dei capelli.



↗ **Figura 2.2** Il colore rosso dei capelli è stato per molti secoli oggetto di un forte razzismo. In particolare i capelli rossi della donna venivano definiti “chiome del diavolo”.

da parte della padrona. Per molti secoli le donne che avevano scelto questa professione, a causa della gelosia delle mogli, dei rancori e delle paure per la perdita del guadagno dei barbieri, furono ritenute la causa di tutti i mali e del deterioramento di questa professione.

In realtà il declassamento di questo mestiere avvenne nel Medioevo a causa dei tabù relativi ai capelli, derivanti da credenze ancestrali e dai divieti morali imposti dalla Chiesa.

Nella celebre opera *Il ramo d'oro*, l'antropologo James Frazer descrive molti di questi tabù. I popoli primitivi ritenevano che la testa fosse una parte del corpo particolarmente sacra: radersi e tagliarsi i capelli erano operazioni difficili e delicate perché si supponeva che potessero disturbare gli spiriti che vi dimoravano e che avrebbero potuto vendicarsi. In Europa si credette a lungo che “la potenza malefica” delle streghe e dei maghi risiedesse nei capelli e che nulla potesse nuocere a questi malvagi finché avessero conservato la loro chioma.

In Francia era uso radere l'intero corpo degli accusati di stregoneria prima di consegnarli agli aguzzini.

Negli scritti del Cinquecento le poche pagine dedicate a questa professione riguardavano principalmente i barbieri, il cui compito basilare era quello di occuparsi della pulizia del corpo (radere, tosare, lavare). Le competenze richieste erano minime: avere “destrezza di mano e occhio buono”.

Tra il Seicento e il Settecento emerse la figura del parrucchiere che si differenziò dal barbiere per la fabbricazione più artistica di “zazzere e chiove posticce”. Era il periodo delle parrucche e tutti gli uomini e le dame volevano essere alla moda.

Agli inizi dell'Ottocento le tecniche sofisticate di acconciatura decadde a favore di tagli e pettinature pratiche e con poca manutenzione. L'attenzione degli aristocratici si allontanò dai capelli e dal loro linguaggio e si spostò verso l'abbigliamento e la sua capacità comunicativa. Il parrucchiere perse parte del suo prestigio.

Nella seconda metà dello stesso secolo, con la democratizzazione della moda, la crescita economica, l'avanzare della tecnologia nell'arricciamento dei capelli e nella colorazione, un numero crescente di donne invase i saloni dei parrucchieri. Iniziò la vera **ascesa sociale** di questa categoria, che dura ancora fino ai nostri giorni. Tuttavia, sui parrucchieri e sulla loro professione esistono ancora oggi parecchi pregiudizi. Eccone alcuni.

- È un lavoro che si sceglie quando non si ha voglia di andare a scuola e si smette presto di frequentarla.
- Per fare il parrucchiere non servono molte competenze: tutti possono essere in grado di tagliare e acconciare i capelli.

- È una professione adatta a soggetti narcisisti, egocentrici, superficiali.
- Il livello culturale dei praticanti è molto spesso basso.
- Nelle produzioni cinematografiche chi fa questo lavoro viene rappresentato come un soggetto di sessualità promiscua.
- Il salone è un luogo di ritrovo per donne frustrate che amano il pettegolezzo.

In realtà qualsiasi categoria lavorativa è composta di professionisti più o meno capaci e intelligenti. Gli stereotipi abbondano più per ignoranza che per reale conoscenza del settore. Il livello della qualità di ciò che si fa è personale, determinato dall'**impegno** e dalla **serietà** che si dedica al proprio operato, l'importante è che non manchino mai le capacità indispensabili per svolgere al meglio questo lavoro. Il parrucchiere contemporaneo è sempre un artigiano, come una volta, però la sua professione non dipende più solo dall'abilità delle sue mani, ma da un insieme di **conoscenze e competenze** acquisite attraverso lo studio e l'esperienza, anche se non immediatamente evidenti nell'immaginario collettivo.

Oggi, per svolgere al meglio questo “mestiere di stile” bisogna essere preparati almeno in sei tipi di azioni.



Sapere



Saper fare



Saper essere



Saper comunicare



Saper gestire



Saper guidare

Capitolo 3

La comunicazione e la relazione efficace con il/la cliente

Impariamo a conoscere:

- ▶ la dinamica della comunicazione interpersonale
- ▶ le modalità della comunicazione verbale

Conoscenze

Comprendere l'importanza della componente relazionale nella comunicazione.

Abilità

Sapersi esprimere in modo costruttivo e gestire correttamente una consulenza di vendita.

Competenze

Utilizzare il dialogo come uno strumento idoneo di coinvolgimento e persuasione.

AREA digitale



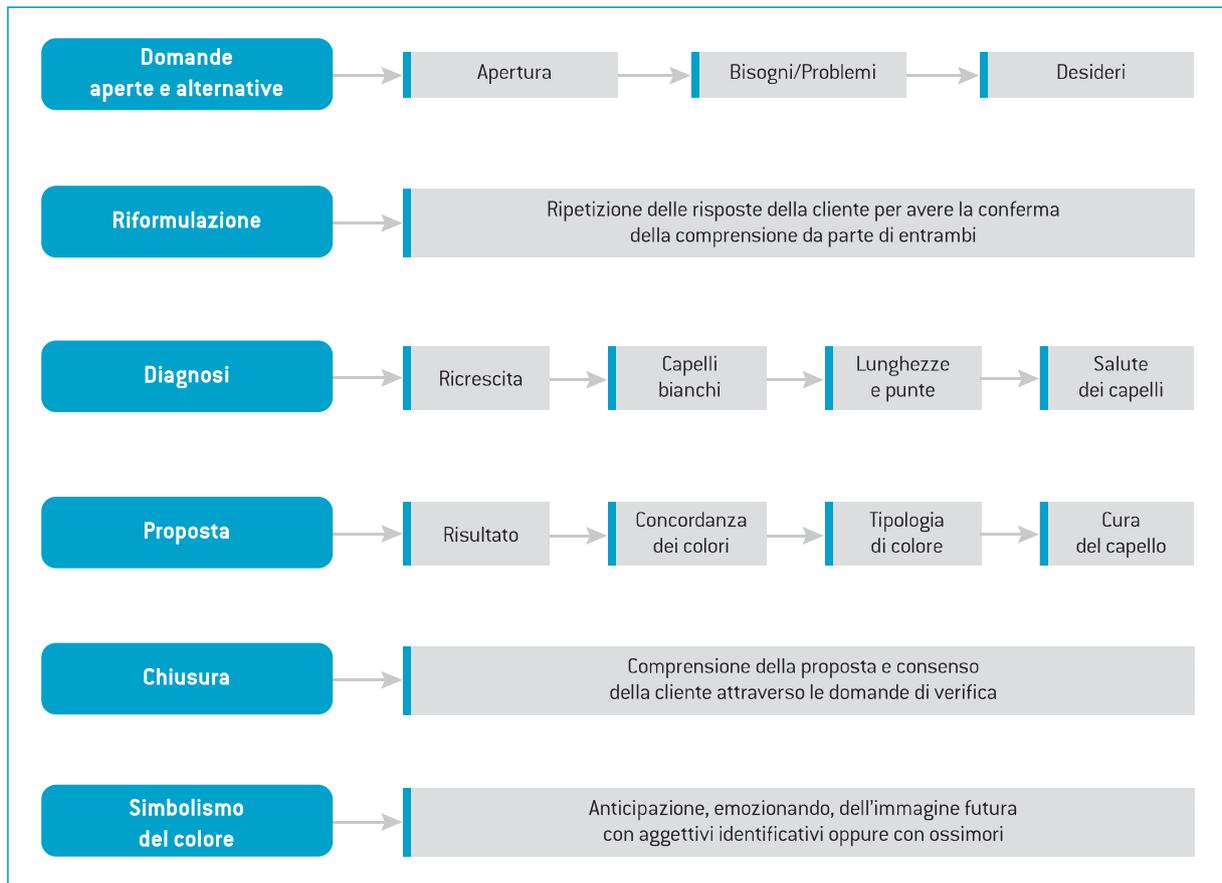
Video

- ▶ Rispondere al telefono, versione inefficace e versione efficace
- ▶ L'accoglienza, versione inefficace e versione efficace
- ▶ La consulenza tecnica sul servizio colore, versione inefficace e versione efficace
- ▶ La consulenza tricologica, versione inefficace e versione efficace
- ▶ Il congedo, versione inefficace e versione efficace



Esercizi interattivi

- ▶ Quesiti vero o falso
- ▶ Esercizi di associazione
- ▶ Esercizi a risposta multipla



➤ **Figura 3.20** Schema riassuntivo delle fasi di una consulenza tecnica sul servizio colore.

3.3 La consulenza tricologica

La tricologia è una branca della dermatologia che studia l'anatomia, la fisiologia e le patologie di capelli, peli e cuoio capelluto.

Ha origini antichissime, anche se la sua nascita "moderna" viene fatta risalire al 1942 con gli studi del medico statunitense James B. Hamilton sulla calvizie.

Linda Pirana, nel suo libro *Tricologia per acconciatori* edito da Hoepli, oltre a fornire uno strumento didattico pratico e completo agli studenti che vogliono avvicinarsi a questo mondo, spiega le motivazioni del disinteresse per tale materia. Prima del libro di Hamilton i capelli, come i peli e le unghie, venivano considerati come semplici annessi cutanei di cui si occupava, in modo marginale, il dermatologo. Negli anni '80 le aziende farmaceutiche incominciarono a capire il valore

del *business* che stava dietro alla patologia della calvizie maschile e, investendo capitali importanti nella ricerca, riuscirono a risvegliare l'interesse del mercato e degli stessi dermatologi su questa problematica.

Interesse sempre crescente, in continua evoluzione, che per poter essere soddisfatto richiede competenze specifiche e una appropriata preparazione professionale. Le figure che possono occuparsi idoneamente della salute del capello sono il **tricologo** e il **parrucchiere**. Il primo è un medico specialista che si occupa delle patologie del capello e del cuoio capelluto, mentre l'acconciatore può proporre trattamenti tricologici e servizi non medicali orientati a cambiare, migliorare, mantenere e salvaguardare l'aspetto estetico e la bellezza dei capelli.

La consulenza, come si è visto, è il punto di partenza.



➔ **Figura 3.21** Oggi le donne vogliono capelli luminosi, morbidi, idratati, sani, vitali e forti.

3.4 Le fasi della consulenza tricologica

Se l'ambiente lo permette, gli spazi di un salone sono di solito suddivisi per tipologia di servizi: l'area lavaggio, quella tecnica e quella stilistica. Sono ancora pochi i parrucchieri che hanno scelto di dedicare una piccola superficie ai servizi benessere. Eppure oggi l'orientamento del mercato è proprio il **salone benessere**, uno spazio in grado di influenzare la percezione delle sensazioni fisiche, un modo per preparare mentalmente la cliente a rilassarsi e a ricevere il trattamento specifico. Per fare questo non servono grandi investimenti, si può iniziare facendo la consulenza in una postazione operativa ordinata e allestita con tutti gli accessori utili:

- una microtelecamera;
- le schede analitiche, possibilmente digitali;
- un set di salviette per i massaggi;
- il materiale esplicativo;
- immagini emozionali;
- i prodotti;
- un bruciaessenze;

- le tisane;
- candele;
- oli essenziali;
- altro.

Tali strumenti (in particolare la microcamera) non solo aiutano a comunicare meglio (il canale visivo è sempre quello più diffuso, si veda il capitolo 1, paragrafo 4.1) ma, in più, trasmettono immediatamente alla cliente l'idea di professionalità e la sensazione che la consulenza tricologica sia una normale procedura del salone e non una sporadica iniziativa volta solo alla vendita del servizio.

Il passo successivo è il colloquio che, come nella consulenza tecnica, è composto di fasi, apparentemente simili, in realtà con differenze sostanziali. Esse sono:

- le domande, la raccolta dei dati;
- la riformulazione;
- la diagnosi;
- la proposta;
- la chiusura;
- il post-trattamento.

Le domande e la raccolta dei dati

La cliente si deve sentire rassicurata e disponibile nel condividere le problematiche dei suoi capelli, oltre che i suoi bisogni e desideri stilistici.

Sono quattro le tipologie di domande, principalmente aperte e alternative:

- a. le domande sulle abitudini;
- b. le domande generali;
- c. le domande specifiche;
- d. le domande sulle aspettative.

Esempio 22

Domande sulle abitudini

Indagano sul modo in cui la cliente tratta e cura i suoi capelli e quali prodotti utilizza abitualmente.

- Come sente i suoi capelli?
- Quante volte in una settimana deterge di solito i suoi capelli?
- Cosa utilizza di solito per lavare e idratare i suoi capelli?
- Con quali risultati?