



PROGRAM IZPOPOLNJEVANJA NA PODROČJU SREDNJEGA STROKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA

Koordinator/koordinatorka poslovanja v kozmetiki in velnesu

PREDLOG

ČISTOPIS

1. PODATKI O PREDLAGATELJU

Predlagatelj	Center RS za poklicno izobraževanje
Naslov	Kajuhova 32 U, 1000 Ljubljana
Kontaktna oseba	mag. Metod Češarek
Telefon	01 5864 254
E-naslov	metod.cesarek@cpi.si

2. SPLOŠNI PODATKI O PROGRAMU IZPOPOLNJEVANJA NA PODROČJU SREDNJEGA STROKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA

Ime programa izpopolnjevanja	Koordinator/koordinatorka poslovanja v kozmetiki in velnesu				
Naziv strokovne izobrazbe	Ni določeno				
Ime kvalifikacije	Koordinator/koordinatorka poslovanja v kozmetiki in velnesu				
Vrsta programa	Program izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja				
Razvrstitev po KLASIUS-SRV	3	5	0	0	0
Razvrstitev po KLASIUS-P-16	1	0	1	2	
Raven kvalifikacije	SOK	5			
	EOK	4			
Program izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja je: - spremenjen oziroma dopolnjen - prenovljen in nadomešča obstoječi program - <u>nov</u>	<i>(identifikacijska številka programa, številka Uradnega lista, v katerem je bil objavljen)</i>				
Sprejet na Strokovnem svetu Republike Slovenije za poklicno in strokovno izobraževanje:	196. seja, 21. 10. 2022				

3. POKLICNI STANDARD, NA PODLAGI KATERIH JE PROGRAM PRIPRAVLJEN

Poklicni standard	Sprejet na Strokovnem svetu RS za poklicno in strokovno izobraževanje	Objavljen v UL RS ali v bazi NRP
Kozmetik/kozmetičarka	179. seja, 22. 5. 2020	604-1/2020/8

4. SESTAVLJALCI PROGRAMA IZPOPOLNJEVANJA NA PODROČJU SREDNJEGA STROKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA IN KATALOGOV ZNANJA

Vrsta dokumenta / Sestavina programa	Avtorji (ime, priimek, strokovni ali akademski naziv, inštitucija)
<p>Splošni del programa, Posebni del programa, katalogi znanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Koordinacija poslovanja, - Sodobni tržni pristopi, - Delo s stranko, - Praktično usposabljanje v podjetju. 	<p>Evgen Gec, vizažist, strokovnjak za poslovanje kozmetičnih salonov mag. Zvonka Krištof, prof. slov. in ped., Šolski center Novo mesto, Višja strokovna šola</p> <p>Jelica Pegan Stemberger, prof. slov. in ital., VSŠKV Ljubljana Kristina Furlanič, univ. dipl. ekon., Studio Aktiva, izobraževanje d.o.o. Maja Judež, univ. dipl. soc., Youma, d. o. o., Šmarješke Toplice Valentina Cvetkovič, kozm. teh. in dipl. ekon., Wellness Paradiso, kozmetične storitve, Dobova Barbara Kolar, dipl. kozm.; ESTETIKA BARBEELEEN, Barbara Kolar s.p., Špela Fink, dr. med., spec. druž. med., Estetika Fink d.o.o. Nevenka Zagorc, kozm. teh., Salon lepote Kleopatra, Nevenka Zagorc s.p. Alexandra Gramc, kozm. teh., Salon Vitamarin, Gramc Alexandra s.p. Karmen Puntar, kozm. teh., Imperija kozmetični salon, Karmen Puntar s.p. Leonida Kmetec Čeranić, kozm. teh., LESTETIKA LEA, d.o.o. Mateja Justinek, dipl. kozm., Mateja Justinek, izobraževanje in kozmetične storitve, s. p. Silva Čuš, mag. kozm., Olimpik – kozmetični studio, d.o.o. Maja Vehab, univ. dipl. prav. Vojko Vučković, prof. šp. vzg., 4limpulse, d.o.o, Urška Trobej, mag. ekon. Koordinacija priprave programa, Center RS za poklicno izobraževanje: Mateja Hergan</p>

5. UTEMELJITEV PREDLOGA

Kratek opis kvalifikacije

Po končanem programu izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja Koordinator/koordinatorka poslovanja v kozmetiki in velnesu bodo udeleženci zmožni:

- prepoznati vloge na področju menedžmenta, vodenja in upravljanja,
- načrtovati, organizirati, izvajati ter nadzirati poslovanje kozmetičnega salona ali velnes centra v skladu s svojimi pristojnostmi,
- koordinirati delo in zaposlene ter sodelovati v timu,
- predlagati menedžerju glede izbire, uvajanja in spremljanja (novih) zaposlenih,
- motivirati sebe in sodelavce za delo,
- načrtovati storitve v kozmetiki in velnesu,
- izvajati, spremljati in evalvirati storitve v kozmetičnem salonu ali velnes centru z vidika kakovosti,
- načrtovati in izvajati promocijske aktivnosti,
- načrtovati in izpeljati trženjske dejavnosti v kozmetičnem salonu ali velnes centru,
- koordinirati finančno poslovanje kozmetičnega salona ali velnesa,
- poznati in delovati v skladu z regulativo,
- voditi evidence kozmetičnega salona ali velnesa,
- prepoznati in upoštevati potrebe stranke,
- svetovati stranki oz. jo osveščati glede storitev in produktov v kozmetiki in velnesu in zdravega življenjskega sloga v skladu z uveljavljenimi smernicami področja,
- komunicirati z vsemi deležniki podjetja,
- reševati pritožbe in reklamacije stranke skladno s svojimi pristojnostmi,
- prenašati znanje na bodoči kader in sodelavce,
- uporabljati digitalna orodja in aplikacije za koordiniranje poslovanja kozmetičnega salona ali velnes centra.

Potreba po novi kvalifikaciji

Podjetja, ki se na področju kozmetične stroke in velnesa ukvarjajo s kozmetičnimi storitvami: Barbellen Barbara Kolar s.p., Škofljica; Lepotni studio Kleopatra, Ljubljana; VITA MARIN salon masaže, pedikure in manikure, Gramc Alexandra s.p., Krško; LEstetika LEA, d. o. o., Fram; Estetika Fink, d.o.o., Kamnik; IMPERIJA Center zdravja in lepote, Karmen Puntar s.p. Ljubljana; Olimpik – kozmetični studio, d.o.o.; 4limpulse, d.o.o s podporo Šolskega centra Novo mesto in strokovnjakov za poslovanje kozmetičnih salonov izražajo potrebo po novem programu za izpopolnjevanje kadra na področju poslovanja v kozmetični dejavnosti.

V zadnjem desetletju je spreminjanje trga zaznati pri večini dejavnosti, še zlasti je močno na področju storitvenih dejavnosti, med katere spada tudi kozmetika. Ta dejavnost je v zadnjih letih ves čas v vzponu, saj ljudje dajejo velik poudarek na urejenosti in zunanemu izgledu, zdravemu življenjskemu slogu in dobremu počutju. Glede na veliko povpraševanje po kozmetičnih, lepotnih in sprostitvenih storitvah so potrebe ponudbe vedno zahtevnejše, saj so vedno večje potrebe po ustreznem kadru, ki ima poleg strokovnega znanja za kakovostno opravljanje storitve tudi ustrezno znanje na področju organizacije poslovanja, ki temelji na sodobnem podjetniškem znanju, znanju s področja svetovanja in mehkih veščin. Uspešno poslovanje je vedno bolj zahtevno in nič več ne zadostuje le ozko strokovno znanje zaposlenih, temveč so pomembna znanja, kot so načrtovanje ter organizacija dela

in vodenje številnih dejavnosti, kot so sodelovanje pri izbiri kadra, uvajanje zaposlenih v delo, motiviranje in nagrajevanje, poznavanje zakonodaje, upravljanje z dnevnim finančnim tokom kozmetičnega salona ali velnes centra, neposredna promocija in trženje strankam tudi s pomočjo marketinških orodij, delo s strankami z uporabo uspešnih tehnik komunikacije in svetovanje strankam ... Nove generacije kozmetičnih tehnikov in sorodnih poklicev, ki se zaposlujejo v kozmetičnih salonih ali velnesu, imajo preskromno znanje na omenjenih področjih, saj trg narekuje nove pristope in načine dela, uvajanje novosti pri delu ter pridobivanje novih in ohranjanje obstoječih strank. Osveščanje strank s pomočjo različnih orodij postaja vsakodnevna rutina, ki pomembno vpliva, kako se bo dejavnost v podjetju razvijala.

Preskromno teoretično in praktično znanje na področju poslovanja povzroča preglavice številnim zaposlenim v kozmetiki in velnesu. Prav zato se težko odločijo za spremembe, ki jih od njih zahteva trg, pogosto želijo ohraniti obstoječe stanje, ki pa praviloma ne prinaša pričakovanega dohodka. Tudi delo z zaposlenimi in s stranko zahteva učinkovit pristop. Uspešnost podjetja je poleg visoko kvalitetno opravljenih storitev na vse bolj konkurenčnem trgu odvisna od razvojnih možnosti, ponudbe inovativnih kozmetičnih storitev, od promocije, trženja, dela s dobavitelji ...

Ko podjetje uvaja nove storitve in ima v načrtu podjetniško rast, se sooča s priložnostmi in nevarnostmi. Kako uspešen bo izbrani model podjetniške rasti na poti zastavljenih ciljev, je v veliki meri odvisno od znanja in izkušenj zaposlenih. Namesto, da bi opravljali svojo dejavnost tako, da bi ustvarjali in povečali prihodek, se žal pogosto v slovenskem prostoru dogaja, da se kozmetični salon zapre. Prav zato so delodajalci v praksi izpostavili, da zaposleni v kozmetiki in velnesu, tetoverji in zaposleni salonih za estetiko, ki izvajajo kozmetične storitve, potrebujejo znanje tako za delo s stranko kot tudi znanje s področja koordiniranja poslovanja. Pomembno je, da so znanja iz koordiniranja poslovanja vezana konkretno na vodenje kozmetičnih salonov ali velnes centrov, saj jih le-tako udeleženci v svoje delo lahko prenesejo neposredno in takoj. Zaposleni v kozmetiki in velnesu potrebujejo uporabna znanja, vezana na stroko, saj teoretičnih znanj iz podjetništva pogosto ne znajo uporabiti v kozmetičnih salonih in velnesu. Poudariti je treba, da bodo ta znanja in izkušnje v okviru prakse v neposrednem delovnem okolju spodbudila, da bo storitev ponujena in izvedena tako, da bo boljše koordiniranje poslovanja pripomoglo tako k zadovoljstvu strank, ki se bodo v kozmetični salon ali velnes center vračale oz. bodo ostale zveste stranke, kot tudi pridobivanju novih strank. To bo tudi osnova za obstoj podjetja in njegovo poslovno uspešnost.

Sistematično izpeljan program tako v šolski obliki kot v neposredni praksi bo udeležencem omogočal pridobitev poklicnih kompetenc za delo in koordinacijo poslovanja v kozmetiki in velnesu.

Odnos nove kvalifikacije do obstoječih, podobnih kvalifikacij

Predlagani program izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja Koordinator/koordinatorka poslovanja v kozmetiki in velnesu predstavlja izpopolnitev in dopolnitev znanja in kompetenc, pridobljenih v programih srednjega strokovnega izobraževanja Kozmetični tehnik, Zdravstvena nega, Ekonomski tehnik in Gastronomija in turizem. Absolventi programa Kozmetični tehnik v temeljnem programu pridobijo osnovna znanja iz podjetništva, ki so pogosto splošna in jih ne znajo praktično uporabiti za delo v kozmetičnih salonih in velnes centrih. Absolventi programa Zdravstvena nega pridobijo znanja o zdravem življenjskem slogu, skrbi za zdravje in higieni, ne pridobijo pa znanj iz podjetništva in koordiniranja dela v kozmetičnih salonih in velnes centrih. Absolventi programa Gastronomija in turizem pridobijo osnovna znanja iz svetovanja in prodaje proizvodov ter podjetništva, vezana na svoje področje, ne pa tudi na poslovanje kozmetičnih salonov in velnes centrov. Znanja iz podjetništva, ki jih lahko nadgradijo v predlaganem programu,

pridobijo tudi absolventi programa Ekonomski tehnik. Vsi naštetih profili se, poleg seveda kozmetičarjev in kozmetičark pogosto zaposlujejo v kozmetičnih salonih in velnes centrih in pridobijo nacionalno poklicno kvalifikacijo s področja kozmetike. Za uspešno delovanje kozmetičnih salonov in velnes centrov, kot tudi v drugih obrteh, je znanje podjetništva enako pomembno kot znanje in sledenje novostim stroke, pogosto pa prav znanje iz podjetništva pomembneje vpliva na uspešnost in konkurenčno prednost kozmetičnega salona in velnes centra. Pomembno je, da kandidati pridobijo konkretna znanja, vezana na dejavnosti, ki jih lahko neposredno prenesejo v svoje delo v kozmetičnih salonih in velnes centrih. Menimo, da bo predlagani program izpopolnjevanja ustrezno rešil vrzel na področju kozmetike in velnesa.

Usposobljenost za koordiniranje v kozmetičnem salonu in velnesu bodo s pomočjo predlaganega programa izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja lahko pridobili tudi diplomanti višješolskih in visokošolskih študijskih programov s področja kozmetike, velnesa, podjetništva, turizma, organizacije ali ekonomije, ki imajo ustrezne delovne izkušnje in potrebujejo specifična znanja za delo v kozmetičnih salonih ali velnes centrih.

Ciljna skupina in njihove zaposlitvene možnosti

Program izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja Koordinator/koordinatorica poslovanja v kozmetiki in velnesu bo namenjen kandidatom, ki so si pridobili zgoraj omenjeno temeljno izobrazbo in so vsaj 1 leto delali na področju kozmetične ali velneške dejavnosti, v salonih za tetovažo ali v salonih za estetiko, ki izvajajo kozmetične storitve. S poklicno-specifičnimi kompetencami, pridobljenimi v predlaganem programu, bodo kandidati sebi izboljšali položaj na trgu dela, delodajalcem pa dvignili konkurenčnost v panogi.

Kozmetična in velneška dejavnost v Sloveniji naraščata. Trenutno je za področje kozmetične in pedikerske dejavnosti (SKD S-96.022) registriranih več skoraj 1500 podjetij¹, medtem ko jih je na področju dejavnosti za nego telesa (SKD S-96.040) več kot 1000². To število v zadnjih desetih letih konstantno narašča, in je naraščalo tudi v času pretekle krize³.

¹ Vir: <https://www.racunovodja.com/DDV/Dejavnost/96.022>, podatki pridobljeni 16. 03. 2022.

² Vir: Statistični urad RS; v letu 2008 je bilo v dejavnosti za nego telesa (SKD S-96.040) registriranih okrog 500 podjetij; leta 2017 se ta številka približala 900. Po podatkih AJPEsa je bilo število davčnih zavezancev za to dejavnost v novembru 2019 dobrih 1000. kljub pandemiji, ki je močno vplivala na sektor, je marca 2022 registriranih podjetij več kot 1000: <https://www.racunovodja.com/DDV/Dejavnost/96.040>, podatki pridobljeni 13. 03. 2022.

³ Vir: SURS. Leta 2008 je bilo v kozmetični in pedikerski dejavnosti registriranih malo več kot 500 podjetij, leta 2017 že skoraj 1200; gl. sprotno opombo 1.

A. SPLOŠNI DEL

1. PROGRAM IZPOPOLNJEVANJA NA PODROČJU SREDNJEGA STROKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA

1.1. Ime programa izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja:

Koordinator/koordinatorka poslovanja v kozmetiki in velnesu

1.2. Ime kvalifikacije:

Koordinator/koordinatorka poslovanja v kozmetiki in velnesu

2. CILJI IN KOMPETENCE PROGRAMA IZPOPOLNJEVANJA NA PODROČJU SREDNJEGA STROKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA

Temeljni cilji programa izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja so izpopolniti znanje, spretnosti in kompetence udeležencev in udeleženk (v nadaljevanju udeležencev) za:

- pridobivanje veščin za koordinacijo in organizacijo dela v kozmetičnem salonu ali velnesu,
- spremljanje in uvajanje novosti na področju storitev v kozmetičnem salonu ali velnesu,
- razumevanje finančnega poslovanja kozmetičnega salona ali velnesa.
- razvoj komunikacijskih spretnosti za delo s stranko in koordinacijo sodelavcev,
- razvoj odgovornega odnosa do dela in zagotavljanja kakovosti pri delu v velnes centru oz. kozmetičnem salonu,
- razvoj veščin za uporabo digitalnih orodij in aplikacij za koordinacijo poslovanja v kozmetičnem salonu ali velnesu in delo s strankami.

Udeleženec si v programu izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja pridobi naslednje poklicne kompetence:

- prepoznati vloge na področju menedžmenta, vodenja in upravljanja,
- načrtovati, organizirati, izvajati ter nadzirati poslovanje kozmetičnega salona ali velnesa v skladu s svojimi pristojnostmi,
- koordinirati delo in zaposlene ter sodelovati v timu,
- predlagati menedžerju glede izbire, uvajanja in spremljanju (novih) zaposlenih,
- motivirati sebe in sodelavce za delo,
- načrtovati storitve v kozmetiki in velnesu,
- izvajati, spremljati in evalvirati kakovost storitev v kozmetičnem salonu ali velnes centru,
- načrtovati in izvajati promocijske aktivnosti,
- pripraviti in izvajati trženjske dejavnosti v kozmetičnem salonu ali velnes centru,
- koordinirati finančno poslovanje kozmetičnega salona ali velnesa,
- upoštevati regulativo,
- voditi evidence kozmetičnega salona ali velnesa,
- prepoznati in upoštevati potrebe stranke,
- svetovati stranki oz. jo osveščati glede storitev in produktov v kozmetiki in velnesu in zdravega življenjskega sloga v skladu z uveljavljenimi smernicami področja,
- komunicirati z vsemi deležniki podjetja,
- reševati pritožbe in reklamacije stranke skladno s svojimi pristojnostmi,
- prenašati znanje na bodoči kader in sodelavce,
- uporabljati digitalna orodja in aplikacije za koordiniranje poslovanja kozmetičnega salona ali velnes centra.

3. TRAJANJE PROGRAMA

3.1. Trajanje programa:

Program izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja traja 290 ur.

3.2. Ovrednotenje programa s kreditnimi točkami (KT):

Program izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja je ovrednoten s 13 KT.

4. VPISNI POGOJI

4.1. Vpisni pogoji

V program izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja se lahko vpiše, kdor ima:

1. opravljen program najmanj srednjega strokovnega izobraževanja s področja kozmetike, zdravstvene nege, ekonomije ali gastronomije oz. turizma,
2. najmanj 1 leto delovnih izkušenj s področja kozmetike, velnesa, salonih za tetovažo ali salonih za estetiko in
3. pogodbo o zaposlitvi v kozmetičnem salonu, velnes centru, salonu za tetovažo ali salonu za estetiko ali pogodbo za izvajanje praktičnega usposabljanja v podjetju na področju koordiniranja poslovanja v kozmetiki in velnesu.

4.2. Merila za izbiro ob omejitvi vpisa

V primeru, da število prijavljenih kandidatov presega število razpisanih mest, imajo prednost kandidati z veljavno pogodbo o zaposlitvi. Kot drugo merilo se upošteva povprečna ocena pridobljenih ocen na maturi in povprečna ocena pridobljenih ocen v zaključnem letniku programa, s katerim kandidat izpolnjuje pogoje za vpis.

5. OBVEZNI NAČINI OCENJEVANJA ZNANJA

Oznaka	Strokovni modul ali druga sestavina	Ustni odgovori	Pisni izdelki	Izdelek oz. storitev in zagovor
M1	Koordinacija poslovanja			x
M2	Sodobni tržni pristopi		x	
M3	Delo s stranko			x
D	Praktično usposabljanje v podjetju			x

M – strokovni modul, D – druga sestavina programa (praktično usposabljanje v podjetju). Katalogi znanja so pripravljene za strokovne module (M) in druge sestavine programa (D).

6. POGOJI ZA NAPREDOVANJE IN DOKONČANJE IZOBRAŽEVANJA

6.1. Pogoji za napredovanje: Niso določeni.

6.2. Pogoji za dokončanje

Za dokončanje programa izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja mora udeleženec opraviti vse module:

- Koordinacija poslovanja (2 KT),
- Sodobni tržni pristopi (3 KT),
- Delo s stranko (2 KT),

Poleg tega mora kandidat v celoti opraviti obveznosti praktičnega usposabljanja v podjetju.

B. POSEBNI DEL

1. PREDMETNIK

Oznaka	Strokovni modul ali druga sestavina	Obvezno/ izbirno	Število ur v šoli		Skupno število ur	Števil o KT
			Teoretič ni pouk	Praktični pouk		
M1	Koordinacija poslovanja	Obvezno	12	28	40	2
M2	Sodobni tržni pristopi	Obvezno	28	32	60	3
M3	Delo s stranko	Obvezno	12	28	40	2
D	Praktično usposabljanje v podjetju	Obvezno			140	7
Skupaj						
Število ur izobraževanja v šoli					140	7
Število ur usposabljanja podjetju					150	6
Skupno število ur					290	13

M – strokovni modul, D – druga sestavina programa (praktično usposabljanje v podjetju).

Katalogi znanja so pripravljene za strokovne module (M) in druge sestavine programa (D).

2. IZVEDBA PROGRAMA IZPOPOLNJEVANJA NA PODROČJU SREDNJEGA STROKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA

Program izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja se izvaja v šoli in pri delodajalcih. Pri delodajalcu se izvaja 150 ur praktičnega usposabljanja.

3. ZNANJE IZVAJALCEV

Oznaka	Strokovni modul ali druga sestavina	Izvajalec*	Znanje s področij
M1	Koordinacija poslovanja	učitelj	visokošolskega izobraževanja ekonomskih ved, poslovnih ved, komercialne, kozmetike, managemente ali organizacije
		učitelj praktičnega pouka	visokošolskega ali višješolskega ekonomskih ved, poslovnih ved, komercialne, managemente, organizacije, računovodstva, kozmetike ali velnesa
M2	Sodobni tržni pristopi	učitelj	visokošolskega izobraževanja informatike, ekonomskih ved, poslovnih ved, komercialne, managemente, kozmetike, organizacije, psihologije, komunikologija ali sociologije
		učitelj praktičnega pouka	visokošolskega ali višješolskega ekonomskih ved, poslovnih ved, komercialne, managemente, organizacije, sociologije,

			psihologije, komunikologije, snovanja vizualnih komunikacij in trženja, kozmetike ali velnesa
M3	Delo s stranko	učitelj	visokošolskega izobraževanja komunikologije, psihologije, pedagogike, andragogike, socialnega dela, antropologije, organizacije, menedžmenta, ekonomskih ved, poslovnih ved, sociologije, kozmetike, kozmetologije, zdravstva, fizioterapije ali delovne terapije
		učitelj praktičnega pouka	visokošolskega ali višješolskega izobraževanja komunikologije, psihologije, pedagogike, andragogike, socialnega dela, antropologije, organizacije, menedžmenta, ekonomskih ved, poslovnih ved, sociologije, kozmetike, kozmetologije, zdravstva, fizioterapije ali delovne terapije
D	Praktično usposabljanje v podjetju	organizator praktičnega izobraževanja v delovnem procesu	visokošolskega izobraževanja, s katerih morajo imeti znanja učitelji katerega koli predmeta v tem programu izpopolnjevanja na področju srednjega strokovnega izobraževanja

*Izvajalci niso strokovni delavci v skladu z Zakonom o organizaciji in financiranju vzgoje in izobraževanja (ZOFVI) (Uradni list RS, št. 16/07 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08, 58/09, 64/09 – popr., 65/09 – popr., 20/11, 40/12 – ZUJF, 57/12 – ZPCP-2D, 47/15, 46/16, 49/16 – popr., 25/17 – ZVaj, 123/21, 172/21, 207/21 in 105/22 – ZNŠPP).

4. KATALOGI ZNANJA

4.1. Katalogi znanja za strokovne module

M1	Koordinacija poslovanja
----	-------------------------

Splošni cilji

Splošni cilji strokovnega modula so izpolniti znanja, spretnosti in kompetence udeležencev za:

- pridobivanje veščin za koordinacijo in organizacijo dela v kozmetičnem salonu ali velnesu,
- spremljanje in uvajanje novosti na področju kozmetičnih storitev,
- pridobivanje veščin za pritegnitev in nadgrajevanje strank,
- poznavanje značilnosti uspešnega komuniciranja in pravil poslovnega bontona,
- razumevanje pomena uporabe različnih oblik komuniciranja in svetovanja glede na različne tipe strank,
- razvijanje komunikacijskih in svetovalnih veščin pri delu s stranko,
- razumevanje specializacije in pozicioniranja kozmetičnega salona ali velnesa,
- razumevanje načrtovanja prodajnih aktivnosti,
- usposobljenost za izvajanje različnih metod marketinga,
- uporabo digitalnih orodij in aplikacij za poslovanje in komunikacijo s sodelavci in strankami,
- razumevanje finančnega poslovanja kozmetičnega salona ali velnesa.

Poklicne kompetence s pričakovanimi učnimi izidi

Poklicne kompetence:

- koordinirati in organizirati delo in poslovanje,
- koordinirati in voditi zaposlene,
- uvajati novo zaposlene,
- koordinirati finančno poslovanje.

Pričakovani učni izidi:

Poklicne kompetence	Informativni cilji	Formativni cilji
Koordinirati in organizirati delo in poslovanje	<p>Udeleženec:</p> <ul style="list-style-type: none">• razloži čas kot orodje za povečanje produktivnosti;• opiše postopke priprave in izvajanja storitev, ki omogočajo tekoče in bolj učinkovito delo;• razloži, kaj so časovni standardi storitev;• pojasni posledice nezasedenih terminov med storitvami;	<p>Udeleženec:</p> <ul style="list-style-type: none">• uporablja orodja, ki optimizirajo poslovanje kozmetičnega salona ali velnesa (npr. stroške poslovanja, višino prihodkov, (ne)zadovoljstvo zaposlenih, nivo kakovosti storitev, (ne)zadovoljstvo strank ...);• določi časovne standarde izvajanja storitev;

Poklicne kompetence	Informativni cilji	Formativni cilji
	<ul style="list-style-type: none"> • pojasni posledice zamujanja, neodzivanja ali preskakovanja terminov strank; • pojasni cilje kozmetičnega salona ali velnesa in korake za njihovo doseganje; • pojasni zakonodajo s področja varstva in zdravja pri delu; • pojasni zakonodajo s področja sanitarno-higienskih standardov; • opiše vlogo in pristojnosti inšpekcij (zdravstvena, tržna in finančna); • pojasni odgovornosti koordinatorja kozmetičnega salona ali velnesa. 	<ul style="list-style-type: none"> • določi razpored izvajanja storitev; • koordinira termine in prostore za izvajanje aktivnosti zaposlenih; • omogoča zaposlenim, da se lahko povsem osredotočijo na delo s stranko; • preprečuje zamujanje strank, preskakovanje terminov strank; • prepozna posledice, ki nastanejo z neprimerno koordinacijo poslovanja; • pri koordinaciji dela kozmetičnega salona ali velnesa uporablja digitalna orodja in aplikacije.
Koordinirati in voditi zaposlene	<ul style="list-style-type: none"> • Pojasni procese vodenja in svojo vlogo pri tem; • razloži, zakaj je usklajevanje dela, usmerjanje zaposlenih in uvajanje sprememb v delo pomembno za razvoj poslovanja; • opiše naloge in pristope za koordiniranje in usposabljanje zaposlenih; • pojasni vpliv avtonomnosti zaposlenih na učinkovitost; • razloži pomen timskega dela za poslovanje kozmetičnega salona ali velnesa; • pojasni prednosti pripadnosti podjetju oziroma delu; • utemelji proaktivnost posameznika kot pomembno osnovo za uspešno delo; • razloži metode, ki vplivajo na motivacijo posameznika; • opiše posledice napačnega koordiniranja zaposlenih; • opiše pristope mentoriranja glede na razvoj poslovanja; • opiše korake in metode mentoriranja zaposlenih, dijakov ali študentov; • razloži pripravo kriterijev nagrajevanja zaposlenih. 	<ul style="list-style-type: none"> • Načrtuje pristope za koordinacijo zaposlenih; • razporeja termine in prostore za izvajanje aktivnosti zaposlenih glede na zmožnosti posameznega izvajalca in zahtevnost storitve; • načrtuje naloge zaposlenih; • načrtuje razvoj znanja zaposlenih; • prevzema odgovornost za razvoj znanja zaposlenih; • upošteva znanje, izkušnje in zmožnosti zaposlenega pri motiviranju zaposlenih; • načrtuje mentoriranje novo zaposlenih, dijakov ali študentov; • vodi evidenco opravljenih aktivnosti mentoriranja in nalog mentoriranja; • pri koordinaciji zaposlenih uporablja digitalna orodja in aplikacije; • upošteva zakonodajo s področja varstva in zdravja pri delu; • upošteva zakonodajo s področja sanitarno-higienskih standardov.

Poklicne kompetence	Informativni cilji	Formativni cilji
Uvajati novo zaposlene	<ul style="list-style-type: none"> • Pojasni zahteve za novo zaposlene glede na specializacijo kozmetičnega salona ali velnesa; • opiše postopek preizkusa kandidatov; • razloži kriterije za izbiro kandidatov; • opiše normative uvajalnega programa; • opiše postopke za spremljanje novo zaposlenih. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prepozna optimalnega kandidata glede na specializacijo kozmetičnega salona ali velnesa na primerih; • pripravi normative za sestavo uvajalnega programa; • določi osebe, ki bodo predstavile postopke izvajanja storitev na osnovi standardov kozmetičnega salona ali velnesa; • določi postopke za spremljanje dela novo zaposlenega; • določi postopke za preverjanje znanja novo zaposlenega.
Koordinirati finančno poslovanje	<ul style="list-style-type: none"> • Razloži finančno poslovanje svojega delovnega mesta; • pojasni porabo sredstev glede na cilje poslovanja; • opiše izračune poslovanja kozmetičnega salona ali velnesa glede na realne ali predvidene stroške; • razloži pomen pravilne sestave cenika storitev ali izdelkov. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uporablja finančno strukturo, ki je predhodno usklajena z menedžerjem ali lastnikom kozmetičnega salona ali velnesa; • upošteva navodila nadrejenih glede razpolaganja s pridobljenimi sredstvi; • nadzoruje pridobljena finančna sredstva in vodi evidenco; • načrtuje stroške poslovanja in analizira razmerja med prihodki in odhodki; • predlaga vlaganja glede na potrebe kozmetičnega salona ali velnesa; • deluje odgovorno in v skladu s pravilnikom, ki določa odgovornost za izvajanje finančnih aktivnosti; • pri koordinaciji finančnega poslovanja uporablja IKT orodja in aplikacije.

Splošni cilji

Splošni cilji strokovnega modula so izpopolniti znanja, spretnosti in kompetence udeležencev za:

- pridobivanje veščin za pritegnitev in nadgrajevanje strank,
- izboljševanje poslovanja kozmetičnega salona ali velnesa,
- razumevanje specializacije in pozicioniranja kozmetičnega salona ali velnesa,
- razumevanje načrtovanja prodajnih aktivnosti,
- usposobljenost za izvajanje različnih metod marketinga.

Poklicne kompetence s pričakovanimi učnimi izidi

Poklicne kompetence:

- pridobivati, uvrščati, nadgrajevati in usmerjati stranke,
- upoštevati specializacijo in pozicioniranje salona ali velnesa na trgu,
- načrtovati prodajne aktivnosti,
- izvajati marketing za ustvarjanje večje prepoznavnosti na trgu in večjo prodajo.

Pričakovani učni izidi

Poklicne kompetence	Informativni cilji	Formativni cilji
Pridobivati, uvrščati, nadgrajevati in usmerjati stranke	<p>Udeleženec:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pojasni razloge za opredelitev strank v skupine; • predstavi kriterije za uvrščanje strank v skupino A, B ali C; • predstavi prednosti posamezne skupine; • predstavi priložnosti za pridobivanje novih potencialnih strank; • opiše orodja, ki so potrebna za pritegnitev strank; • opiše pristope, kako pritegniti stranke v posamezno skupino oz. za dopolnitev storitev; • opiše vpliv orodij na odločitve strank; • opiše možnosti, ki lahko vplivajo na napačne odločitve strank posebej pri izboru storitev; • predstavi dodano vrednost nadgrajevanja strank z vidika poslovanja. 	<p>Udeleženec:</p> <ul style="list-style-type: none"> • uvršča stranke skupine; • izvaja aktivnosti in uporablja orodja za pritegnitev potencialnih strank; • analizira potencial strank za nadgradnjo; • na osnovi informacij ustvarja pri strankah razloge za obisk salona ali velnesa; • izbere pristope, s katerimi ustvarja pri stranki zanimanje; • prepozna morebitno zmedenost strank in jih usmerja glede na optimalno rešitev, ki jo stranka potrebuje; • z nadgradnjo strank izboljšuje poslovanje salona.

Poklicne kompetence	Informativni cilji	Formativni cilji
Upoštevatı specializacijo in pozicioniranje salona ali velnesa na trgu	<ul style="list-style-type: none"> • Pojasni pomen specializacije in pozicioniranja salona ali velnesa na trgu; • pojasni prednosti specializacije in pozicioniranja glede na konkurenco; • opiše program za uvajanje in primerno vrednotenje specializiranih storitev. 	<ul style="list-style-type: none"> • Izbere storitve, ki so osnova oz. povezane s specializiranim poslovanjem; • upošteva strokovnost zaposlenih pri specializaciji storitev; • spremlja in koordinira uporabo orodij, ki omogočajo željeno pozicioniranje na trgu; • analizira uspešnost posameznih storitev v skladu s tem usmerja specializacijo.
Načrtovati prodajne aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Razloži prednosti sprožilcev prodaje; • opiše prodajne metode, ki so prilagojene potrebam posameznega kozmetičnega salona ali velnesa; • razloži zaporedje prodajnih postopkov; • pojasni cilje prodajnih postopkov; • predstavi metode izvajanja prodajnih postopkov; • pojasni razloge za avtomatiziranje prodajnih postopkov; • razloži pričetek in zaključek prodaje na recepciji kozmetičnega salona ali velnesa; • predstavi možnosti in priložnosti za uspešno prodajo; • razloži vlogo prodajnega načrta; • opiše metode prodaje, ki se bodo v okviru prodajnega načrta izvajale; • pojasni vlogo načrtovanja prodaje izdelkov in storitev po prodajnih skupinah in predhodno standardiziranih programih. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uporablja prodajni sistem po načrtovanih korakih (7 korakov); • predlaga prodajni načrt; • analizira učinek prodajnih postopkov glede na cilje; • upošteva priložnosti avtomatizirane prodaje (enak način izvajanja prodajnih postopkih po točno določenih korakih za vse izvajalce); • upošteva izzive, ki se pojavijo med klasično in digitalno prodajo; • preprečuje vplive, ki ogrožajo ali znižujejo prodajne cilje (npr. šibka ozaveščenost strank glede uporabe storitev in izdelkov, napačen izbor izdelkov glede na kategorijo strank, napačen pristop prodajnih postopkov ...). • načrtuje prodajne dodatne aktivnosti pri uvajanju novosti ali marketinških aktivnosti (npr. akcije, dnevi odprtih vrat, promocije ...); • izbira izdelke in storitve, ki dosegajo primerno razliko v ceni; • sestavlja prodajne programe, s katerimi lahko zagotovi prodajne koristi pri strankah in podjetju; • upošteva dejavnike, ki vplivajo na primernost načrtovanja prodaje (kakovost, potencial, priložnosti ...); • načrtuje prodajo pri obstoječih, potencialnih in nekdanjih strankah;

Poklicne kompetence	Informativni cilji	Formativni cilji
		<ul style="list-style-type: none"> • preuči razmerje med donosnostjo izdelkov in storitev glede na kakovost.
Izvajati marketing za ustvarjanje večje prepoznavnosti na trgu in večjo prodajo	<ul style="list-style-type: none"> • Predstavi potrebe po uporabi različnih marketinških orodij; • pojasni klasični, spletni in co-marketing z vidika ciljnih skupin; • opiše razlike med uporabo marketinga na primarni in sekundarni ravni (predstavitev v prvem in v drugem koraku); • opiše uporabo marketinških orodij kot so vsebinski, magnetni, sms in nevromarketing; • pojasni vlogo različnih metod marketinga v sezonskih obdobjih. 	<ul style="list-style-type: none"> • Načrtuje uporabo orodij klasičnega, internetnega in co-marketinga; • Analizira uspešnost pred in po uvajanju različnih tehnik marketinga; • preprečuje možnosti nepravilnega izvajanja marketinga; • upošteva prednosti uporabe notranjega in zunanjega marketinga; • prepozna koristi uporabe on-line in off-line marketinga; • uporablja različne metode marketinga, ki so v posameznih sezonskih obdobjih najdonosnejše.

M3	Delo s stranko
----	----------------

Splošni cilji

Cilji strokovnega modula ali vsebinskega sklopa:

- poznavanje značilnosti uspešnega komuniciranja,
- razumevanje pomena uporabe različnih oblik komuniciranja in svetovanja glede na različne tipe strank,
- poznavanje pravil poslovnega bontona,
- razvijanje komunikacijskih in svetovalnih veščin pri delu s stranko.

Poklicne kompetence:

- komunicirati s stranko,
- uporabljati učinkovite načine komuniciranja in svetovanja z različnimi strankami,
- upoštevati pravila poslovnega bontona.

Pričakovani učni izidi:

Poklicne kompetence	Informativni cilji	Formativni cilji
Komunicirati s stranko	<p>Udeleženec:</p> <ul style="list-style-type: none"> • razloži značilnosti in pomen poslovnega komuniciranja; • razloži proces komuniciranja; • opiše načine in metode oz. oblike besednega in nebesednega poslovnega komuniciranja; • pojasni ovire in motnje v procesu komuniciranja; • našteje ustrezna komunikacijska sredstva za uspešno ustno komunikacijo; • pojasni skladnost besednega in nebesednega komuniciranja; • pojasni pomen in upoštevanje različnih razdalj med udeleženci v komuniciranju in vlogo dotika pri delu s stranko; • razloži značilnost pisnega komuniciranja; • pojasni zakonodajo s področja varovanja osebnih podatkov. 	<p>Udeleženec:</p> <ul style="list-style-type: none"> • primerja vsakdanje komuniciranje in poslovno komuniciranje; • analizira različne vloge v procesu komuniciranja; • primerja različne načine komuniciranja med seboj, • primerja neposredno in posredno komuniciranje; • upošteva različne razdalje med udeleženci v komuniciranju in vlogo dotika pri delu s stranko; • vrednoti skladnost besednega in nebesednega komuniciranja; • analizira pogostost in oblike besednega in nebesednega komuniciranja v kozmetiki in velnesu; • spremlja in analizira besedno in nebesedno komunikacijo v pogovoru s sogovornikom (npr. mimiko, gestiko, držo, hojo ...); • uporablja pozitivno govorico telesa; • izvede igro vlog za različne načine ustnega komuniciranja s stranko;

Poklicne kompetence	Informativni cilji	Formativni cilji
		<ul style="list-style-type: none"> • izvede igro vlog za telefonsko komuniciranje s stranko; • načrtuje, pripravi in izvede komuniciranje s stranko v pisni obliki z namenom obveščanja strank oz. promocije; • načrtuje, pripravi in izvede komuniciranje s stranko v pisni obliki preko spletnih aplikacij oz. elektronske pošte in s pomočjo različnih orodij (npr. SMS, socialna omrežja, spletna stran ...); • upošteva zakonodajo s področja varovanja osebnih podatkov.
<p>Uporabljati učinkovite načine komuniciranja in svetovanja z različnimi strankami</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Razloži pogoje in načine uspešnega komuniciranja; • pojasni pomen enakovrednega in spoštljivega upoštevanja strank iz različnih kulturnih, verskih, socialnih ... okolij; • opiše teme, primerne za pogovor s stranko; • našteje in opiše psihološke dejavnike vedenja; • razloži značilnosti čustvene inteligence in pojem empatija; • našteje različne tipe strank; • opiše različne oblike komunikacijskega vedenja; • opiše agresivno, pasivno, manipulativno, asertivno osebo; • razloži, kako posredujemo in sprejmemo pohvalo; • razloži, kako posredujemo in sprejmemo kritiko; • razloži značilnosti konfliktov in reševanje le-teh; • razloži značilnosti pritožbe; • opiše postopek reševanja reklamacije; • razloži svetovalni model; • pojasni vloge udeležencev v svetovalnem procesu; • predstavi različne oblike svetovanja; 	<ul style="list-style-type: none"> • Ugotavlja vpliv pozitivnih oblik komuniciranja na stranko; • deluje spoštljivo do vseh strank; • v pogovoru s stranko uporablja primerne teme; • prepozna in upošteva osebne značilnosti stranke, njena stališča, prepričanja, vrednote, čustva ...; • deluje empatično; • uporablja vljudnostne besede s pozitivno konotacijo; • uporablja jaz/ti/mi in brezosebne oblike sporočil; • primerja različne oblike poslušanja; • primerja različne tipe strank in komuniciranje z njimi; • pripravi model za komuniciranje z zahtevno, neprijetno, jezno ... stranko; • primerja agresivno, pasivno in asertivno komunikacijsko vedenje; • pripravi model za komuniciranje z različnimi strankami glede na komunikacijsko vedenje; • posreduje in sprejme pohvalo; • kritiko posreduje in sprejme na različne načine; • konstruktivno rešuje konflikte; • pripravi protokol za reševanje pritožbe;

Poklicne kompetence	Informativni cilji	Formativni cilji
	<ul style="list-style-type: none"> • opiše značilnosti informiranja, nasvetovanja in svetovanja; • opiše pomen refleksija svojega dela in komuniciranja s stranko. 	<ul style="list-style-type: none"> • sodeluje v svetovalnem procesu; • v razgovoru s sogovornikom izbira optimalne načine informiranja in svetovanja; • v svetovalnem procesu uporablja strategije, kot npr. spraševanje, postavljanje odprtih vprašanj, določanje ciljev, aktivno poslušanje ...; • analizira svoje delo in komunikacijo s stranko; • kritično reflektira svoje delo.
Upoštevatih pravila poslovnega bontona	<ul style="list-style-type: none"> • Razloži etična merila in standarde stroke pri delu s stranko; • predstavi pravila poslovnega bontona; • opiše urejenost zaposlenega v kozmetiki in velnesu; • opiše urejenost prostora z vidika dobrega počutja stranke; • razloži prednostno pravilo; • opiše pomen prvega vtisa; • pojasni pravila poslovnega bontona pri pozdravljanju, rokovanju, vikanju oz. tikanju, predstavljanju, naslavljanju ...; • predstavi sestavine kodeksa kozmetičnega salona ali velnesa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Upošteva etična merila in standarde stroke; • v komunikacij s stranko uporabi pravila poslovnega bontona; • uredi se v skladu s poslovnim bontonom in z zahtevami stroke; • analizira vpliv svoje urejenosti, delovne obleke, barv ... na stranko; • opredeli in analizira urejenost prostora, v katerem se stranka dobro počuti; • uporablja prednostna pravila v skladu z poslovnim bontonom; • v sodelovanju z zaposlenimi pripravi kodeks kozmetičnega salona ali velnesa ali analizira obstoječi kodeks podjetja; • pri delu s stranko upošteva kodeks kozmetičnega salona ali velnesa.

4.2. Katalog znanja za praktično usposabljanje v podjetju

Cilji praktičnega usposabljanja v podjetju so izpopolniti znanja, spretnosti in kompetence za:

- koordiniranje poslovanja kozmetičnega salona oz. velnesa,
- koordiniranje zaposlenih,
- motiviranje in nagrajevanje zaposlenih,
- predlaganje in uvajanje novih zaposlenih,
- mentoriranje in koordiniranje dodatnega usposabljanja zaposlenih
- koordiniranje finančnega poslovanja
- sestavljanje programov storitev in izdelkov
- prodajo izdelkov in storitev,
- priprava in izvajanje marketinga,
- spremljanje in nadgrajevanje strank,
- učinkovito komuniciranje in upoštevanje poslovnega bontona,
- svetovanje strankam.

Delovni procesi in operativni učni izidi

Na praktičnem usposabljanju v podjetju se udeleženec vključi v naslednje delovne procese:

Delovni procesi	Operativni učni cilji
Koordiniranje poslovanja kozmetičnega salona oz. velnesa	<p>Udeleženec:</p> <ul style="list-style-type: none">• Skupaj z menedžerjem določi cilje in vizijo kozmetičnega salona oz. velnesa;• določa standarde storitev glede na čas izvajanja, strokovnost, spretnost in znanje posameznih izvajalcev;• skrbi, da je izvajanje storitev pri vseh izvajalcih enako;• pripravlja programe dela za vsakega zaposlenega posebej;• razporeja zaposlene glede na potrebe salona ali velnesa in glede na specializacijo posameznika;• usklajuje storitve, ki niso vključene v redne storitve (npr. rituali, specifične storitve ...);• išče in predlaga pozitivne rešitve v primeru izzivov ali težav;• sestavi kodeks, ki jasno določa zahteve po osebni urejenosti, komuniciranju z zaposlenimi in strankami ter odnosu do dela;• analizira storitve glede na zahtevnost in kakovost storitev;• po navodilih nadrejenih pripravi dokumentacijo za potrebe inšpekcijskega pregleda;• skrbi za spremljanje datumov uporabnosti izdelkov glede na zakonodajo;• upošteva zakonodajo in regulativo pri koordinaciji kozmetičnega salona ali velnesa;• uporablja digitalna orodja in aplikaciji za koordinacijo kozmetičnega salona ali velnesa.
	<ul style="list-style-type: none">• Posvetuje se z zaposlenimi glede sestave programov storitev in v skladu s tem razdeli naloge;

Delovni procesi	Operativni učni cilji
Koordiniranje zaposlenih	<ul style="list-style-type: none"> • zaposlenim razloži vlogo pravil, standardov storitev in stroškov poslovanja, ki so s tem povezani; • usmerja zaposlene k pridobivanju dodatnih znanj; • spremlja delo zaposlenih in pohvali dobro opravljene naloge ter za manj uspešno izvedene naloge na razumevajoč in vzpodbuden način priporoča izboljšave; • podpira zaposlene pri avtonomnem izvajanju aktivnosti; • spodbuja zaposlene k ohranjanju dobrih medsebojnih odnosov in k timskeemu delu; • vodi evidence zaposlenih (personalne mape, urnik dela, dodatna izobraževanja, doseganje ciljev ...); • določi kriterije za ocenjevanje zaposlenih (znanje, natančnost, obseg dela, samoiniciativnost, učinkovitost, doseganje ciljev in razvoj kompetenc ...); • ugotovi, na katerih področjih je potrebno pristop do dela, strank ali sodelavcev spremeniti; • sklicuje redne sestanke kolektiva; • predstavi spremembe na rednih tedenskih sestankih in koordinira zaposlene pri uvajanju sprememb v delovno prakso; • z zaposlenimi komunicira asertivno; • predstavi zaposlenim, kaj se od njih pričakuje za doseganje skupnih ciljev; • zaposlenim pojasni pomen primarne storitve in sekundarnih storitev; • koordinira učence, dijake ali študente, ki so na praktičnem usposabljanju; • sledi priporočilom zaposlenih in/ali njihovim pobudam; • predlaga menedžerju izboljšave poslovanja.
Motiviranje in nagrajevanje zaposlenih	<ul style="list-style-type: none"> • Ugotovi, kaj zaposlene motivira in v čem so najbolj kreativni, spretni ali učinkoviti; • določi posameznike z več znanja za mentoriranje posameznikov z manj znanja; • pri motivaciji koristi mehke metode, ki temeljijo na korektnosti in spoštovanju; • zaposlenim predstavi ovrednotenost dodatnih ali novih aktivnosti in nalog; • predlaga merljive kriterije za nagrajevanje uspešnosti; • kriterije povezuje s predhodno postavljenimi cilji (mesečni, polletni, letni) ali normativi; • skrbi, da so zaposleni za dosežene cilje primerno nagrajeni; • izloči iz nagrajevanja posameznike, ki ciljev ne dosegajo.
Predlaganje in uvajanje novih zaposlenih	<ul style="list-style-type: none"> • Menedžerju glede na potrebe poslovanja predstavi zahteve in kriterije za izbor kandidatov; • utemeljuje potrebe za zaposlitev novih kandidatov; • predlaga kandidate za interno premestitev, kadar gre za uvajanje novih, trendovskih ali drugih specializiranih storitev;

Delovni procesi	Operativni učni cilji
	<ul style="list-style-type: none"> • sledi željam po specializaciji oz. dodatnih znanjih pri zaposlenih pred odločitvijo za novega kandidata; • skupaj z zaposlenimi izvede metode za preverjanje znanja kandidata; • ugotovi potencial kandidata za ustvarjanje primernih prihodkov; • ugotovi odgovornost, iskrenost in odnos do okolja pri kandidatu; • preveri pričakovanja kandidata in njihovo skladnost s pričakovani kozmetičnega salona oz. velnesa; • predlaga menedžerju izbiro novega kandidata; • načrtuje in izvaja uvajalni program; • pripravi in upošteva merila za kakovost izvedenih storitev; • prepozna sposobnosti kandidata in mu zaupa izvajanje zahtevnejših nalog.
Mentoriranje in koordiniranje dodatnega usposabljanja zaposlenih	<ul style="list-style-type: none"> • Poišče in predstavi potenciale zaposlenih za nadgrajevanje sposobnosti; • predlaga menedžerju usposabljanja zaposlenih glede na specializacijo in cilje kozmetičnega salona ali velnesa; • napoti sebe in/ali zaposlene na dodatna usposabljanja z vidika tehnološkega razvoja poslovanja; • določa mentorja in usklajuje aktivnosti, ki se bodo izvajale z mentoriranjem; • delo mentoriranja analizira in predlaga razvoj njegovih aktivnosti glede na uspešnost; • zaposlene in/ali mentorirance napoti na usposabljanje k dobaviteljem, s katerimi sodelujejo ali drugim ponudnikom uporabnega znanja; • skupaj z zaposlenimi oceni delo mentoriranja, • po potrebi se udeležuje ali napotuje zaposlene na dodatna usposabljanja na tehnološkem področju.
Koordiniranje finančnega poslovanja	<ul style="list-style-type: none"> • Spremlja prihodke glede na načrtovano finančno realizacijo; • z odobritvijo menedžerja razpolaga s posebnim fondom za nagrajevanje zaposlenih in manjše nakupe pripomočkov za tekoče poslovanje; • spremlja finančno produktivnost zaposlenih za načrtovanje finančno uspešnosti; • opravlja delo na blagajni; • spremlja evidenco predplačniških storitev; • predlaga ceno storitev in izdelkov; • pripravi strukturo cenika; • periodično pripravlja izračune glede na stroške poslovanja za določitev poslovanja salona na minuto; • izračuna vrednost vsake posamične storitve in izdelka; • finančno nadzira kabine, zaposlene ter pripomočke oz. aparature; • koristi sredstva za manjše nakupe za tekoče poslovanje; • poroča menedžerju o stanju poslovanja.

Delovni procesi	Operativni učni cilji
Sestavljanje programov storitev in izdelkov	<ul style="list-style-type: none"> • Pakete storitev preoblikuje v programe z namenom lažje individualne prilagoditve programa potrebam stranke in boljšega vrednotenja storitev; • sestavlja prodajne skupine (po linijah ali po proizvajalcih) in storitve (storitve, ki se med seboj povezane); • določa programe na osnovi diagnosticiranja strank posebno v primerih, ko se stranke ne znajo odločiti za storitve; • pripravlja program za prodajo izdelkov za domačo uporabo; • upošteva pozicioniranje in specializacijo kozmetičnega salona ali velnesa pri sestavljanju programov storitev in izdelkov.
Prodaja izdelkov in storitev	<ul style="list-style-type: none"> • Predlaga menedžerju nove storitve in izdelke glede na specializacijo cilje kozmetičnega salona ali velnesa; • uvaja novosti ter trende glede na njihovo rentabilnost oz. donosnost po navodilih nadrejenih; • pripravlja in predstavlja prodajne ponudbe obstoječim in novim strankam ter podjetjem; • usklajuje prodajo izdelkov in storitev z marketingom; • iz prodaje izključi nedonosne izdelke in storitve; • postavi prodajne cilje glede na storitve in izdelke in število strank; • sledi prodajnim ciljem in jih po potrebi spreminja; • predstavi načrt za povečanje prodaje zaposlenim pri že obstoječih strankah; • usklajuje prodajo izdelkov in storitev z marketingom; • organizira prodajo glede na ciljano skupino strank • zaposlenim predstavi prodajne postopke po korakih; • uvaja avtomatiziran način prodaje; • spodbuja zaposlene k uporabi metod za povečanje prodaje; • pripravi prodajne zgodbe, skozi katere stranke zaznajo potrebe po storitvi; • uporablja sprožilce prodaje.
Priprava in izvajanje marketinga	<ul style="list-style-type: none"> • Pripravi in izvaja marketinške aktivnosti za pritegnitev novih strank in ozaveščanje obstoječih strank; • preoblikuje klasični marketing v sodobnejšega (preoblikovanje poslovanja s popusti v poslovanje z bonusi); • načrtuje in organizira redne mesečne akcije; • načrtuje in periodično organizira promocije ali dogodke; • združuje klasično obliko marketinga s spletnim marketingom; • skrbi za delovanje in posodabljanje spletne strani in za objave na socialnih omrežjih; • koordinira zaposlene pri izvajanju marketinških aktivnosti (npr. pisanje objav, blogov, priprava video posnetkov...); • sodeluje z zunanjimi sodelavci pri izvajanju marketinških aktivnostih;

Delovni procesi	Operativni učni cilji
	<ul style="list-style-type: none"> • sestavlja marketinške vsebine, ki se emotivno povezujejo z informacijami o strokovnosti storitev in izvajalcev ter s potrebami strank; • uporablja slogane pri pisanju tekstov; • aktivira sledilce z različnimi nalogami, igrami ali vprašalniki (magnetni marketing); • vključuje pričakovanja strank v marketinško vsebino; • pripravi vsebino, ki usmerja stranke iz socialnih omrežij na spletno stran podjetja; • obvešča in pritegne stranke na storitve z uporabo primerno prilagojenih in nevsiljivih vsebin; • uporablja platforme, ki avtomatizirano pošiljajo informacije strankam preko baze podatkov (sms marketing); • uporablja sms sporočila in druge aplikacije (npr. WhatsApp ...) za obveščanje o ugodnostih (npr. pri uvajanju novosti, za prodajo kuponov ali darilnih bonov ...); • izvaja e-mail marketing; • koordinira marketinške metode in orodja za pritegnitev strank izven salona; • prilagaja marketing posameznim sezonskim obdobjem, potrebam strank in okolju, v katerem salon ali velnes posluje; • zaposlenim pojasni pomen primarne storitve (pritegnitev strank) in sekundarnih storitev (prodaja večjega števila enakih storitev z večjo dodano vrednostjo); • sodeluje z različnimi podjetji v svojem okolju izven kozmetične ali velnes stroke in preverja njihove interese; • pripravlja ugodnosti in ponudbo za poslovne partnerje; • organizira marketinške aktivnosti v notranjosti salona (npr. plakatiranje, uporaba brošur, obveščanje strank preko telefona ali računalnika o novostih, promocijah, prezentacij, koriščenju bonusov, prodaji kuponov, akcijah ...); • v komunikaciji izpostavlja blagovno znamko salona ali velnesa za večjo prepoznavnost; • spremlja uspešnost marketinških aktivnosti kozmetičnega salona ali velnesa.
Spremljanje in nadgrajevanje strank	<ul style="list-style-type: none"> • Vodi evidence in bazo strank; • izvajalca storitve informira o predhodnih in potencialnih storitvah/izdelkih za naročeno stranke na podlagi baz; • stranko napoti do izvajalca, ki je specializiran za izvajanje določene storitve; • ugotovi, ali stranka potrebuje diagnosticiranje in jo naroči na to storitev; • skrbi za delovanje aplikacij za nemoteno naročanje strank; • skrbi za izvajanje ukrepov za preprečevanje zamujanja, neodzivanja ali preskakovanja terminov strank; • zaposlenim pred pričetkom izvajanja storitve sugerira, katere od izdelkov naj ponudijo strankam za domačo uporabo;

Delovni procesi	Operativni učni cilji
	<ul style="list-style-type: none"> • nadgrajuje že obstoječe stranke glede na njihove želje in potrebe po storitvah ali izdelkih.
Učinkovito komuniciranje in upoštevanje poslovnega bontona	<ul style="list-style-type: none"> • S stranko ustno komunicira preko telefona in osebno in pri tem upošteva pravila komuniciranja pri naročanju, informiranju, sprejemu in odhodu; • ustvari dober prvi vtis v prvem stiku s stranko; • izbere učinkovite oblike komunikacije s sodelavci in nadrejenimi (jasna sporočila, postavljanje odprtih vprašanj, aktivno poslušanje ...); • uporablja pozitivno besedno komunikacijo z uporabo vljudnostnih izrazov; • zavrne željo in reče »ne«, ne da stranko užali, kadar je to potrebno; • uporablja pozitivno nebesedno komunikacijo (uporaba nasmeha, očesnega stika, mimike, dotika ...); • pripravi promocijski material; • s stranko komunicira preko e-pošte in drugih aplikacij; • aktivno sodeluje v timu, kjer je več zaposlenih; • v razgovoru s stranko uporablja nevtralne teme, ki ne posegajo v integriteto posameznika (npr. prosti čas, počutje, dopust ...); • konstruktivno rešuje konfliktno situacije; • reklamacijo in pritožbe obravnava kot priložnost za izboljšanje izvajanja storitev; • pri reklamacijah in pritožbah ugotavlja vzroke nastale situacije; • pritožbe in reklamacije rešuje v skladu s pooblastili oz. obvesti nadrejenega; • v odnosu do stranke, sodelavcev in nadrejenih upošteva prednostno pravilo (pri pozdravljanju, naslavljanju, predstavljanju ... vikanje, rokovanje, točnost ...); • skrbi za lastno higieno in urejenost obraza in telesa z dnevno ličenjem, manikuro, delovno obleko, delovno obutvijo ... • uredi delovno okolje tako, da se stranka in zaposleni dobro počutita; • upošteva vrednote podjetja; • deluje v skladu s poklicno etiko in kodeksom podjetja; • skrbi za varstvo osebnih podatkov.
Svetovanje strankam	<ul style="list-style-type: none"> • Na podlagi besedne in nebesedne komunikacije prepozna tip stranke, kar upošteva pri komunikaciji z njo; • prepozna težavno oz. zahtevno stranko in uporabi spoštljiv način komuniciranja in ohrani svoja čustva pod nadzorom; • prepozna osebnostne značilnosti in upošteva strankina pričakovanja; • izbere način svetovalnega procesa in uporabi orodja, ki stranko motivirajo ter jo vzpodbujajo pri doseganju ciljev; • pri svetovanju upošteva potrebe in želje stranke; • s strokovnostjo pridobi zaupanje stranke;

Delovni procesi	Operativni učni cilji
	<ul style="list-style-type: none">• se vživi v stranko in deluje empatično;• sproti evalvira svoje delo in na podlagi ugotovitev, ki prinašajo negativne rezultate, spremeni svoje ravnanje v odnosu do strank, sodelavcev in nadrejenih.