VOGUE CAMP ŠKOLENIE
METODOLOGICKÝ MATERIÁL

SPOLOČNÝ KREATÍVNY ODBORNÝ VÝMENNÝ PROGRAM
USKUTOČNENÝ VOGUE CAMPOM
FMP-E/1901/4 1/003

PROJEKT SA USKUTOČŇJE S PODPOROU FONDU EURÓPSKEHO REGIONÁLNEHO ROZVOJA

OBSAH METOLOGICKÉHO MATERIÁLU NIE BEZPODMIENEČNE ODZRKADĽUJE OFICIÁLNY POSTOJ EURÓPSKEJ ÚNIE

ISBN 978-615-6258-01-4

Budujeme partnerstvá

V svislosti s programom INTERREG
môžete nájsť informácie na
www.skhu stránke
Spoznajte činnosť VIA CARPATIAna
www.viacarpatia-spf.eu webstránke

Vydava BORA 94 Nonprofit Kft.
2020

VOGUE CAMP ŠKOLENIE
METODOLOGICKÝ MATERIÁL

OBSAH

ÚVOD	06
PORADENSTVO ŠTÝLU	08
KADERNÍCTVO	40
KOMUNIKÁCIA	74
EXPERT NA VLASY	100
BLOND STUDIO - BALAYAGE	112
VRKOČE PONORENÉ VO FARBÁCH	122

ÚVOD

Úvod mysleli o kráse a o tom, ako by sme dokázali urobiť seba a ostatných krajšími

Podstatu krásy je veľmi ťažké pochopiť. V priebehu času sa mení, ideál krásy môže byť v každej krajine úplne iný. V tom istom čase, v tom istom kultúrnom prostredí môže byť predstava o kráse každého človeka úplne odlišná. Je obzvlášť zaujímavé, ak položíme otázku, od čoho je človek pekný? Každý vek a kultúrne prostredie má jednu odpoveď: súčasný ideál krásy. Z prejavov v súvislosti s touto témou je vidieť, že v kráse je rozhodujúci štýl a osobnosť.

„Krása začína tam,
keď sa rozhodneš,
že budeš sám sebou.“
Podľa Coco chanel

Cieľom programu „VOGUE CAMP“ je formovať myslenie a zvyšovať vedomosti odborníkov, ktorí každý deň pracujú na tom, aby sme sa stali krajšími. Program sa realizuje v rámci „Programu spolupráce Slovensko-Maďarsko Interreg V-A, Fond malých projektov.“ V rámci projektu sa bude realizovať ďalšie vzdelávanie odborníkov pôsobiacich v oblasti kozmetického priemyslu v dvoch veľkých mestách blízko hraníc - Miskolc a Košice, zamerané na vytváranie sietí a prax. V posledných rokoch školského vvzdelávania a prvých rokoch profesionálnej kariéry je obzvlášť dôležité, aby sa odborníci oboznámili s inými predstavami o štýle a tajomstvách svojho povolania.

Program má komplexnejší prístup ako bežné školské vzdelávanie. Sústreďuje sa na to, čo je potrebné k tomu, aby bol salon krásy úspešný?

Trojdielna tréningová séria sa točí okolo týchto problémov. K tomu, aby bol salón krásy úspešný, nestačí, aby sa kaderníčka alebo kozmetička naučila a praktizovala svoju profesiu. Skutočne dobrý odborník vie posúdiť osobnosť svojich hostí, dokáže sformulovať, ako je potrebné tvarovať štýl. Smer, v ktorom by sa malo tvarovať oblečenie, účes a make-up. Vie zariadiť prevádzku, vie naplánovať jej komunikátu.

Rady od štylistu - Kishonthy Csilla *kozmeticka a poradca štýlu*
Tréning je o tom, ako sa dajú urobiť zmeny rýchlo a pôsobivo.
Účastníci sa naučia, ako môže kozmetický salón poskytovať rady, pomoc v tom, aby zákazník sformuloval, kto je on v skutečnosti? Skutočná žena! Skvelý muž! Počas školenia predstaví Csilla Kishonthy na príkladoch, prax štýlového poradenstva, ako sa dájú vyťažiť existujúce funkčné vlastnosti a ušiť niekomu na mieru nový dizajn. Program ukazuje, že výnimočné odevy prezentované na móle sú k dispozícii a sú dostupné pre každého, že ako veľa znamená účes hodiací sa typu tváre a osobnosti, že make-up ako vyzdvihne, alebo utlmí charakter. Je to vždy jedinečný, na osobu prispôsobený program. Dôležitým prvkom rady v štýle je, že toto bez hosťa nebude fungovať. Aj on musí pre to niečo urobiť. Ak to máte, zmena môže byť veľmi rýchla a efektívna!

Ukáž mi svoje náradie, poviem Ti, kto si! - Pataki Zsuzsi *majster kaderník*
Dobrá práca si vyžaduje vynikajúce nástroje. To platí vo všetkých profesiách. Stavba úspešného kozmetického salónu začína so zariadením. So stoličkami pre obsluhovaných a nábytkom. To by malo poskytnúť zároveň profesionálne prostredie pre kaderníka alebo kozmetičku a priateľskú atmosféru pre hostí. Zsuzsi Pataky na základe svojich skúseností predstavuje proces vytvárania kozmetického salónu. Kadernícká majsterka uvedie rad radom tie nástroje, ktoré každý profesionál používa.Vysvetlí kritériá pre výber a tajomstvá ich používania. Počas tréningu po prednáške si účastníci môžu vyskúšať nástroje aj v praxi. Každý môže zažiť, že sa ľahšie, efektívnejšie a krajšiece dá pracovať s dobre vybranými nástrojmi.

K úspechu salónov krásy je potrebná komunikácia - Czikora Ágnes
komunikačný odborník
Jedným z najdôležitejších stavebných prvkov budovania a riadenia úspešného podnikania je komunikácia. V prípade kozmetického salónu toto má niekoľko rovín. Skoncipovať to, v čom sme iní a čo nás odlišuje od našich konkurentov. Zostaviť odkaz, ktorý chceme sprostredkovať našim potencionálnym hosťom. Dnes sa to deje hlavne na internete, na sociálnych sietiach, takže sa musíte naučiť, ako ich používať a optimalizovať. V salóne krásy je rovnako dôležitá osobná komunikácia. Jeden konzultant štýlu, kaderníčka, alebo kozmetička počas práce musí spoznať zákazníka. Musíte byť schopní presvedčiť ho o tom, aké zmeny potrebuje, a na tejto ceste k zmene ho podporovať, aby túto zmenu vedel vykonať.

PORADENSTVO ŠTÝLU

ŠTÝL JE SÁM ČLOVEK

Úvod

Cieľom školenia je:

1. Rozvíjať odborné znalosti účastníkov, aby boli otvorení širšej interpretácii priemyslu krásy.
2. Poznali nový prostriedok Poradenstvo štýlu, ktorý môžu vo svojej práci používať aj ako samostatný prvok, alebo
3. Ako pomocný prostriedok pre lepšie poskytovanie služieb a poskytovanie služieb na vyššej úrovni pre zákazníkov a toto zaviedli do každodennej práce
4. Ako aj rozvoj vlastného sebapoznávania

Pojem a význam slova štýl

Štýl: Predovšetkým je to literárny, umelecký, hudobný pojem, ako výsledok triedenia vzniknutý vyjadrovací spôsob, súhrn vyjadrovacích postupov. V každodennom živote je to jednota postoja, chovania, špecifické vlastnosti vzhľadu, jednota charakteristík.

Image: Obrázok. Firemná identita, povesť niekoho, priaznivý obraz o ňom. Systém zariadení, všetky také vizuálne, verbálne a iné citelné prejavy, cez ktoré je možné tento druh obrazu vnímať.

Brand: Značka. Daný produkt alebo skupina produktov má jedinečné vlastné meno, pri jeho počutí sa objaví už aj vytvorený image obraz. Napr. Coca-cola, Chanel.

Styling: Doplnok k jednému alebo viacerým umeleckým sektorom, v ktorých je umelecký sektor prostriedkom propagácie produktu alebo skupiny výrobkov. Styling môže zdôrazniť daný koncept, doplniť ho alebo vymeniť určité časti. Z toho alebo v súvislosti s tým sa vynorila práca štylistov.

Styling v kozmetickom priemysle

Osobný styling dokonale zapadá do kozmetického priemyslu, veď ako naznačuje aj jeho názov, je zameraný na skrášlenie a zlepšenie danej osoby, ktorá službu využíva. Kozmetička, stylistka na mihalnice, tetovací umelec na líčenie, maskérka, kaderníčka, manikérka a staviteľka nechtov, všetky profesie dodávajú stylingové práce v najširšom slova zmysle. K tomu, aby profesionál v oblasti krásy mohol poskytovať tie najlepšie rady, poskytovať tie najlepšie služby, musíte poznať základy štýlového poradenstva. Štýlové poradenstvo ako prostriedok dokonale zapadá do ktorejkoľvek profesie kosmetického priemyslu. Môžeme použiť len jeden čiastočný priestor vzhľadom na vlastnú profesiu, alebo v celosti ako osobný styling.

Ktoré prvky sú súčasťou štýlového poradenstva?

Teória farieb, znalosť farieb.
Rozpoznávanie typov farieb.

Analýza tela.
Znalosť tvaru tela.

Znalosť štýlov obliekania.

Analýza tvaru tváre - odporúčanie makeupu a účesu na základe tvaru tváre.

Teória farieb, znalosť farieb

Cieľ: Prehĺbiť vedomosti účastníkov o základných farbách a zvýšiť povedomie o ich dôležitosti.
V roku 1676 fyzik Isac Newton experimentálne ukázal, že biele slnečné žiarenie môže byť rozložené do spektra trojhranným hranolom. Toto spektrum má všetky základné farby. Ak sa tieto farby znova zmiešajú, získa sa biela farba.

Čo určuje, akú farbu vidíme?

Z fyzického hľadiska **závisí farba objektu od:**

- intenzita osvetlenia
- spektrálne zloženie osvetľovacieho svetla a
- zo spektrálnej odraznosti povrchu objektu

Jednoducho povedané: ako silné a aké farebné svetlo, aký povrch predmetu osvětluje a ako predmet absorbuje alebo odráža späť. Tú farbu vidíme, ktorú predmet nepohltí, ale odrazí späť.

Ako vidíme farbu?

Svetelné vlny sú samy o sebe bezfarebné. Farba sa vytvára iba v našich očiach a mozgu. Farebné vnímanie očí a mozgu nás núti vidieť farbu. Farebný stimul - svetlo vstupujúce do oka z povrchu: najskôr stimuluje bunky vnímajúce svetlo a farbu v sietnici oka.
Po predbežnom spracovaní sa vo vizuálnom centre mozgu vytvorí vnímanie elementárnych farieb: biela, čierna, červená, zelená, modrá a žltá. Množstvo a vzájemný pomer týchto 6 vnímaní vytvárajú pocit farby.

Čo je farba? Farby sú tvorené svetelnými vlnami. (svetelná vlna = elektromagnetická energia). Oko zachytáva svetelné vlny medzi 400 a 700 milimikrónmi.

12 – dielne farebné koliesko

Základné farby:

• Prvoradé (základné) farby: žltá modrá červená
• Druhoradé farby: zmesi základných farieb, oranžové, fialové, zelené
• Farby tretieho radu (zmes prvoradých farieb a druhoradých farieb
Vytvorilo sa 12 - dielne farebné koliesko, v ktorom má každá farba svoje nezameniteľné miesto. Zoradené sú v poradí farieb dúhy. Toto farebné koliesko je rozšíriteľné. Môžu sa vytvoriť milióny odtieňov

Komplementárne farby:

• červeno-zelená,
• modro-oranžová
• žlto-fialová

Vo farebnom koliesku sú komplementárne farby oproti sebe. Niektoré farebné kombinácie nás príjemne ovplyvňujú, iné nepríjemné alebo pôsobia na nás ľahostajné. Príjemne nás ovplyvňujú farby, medzi ktorými existuje zákonitosť alebo je tam určitý poriadok. Dve alebo viac farieb sú harmonické vtedy, ak ich zmes vytvára neutrálnu šedú farbu.

Základné pojmy v teórii farieb:

Farby je možné zoskupovať rôzne. Najčastejšie používame 3 základné pojmy. Existujú tri hlavné charakteristiky vnímania farieb: odtieň, sýtosť a jas.

- Sfarbenie

Hlavný znak farby, ktorá môže byť: červená, oranžová, žltá, zelená, modrá, fialová a purpurová. Tieto farby (okrem purpurovej) tvoria farby dúhy, to znamená, že pochádzajú z rozloženia slnečného svetla. Odtieň znamená iba čistú (nasýtenú) farbu a vytvára farebný kruh v nepretržitom prechode.

- Sýtosť

V tejto dimenzii sa odtieň môže meniť medzi čistou (nasýtenou) farbou a matne neutrálnymi farbami (čierna, biela, šedá). Obrázok nižšie ukazuje prechod medzi šedou a čisto oranžovou.

- Jasnosť

Dva koncové body stupnice jasu sú biela a čierna. Každý odtieň má tiež svetlé a tmavé odtiene.

Slovo **odtieň** označuje verziu odlišného sfarbenia s rôznou sýtosťou a jasom. Obrázok nižšie zobrazuje niektoré odtiene červenej:

Chladný-Teplý je charakter farby:

– teplá: dominuje červená a žltá
– chladná: dominuje modrá

Prečo sú dôležité farby a znalosť farieb v kozmetických profesiách?

Patrí do práca profesionála v priemysle krásy, aby poskytol poradenstvo zákazníkom, ktorí sa na neho obrátia. Čoraz viac zákazníkov zveruje svoj make-up a účesy odborníkom. Vypýta si jeho názor, dôveruje jeho znalostiam a úplne sa spolieha na neho, aby vymyslel, vytvoril pre neho najdokonalejšiu farbu vlasov, účes a make-up. Táto vysoko kreatívna úloha si vyžaduje aj veľkú zodpovednosť a vyžaduje si opatrnosť a veľa základných znalostí. Musia byť oboznámení s miešaním farieb, doplnkovými farbami a všetkými vyššie opísanými farebnými vlastnosťami, k tomu, aby mohli poskytovať spoľahlivé rady a s veľkou spoľahlivosťou vedeli splniť danú objednávku.

Rozpoznanie typov farieb

Cieľ: Cvičiť rozpoznávanie farebných typov tak, aby účastníci bezpečne rozpoznali typy farieb počas ich práce. Spoznávanie a precvičovanie sezónnej teórie.

Zoznámme sa s teóriou sezóny

Prečo je to tak, že niektoré farby, niektorím ľuďom dobre sedia, zatiaľ čo iné výslovne znižujú celkový vzhľad? Existujú odtiene farby, ktoré sa úplne prelínajú s farbou ľudskej pokožky, sú necharakteristické, stávajú sa takmer neviditeľnými, zatiaľ čo iné odtiene spôsobujú, že tvár je plná života, sviežejšia, omladí vzhľad, účes. Vysvetlenie tohto je zakorenené v sezónnej teórii.

Aby sme vytvorili presnú osobnú paletu farieb, musíme vykonať analýzu typu farieb. Počas analýzy typu sa skúma farba pokožky, očí, vlasov a dlaní.

Daná farba je **DOBRÁ** pre človeka, ak sa jeho pokožka javý jasne, jeho pery získajú prirodzený načervenalý žiarivý tón, kruhy a krvné cievy okolo jeho očí sú bledšie. Daná farba **NIE JE** pre človeka dobrá, ak jeho tvár vyzerá bledo a unavene, jeho pery získajú namodralý tón, kruhy okolo jeho očí sú viditeľnejšie.

Pri správnom výbere farby, sa celý vzhľad stane harmonickým, vytvorí okrúhlu jednotku, je dobré sa na osobu pozrieť.

Čo sa stane, pri nesprávnej voľbe farby?

Neexistuje žiadna harmónia, naše oči cítia, že niečo nie je v poriadku. Zlá farba vlasov a zlý make-up vytvárajú disharmóniu.

Podľa sezónnej teórie rozlišujeme 4 typy farieb.

Štyri farebné typy zaraďujeme aj do podkategórií CHLADNÉ a TEPLÉ. Studené farby sú letné a zimné typy farieb, teplé farby jarné a jesenné typy farieb. Odtiene jari sa živia žltou, svetlou a jasné. Jeseň sa vyznačuje načervenalým tónom, plnším a ťažším ako jarné farby. Odtiene leta sú založené na modrej, matnej, rozmazanej. Zima sa tiež vyznačuje základným modrým odtieňom, sú však silné a čisté.

Kék Púder
STÍLUSISKOLA & KOZMETIKA
Tavasz
típus színei
PASZTELL RÓZSASZÍNEK, EPPHOGY LILÁK
• Babarózsa
• Barackvirág
• Cseresznyevirág
• Almavirág
• Gyöngy
VILÁGOS PIROSAK
• Pipacs
• Muskátli
• Tulipán
• Korall
• Barack
• Eper
TAVASZ VAGY HA,
• szemed: világoskék, égkék, világoszöld, fűzöld, aranybarna
• szájad: pirosas, korall, barack
• hajad: aranyló tónusú szőke, a világostól a sötétig
• bőröd: világos, áttetsző, barack színű, sárgás, finom rózsás pírral, jól barnul
VILÁGOSBARNÁK ÉS SÁRGÁSBARNÁK
• Naspolya
• Capuccino
• Égerfa
• Mogyoró
• Mandula
ÉBREDŐ TERMÉSZET ZÖLDJEI
• Levél • Fű
• Rügy • Borsó
• Gyík • Saláta
MINDEN AMI A TAVASZ KÉKJE
• Babakék
• Égszínkék
• Harangvirágkék
• Azúrkék
• Páderkék
• Tavaszkék

Kék Púder
STÍLUSISKOLA & KOZMETIKA
Nyár
típus színei
TÖBB BENNE A KÉKES LILÁS TÓNUS
• Málna
• Fest arca
• Cikla
• Lilahagyma
• Pünkösdi rózsa
• Lenszőke
SZÜRKE ÁRNYALATAI
• Világos
• Fémes
• Alumínium
• Delfin
• Égér
• Por • Köd
EZ A NYÁR SZÍNE! FÁRADT RÓZSASZÍNEK, PASZTELL LILÁK
• Orgona
• Pünkösdlila
• Írisz
• Organza
• Orchidea
NYÁR VAGY HA,
• szemed: szürke, szürkéskék, ibolya, sötétkék, türkiz, sötétbarna
• szájad: halvány rózsaszín
• hajad: ezüst szőke, natúr szőke, hamvas barna és szőke
• bőröd: rózsás, halvány porcelán, jól barnul
TISZTA FEHÉR
PISZKOS JELENTÉKTELEN SÁRGÁK
• Banán • Citrom
• Repce • Birsalma
• Kén
TÖRTEK, SZÜRKÉSEK, TÜRKIZ ZÖLDEK
• Pasa • Türkiz
• Réz • Menta
• Khaki • Jég
PASZTELL TÖRTKÉK ÉS SZÜRKÉS KÉK, FÁRADT LILÁSKÉK
• Tárnavirágkék
• Bazsarózsaszín
• Levendulakék
• Tengerkék
• Palakék

Kék Púder
STÍLUSISKOLA & KOZMETIKA
Ősz
típus színei
ARANYLÓ ZÖLDEK ÉS HARAGOS ZÖLDEK. EZ IGAZÁN AZ ŐSZ SZÍNE!
• Fenyő • Lomb • Bogát
• Erdő • Olaj
NARANCSOSAK, ARANYLÓAK
• Sárgabarack • Répa
• Mandarin • Homoktövis
• Indiai • Sárrány
ŐSZ VAGY, HA
• szemed: olívazöld, aranyló zöld, borostyán, mélyzöld, kakaóbarna
• szájad: élénk pirosas
• hajad: gesztenye, tűzpiros-barna, szőkés-vörös, narancsos-vörös, rőkavörös
• bőröd: pezsgőszín, bézs, barack, könnyen lég, szeplős
A TERMÉSZET SZÍNEI
• Gesztenye • Róka • Mazsola • Bauxit • Dohány • Cserép
ÉLÉNK TÜRKIZKÉKEK ÉS ERŐTELJES KIRÁLYKÉK
• Szilvakék • Papagájkék • Szédítőkék
• Császárkék • Türkiz/kék
• Lagúnakék

Kék Púder
STÍLUSISKOLA & KOZMETIKA
Tél
típus színei
LENDÜLETES ERŐTELJES
• Kókuszcsin
• Kadmium
• Kanári
• Napraforgó
TISZTA FEHÉR
• Hó • Tulipán • Liliom
• Narancsvirág • Hódrág
ERŐTELJES SZÍNEK, VAGY MEDITERRÁN ZÖLDEK
• Angol
• Borostyán
• Méregzöld
• Katona
• Dinnye
• Zsálya
ERŐTELJES ÉLÉNK TELITETT PIROSAK
• Rózsavörös
• Chilipaprika
• Bíborkátvörös
• Lávapiros
TÉL VAGY HA,
• szemed: sötétbarna, fekete, jegeskék, türkiszkék
• szájad: rózsás, lilás élénk
• hajad: fekete, sötétbarna
• bőröd: hófehérke, porcelán, elefántcsontszín
MÉLY LILÁK ÉS ÉLÉNK FIMEK
• Fukszia • Árvácska • Bíbor
• Cikláme • Erikaviola • Rabin
SZÜRKE ÁRNYALATA
• Világos • Fémes
• Alumínium
• Delfin • Égér
• Por • Köd
ÉLÉNK TELÍTETT KÉK, TISZTA NEM KEVERT KÉK
• Kobaltkék
• Éjkék
• Tengerészkék
• Görögkék
• Gőzkék

Ako rozpoznáme jenotlivé typy? Aké sú ich vonkajšie charakteristické vlastnosti, ktoré skúmame?

Vlastnosti typu Jar

Vzhľad: U ženy, ktorá je klasifikovaná do typu jar, sa vyznačuje mäkkosťou, nežnosťou, ženskosťou, jemnosťou. Ich pokožka vyvoláva tento dojem. Jemná, svetlá, číra. Farba tváre je často zmiešaná s jemným, červenkastým odtieňom a nikdy sa nejaví namodralá. Je väčšinou blízko teplej broskyňovej farby. Tancujú pomerne rýchlo hnednú. Pehy majú zlatohnedé.

Oči: Od modrej po tyrkysovú, sivozelenú až svetlú zlatohnedú, všetko je možné. Obočie a mihalnice: vždy svetlé, rovnaké alebo 1-2 odtieňov tmavšie ako farba vlasov.

Ústa: Mierne červenkastá, broskyňová alebo koralová farba.

Vlasy: jemné zlatisté odtiene blondínky, zvyčajne priesvitné zlatisté odtiene farby, nikdy nie bezvýrazná blondí. Môže to byť celkom svetlá ľanová blond, žltkastá slnečná blond alebo tmavá medová blond. Nie je neobvyklé, že aj svetlý zlatohnedý odtieň je znakom jarných druhov. Vo vlasových pigmentoch vždy prevláda žltkastočervená vo väčšej miere, nie sivohnedé pigmenty. Ak chcete byť červení, zostaňte ľahko vzdušní, ale nikdy nenoste čiernu farbu.

Make-up: (líčenie) Nech nie je príliš nútení, kontrastní. Nech zostane v priesvitnom, vzdušnom ľahkom, zlatistom, žltkastom a prírodnom farebnom svete. Môžete nosiť teplé nekrikľavé farby, ako je ružovo červená, tyrkysová, bledomodrá, svetlo fialová, broskyňa, šampanské, odtiene bieleho zhluku, světlozelená. Oči môžete zvýrazniť hnedou, svetlo modrou a zelenou očnou ceruzkou.

Riasenka: jej použitie zdôrazňuje obrys očí, takže je to určite nevyhnutný nástroj pre líčenie.

Rúž: Určité odtiene broskýň a ružovej. Ústna ceria by nemala byť silnejšia ako rúž. Prírodné farby úst.

Charakteristiky jesenného typu

Vzhľad: Zvyčajne nápadné javy, jeden z najcharakteristickejších typov, ľahko rozpoznateľné. Jeseň je dobre vyzerajúcim chameleónom medzi štyrmi typmi. V závislosti od toho, aký štýl si vyberiete, dokážete sa lepšie premeniť ako iný.

Pokožka: Ľahká šumivá pokožka má teplú základnú farbu, pehavá, na slnku sa spáli, nehnedne, ani jej nepřistane hnědost. Pehy sú od žltkastej do červenkastozlatohnedej. Ich pokožka je často plná materských znamienkov.

Oči: od olivovo zelenej po zlatohnedú, od brečtanu po svetlozelenú. Typická je fľakatá dúhovka. Obočie a mihalnice sa prispôsobujú červenkastej farbe vlasov.

Ústa: teplá načervenalá, živé.

Vlasy: dôležitý poznávací znak, väčšinou silné charakteristické. Ich farba je zlatočervená, gaštanová alebo hrdzavohnedá vďaka vysokému podielu červených a žltých pigmentov.

Make-up: Vyhnite sa veľmi svetlím neviditeľným farbám, pretože sa vaša pokožka bude javiť bledšia. Používajte terakotové, teplé odtiene, bordó, hrdzavohnedú, meď a starozlatú farby. Červeň na líci by mala byť žiarivejšia ako oči, ale nezabudnite na svoju riasenku, pretože dokonale zvýrazňuje svetelné riasy a je nevyhnutná pre váš make-up. Cez oči nech odzdraví terakotová farba tváre.

Rúž: terakota, broskyňa, od hnedej po červenkastú koralovo červenú, ružovo červenú. Lesklé, trblietavé odtiene.

Charakteristiky letného typu

Vzhľad: Vaša pokožka je namodralá v základnej farbe. Môže byť svetloružová, často červenými žilami. Vždy ružovkastá, nikdy žltkastá. Opálí sa dobre, farba pleti je hnedá, sivastohnedá. Pehy sú šedavo hnedé.

Oči: sivé alebo svetlomodré, olejovosivé alebo lieskovéhohnedé Vďaka svojej mliečnej povahe má bielkovina oka silný kontrast s dúhovkou. Jej obočie a mihalnice sú popolavo bledohnedé, ktoré zodpovedajú farbe vlasov.

Ústa: bledé, studená ružová, malinová farba. Často nemá kontúry.

Vlasy: v detstve blondínka, dokonca platinová blond. Neskôr až do tmavej hnedej, tmavo sfarbenú blond, ale pristane jej aj svetlá popolavá blond. Prevládajú šedivohnedé pigmenty. Pri farbení vlasov používajte iba studené farby. Môže mať strieborné odtiene, ale nech nikdy nebude príliš tmavá.

Make-up: Môžete použiť iba studené farby. Vyvarujte sa silným krikľavým farbám. Vhodné farby sú šedivo „špinavé“ pastelové odtiene farieb. Svetlomodrá, tmavomodrá, fialovomodrá, tyrkysovozelené, striebornobiela, odtiene šedej od striebra po antracit a všetky odtiene svetlo fialovej a šedavohnedej. Riasenka je šedá a čierna. Skôr by mali byť zvýraznené oči, pre nich bol vynájdený dymový očný make-up.

Rúž: unavené ružové maliny, fialové ostružiny. Vždy majte v nej viac odtieňa fialovej. Nude farba rúžu tiež dobre zapada do charakteru.

Vlastnosti zimného typu

Vzhľad: Stelesňujú kontrast. Pozoruhodné javy ich pokožka je alebo snehobiela svetlá (neopálená na slnku) alebo kreolská Stredozemná farba (dobre opáliteľné). Často majú silné husté ochlpenie.

Oči: ľadovomodré, tyrkysové, tmavo hnedé, hnedasto-čierne., orieškovohnedá. Očný proteín blikavo biela farba. Obočí a mihalnice sú rovnaké ako farba vlasov.

Ústa: Mierne namodralé, ale môže byť fialová.

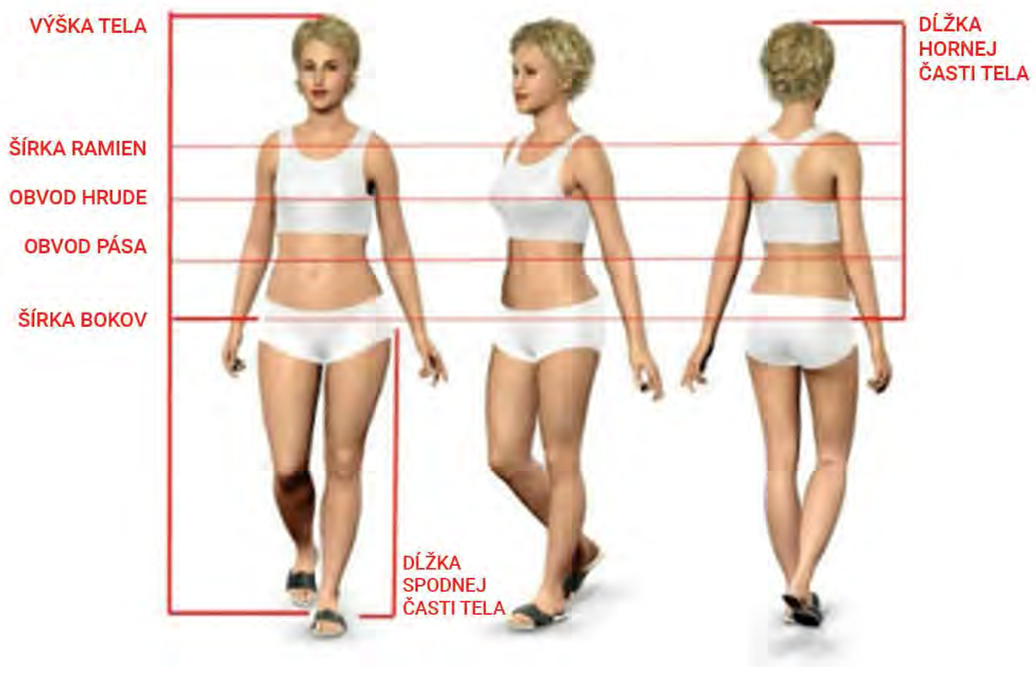
Vlasy: modrastá čierna, tmavá čierna, hnedastá čierna, hnedá. Je vždy tmavá. Niekedy v nej môže byť studený načervenalý nádych. Pristane jej šedá farba vlasov.

Make-up: Dramaticky silný makeup znášajú najlepšie. Môže si dovoliť žiarivejšie nápadnejšie farby, ako tiež chladné leto. Používajte studené, čisté, jasné, sýte farby, ale nie pestré, zostaňte v rovnakej tóne. Fialový, šedivý, modrý, biely odtieň s čiernou riasou. Na snehobielej pokožke ukáže dobre iba slabá červeň na líci, ale ústa môžu byť veľmi zvýraznené.

Rúž: najlepšie pôsobia silné farby. Díva červená, cyklámen, bordó, černice. Zvýrazňuje ústa, oči sú živé od tmavej farby.

O používaní farieb

Žiadny trend nemôže posudzovať tú skutočnosť, ktorá farba je pre nás výhodnejšia a ktorá nie. Dobrá voľba farby harmonizuje s vlastnou farbou pokožky, zdôrazňuje a tvaruje: jedným slovom skrášľuje. Nepriaznivé farby dávajú karikatúram podobné škvrny farieb, farby „zoskočia" z tváre, budú krikľavé, aj keď sú perfektne nanesené. Vždy sa snažte o harmonický celkový efekt a zvážme aj požiadavky zákazníka. Farebná paleta, ktorá vám môže pomôcť pri výbere oblečenia, usmerní Vás aj pri výbere make-upových farieb. Všeobecne môžeme povedať, že chladné typy farieb: Zima a leto ukážu najlepšie v chladných, strieborných a ružových farbách s hĺbkami, ktoré zodpovedajú pôvodnej farbe vlasov a farbe očí. Ľuďom s teplou farebnou kombináciou jari a jesene by však mali nosiť zlatistolesklé, broskyňovým tónom ladené farby.



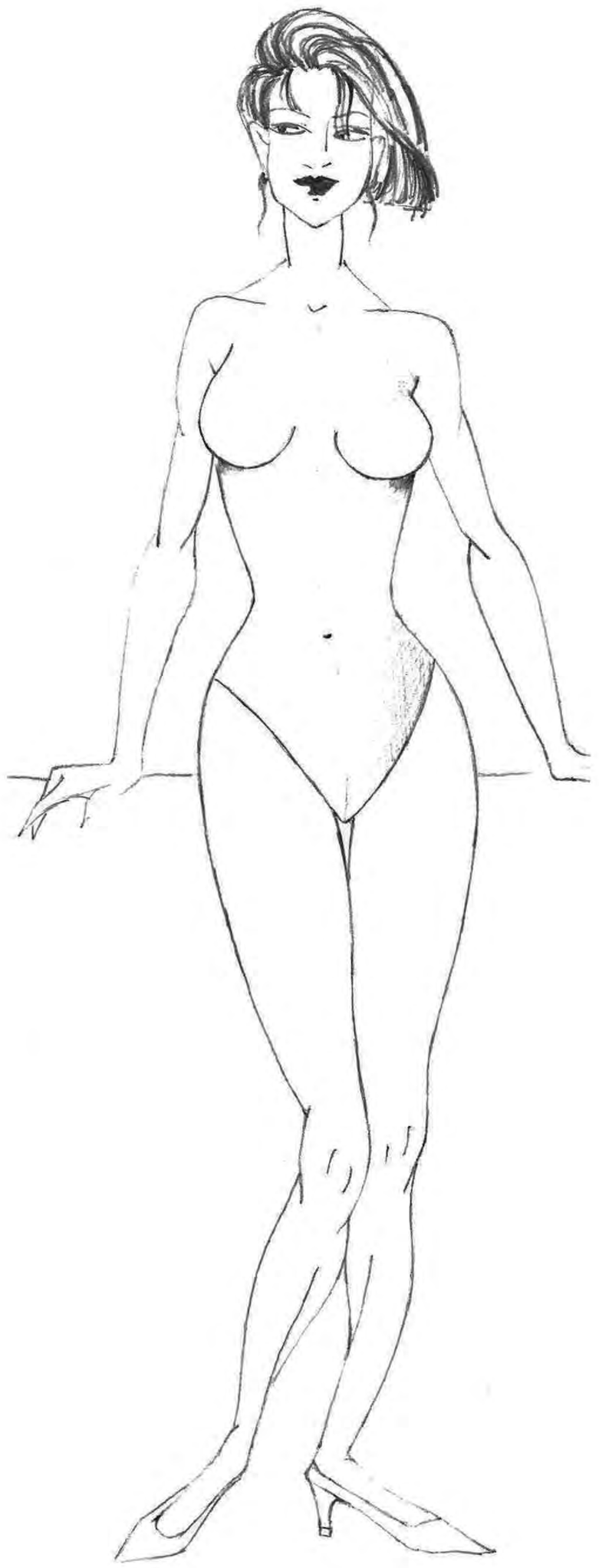
Typy tvarov tela, analýza tvaru tela

Cieľ: Rozpoznať tvar tela. Poznanie procesu analýzy, správne nastavenie proporcií tela. Najčastejšie používanými typmi tela v poradenstve sú presýpacie hodiny alebo X, jablko alebo O, tehla alebo H, stĺpec alebo I, hruška alebo A a obrátený trojuholník alebo V. V procese analýzy tela sa skúmajú, sú šírka ramien, veľkosť hrude, veľkosť pasu, veľkosť bedier. Pozrime sa na ich vzájomne porovnanie pomerov. Ale to nie je všetko. Potrebujeme tiež vedieť, že postava je nezávislá od telesnej hmotnosti. Nezáleží na tom, či má niekto hmotnosťou 80 až 90 kg alebo iba 50 kg, vlastnosti svojej postavy sú na ňom objaviteľné, veď, postava je vrodená vlastnosť. Zákazník môže mať hruškovitý typ tela postavou „pri sebe" alebo štíhlou telesnou hmotnosťou, bude sa vyznačovať širším bokom, ktorý na ňom bude dominovať. Musíme sa tiež pozrieť na výšku tela nášho zákazníka, ktorá ovplyvní dĺžku šiat, nohavíc, ako aj to, či ich štruktúra tela je kostnatejšia, hranatejšia alebo zaoblená, má okrúhlejší tvar.

Pozrime sa na hlavné postavy a ich vlastnosti

Typ presýpacích hodín alebo X

Vyznačuje sa pozvoľna padajúcimi, guľatými plecami a tenkým, krátkym pásom, zaoblenými tvarmi, hrubšími stehnami, charakterizuje ju okrúhli zadok. (zadoček) Jej boky sú okrúhle, zadok a prsia klenuté a zvýraznené. Veľkosť ramien a bedier je zvyčajne rovnaká. Jej tvar je ženský, ale nie je snom módnych návrhárov. Netvarované šaty, prsia skrývajúce topy a voľné kabáty nie sú jej priatelia. Rozhodnite sa pre zvýrazňujúci výstrih a formy zvýrazňujúci odev.



Ktoré oblečenie je pre ňu výhodné?

Čo je určite pristane pre presýpacie hodiny:

- svetre s výstrihom do V
- prekrývajúce sa topy a oblečenie
- sukne tvaru ceruzka
- sukňa expandujúca nadol
- mäkké padajúce materiály
- odevy vhodné pre telo
- jemne zvrásnené topy,

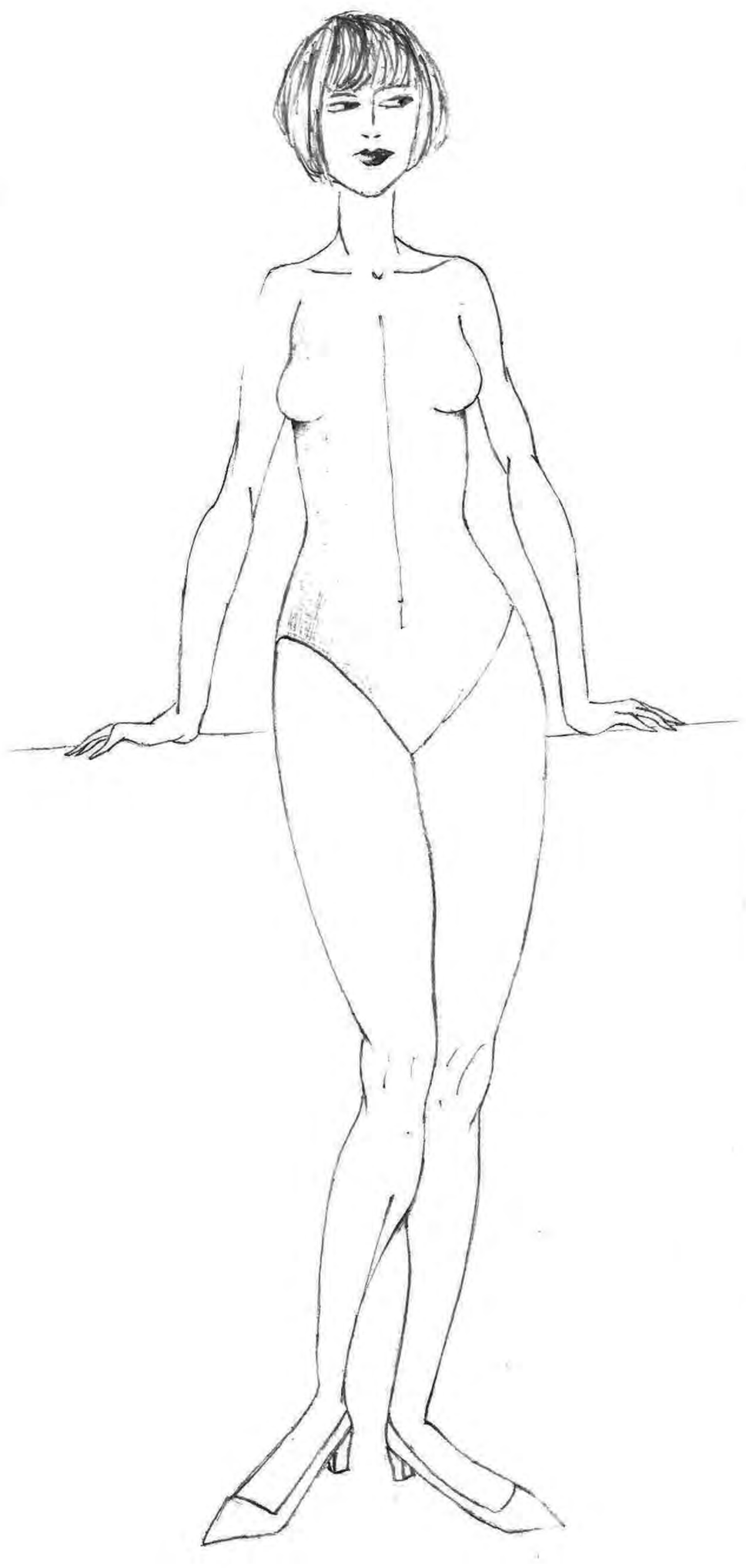
Oblečenie, na ktoré musíte zabudnúť:

- nedbalé, nie ženské šaty
- príliš voľné odevy
- topy siahajúce až po najširšiu časť bokov
- provokatívna, bežná odev
- topy prekrývajúce pás
- rozcuchané, nekontrolované oblečenie
- pevné, zle padajúce materiály

Marilyn Monroe bola typickou postavou presýpacích hodín.

Hruška alebo typ A

Hrušky sú zvýraznené v dolnej časti tela a ich hlavným problémom sú boky, stehná a zadok. Ramená vyzerajú opticky oveľa menšie a prsia sú tiež menšie v porovnaní s veľkosťou bedra. Táto postava sa často javí ako neprimeraná. Horná časť tela je menšia, spodná časť je väčšia. Horná a dolná časť tela by sa preto mala pri obliekaní zosúladiť. Na oplátku je brucho pekne ploché a veľmi tenké s dôrazne pekným pásom.



Ktoré šaty sú pre ňu dobré?

- topy typu bolero
- zvrásnené blúzky
- s aplikáciou náprsné vrecká
- odevy zdôrazňujúce pás
- vrchné časti sukne línie
  A a zvonové sukne s opaskom,
- rovné nohavice tmavé
- farby dole a svetlé farby hore.

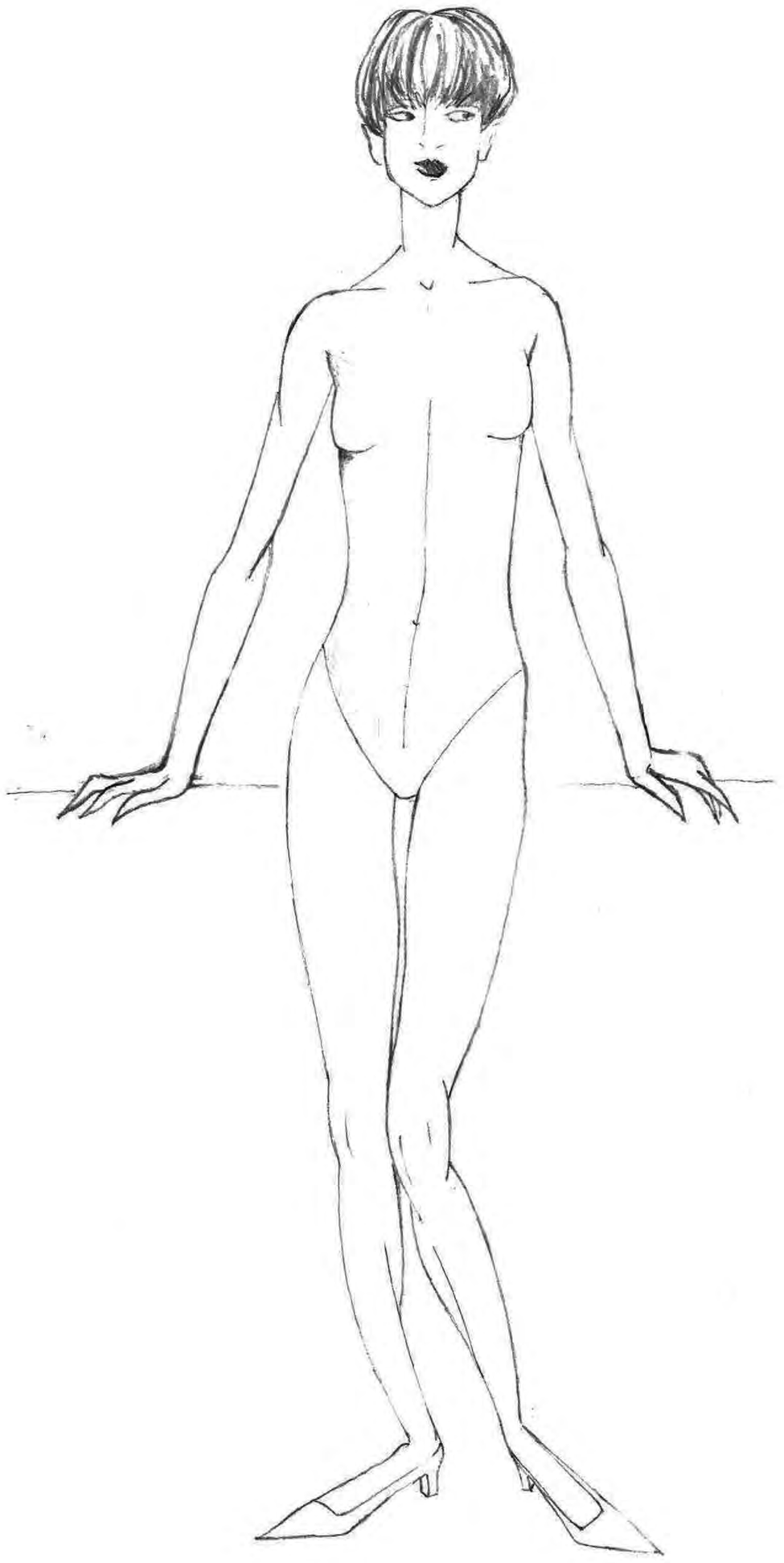
Čo nenosiť?

- mini šaty, minisukňa,
- sukňa v štýle morskej panny
- sukne tvaru ceruzka
- šaty tvaru trubice
- úzke rifle
- jazdecké nohavice
- haremové nohavice
- topánky s členkovým zapínaním
  (ak sú členky hrubé, neforemné)
- črievice

Hruškový typ, slávna Sandra Bullock.

Tehla, alebo H typ

Vyznačuje sa širokým ramenom, ktoré môže byť štvorcové alebo okrúhle. Hrudník je väčšinou priemerný alebo malý, bez pása, alebo nie je tak klenutý, že takmer celé telo je v tvare tehly. Odtiaľto dostala aj svoje meno. Spodná časť tela je tenšia, malé ploché zadočky, úzkymi bokmi a tenkými nohami. Neexistuje žiadny zvýraznený pás, takže hlavnou vecou tohoto typu je „urobiť" si pás, a tak bude vzhľad harmonický. Postava tehly sa vyskytuje v štíhlej aj plnej verzii, ale obe majú hlavnú úlohu v zdôraznenie pásu.



Čo nosiť?

- vesty a topy bez rukávov, zúžené v páse, ale nie pomocou špagetových remienkov
- zúžené blúzky, blejzre
- opasky
- viazané svetre
- kombinézy, topy, blejzre
- bundy v štýle safari so širokými pásmi
- po stred kolien siahajúca rovná sukňa, alebo sukňa línie A
- rovne strihané nohavice s vysokým pásom

Čo nenosiť?

- rovno strihaná bunda
- dvojradové sako
- minisukne
- skladaná sukňa
- nohavice z ťažkej, hrubej tkaniny
- šaty tvaru vreca

Typ jablka alebo O

Jablká sa zvyčajne vyznačujú veľkými prsiami, širokým pásom, veľkým bruchom. Do popredia sa dostáva oblasť brušného pásu, na druhej strane má tvarovo ukazovateľné nohy. Preto by sa dôraz mal posunúť sem a tiž na dekoltáž. Pravidlom je to, aby sme odviedli pozornosť, pohľad od stredu tela.

Čo nosiť?

- nohy ukazujúce, po kolená siahajúca sukňa, tvaru ceruzka alebo A.
- Legíny, pevné rifle s košeľou pokrývajúcou dlhé brucho, tuniku.
- dekoltáž tvaru V
- o Jemne priliehajúce
- líniu tela sledujúce šaty
- bat rukávy dole zužujúce sa top s nohavicami
- otvorené sako, predĺžený sveter
- blečenie so strihom pod prsiami.

Čo nenosiť?

- dvojdielne šaty,
- ťahanéné skladané sukne,
- voľné nohavice
- celotelové tkanivá
- blúzky s vysokým zatváraním
- hrubé svetre
- výrazné, zvlnené topy s vreckami

Obrátený trojuholník alebo typ V.

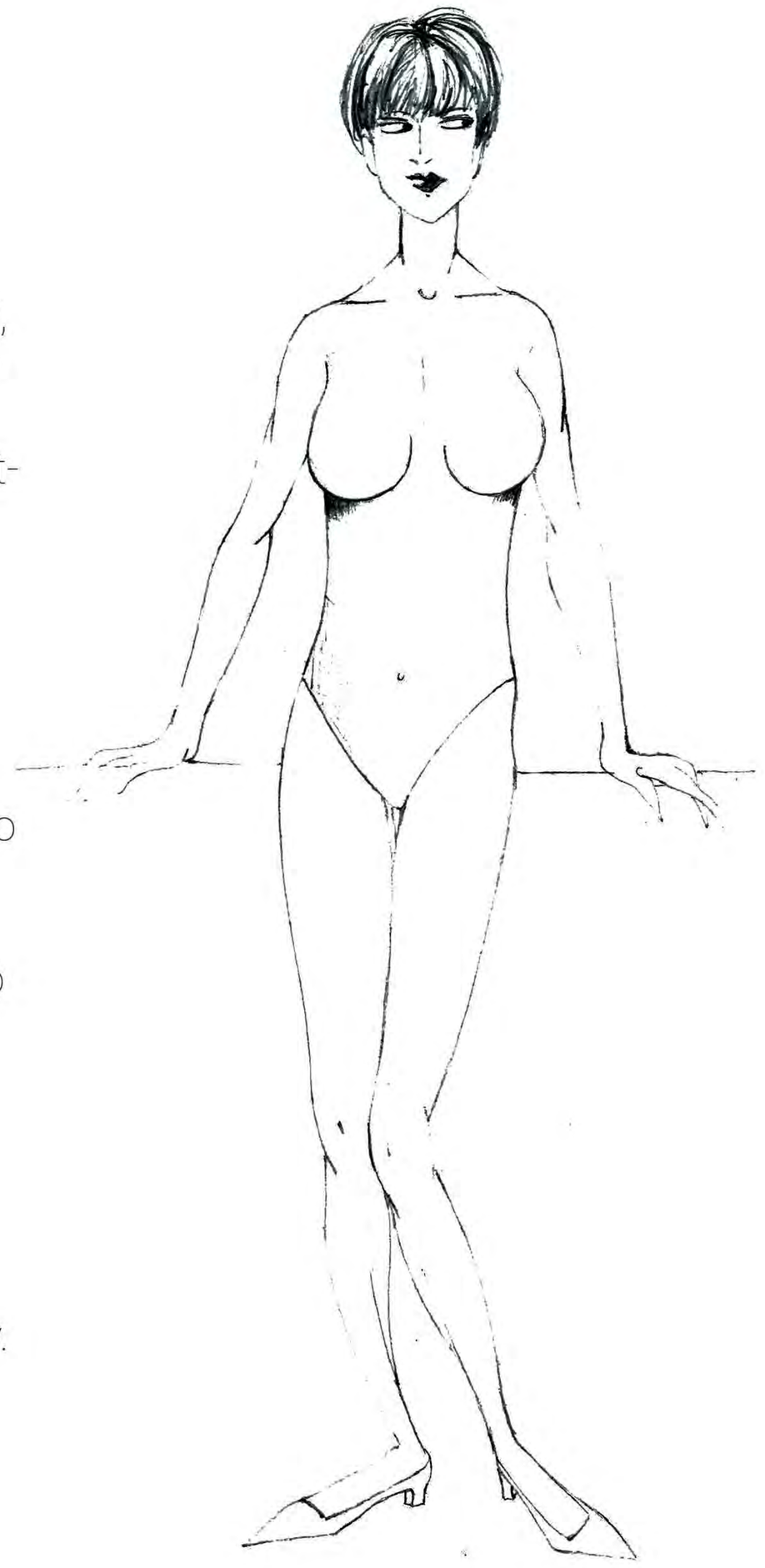
Zvlášť široká alebo veľká okrúhla, ale prehnutá lopatka so širokým chrbtom. Ramená sú zaoblené, prsia sú veľké, bruško je priemerné, ale je tu aj tvar, v ktorom je brucho plnšie. Boky sú často dievčensky úzke, zadoček je malý a plochý. Dolná časť tela je teda v porovnaní s hornou časťou neúmerne menšia. Počas poradenstva je veľmi dôležité upraviť proporcie. Hornú, širšiu časť tela je potrebné predĺžiť, dôraz prenesieme na tenkú spodnú časť tela.

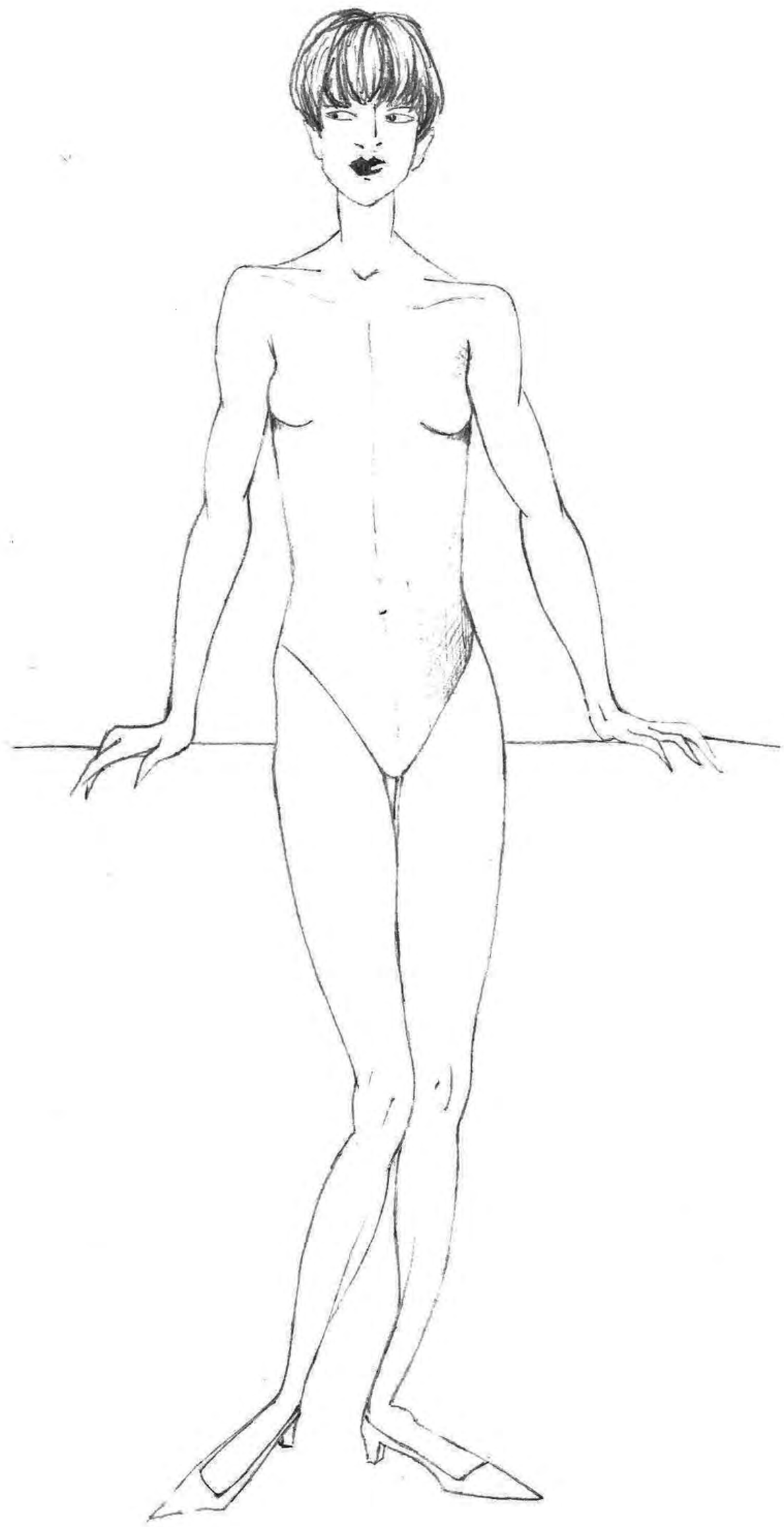
Čo nosiť?

- zvýraznené, svetre s veľkými goliermi, zúžené v páse alebo prekrývajúce sa v tejto časti
- topy s hranatejšími goliermi s asymetrickým strihom
- šaty s hranatejším strihom s výstrihom do V
- široký opasok, k zdôrazneniu pásu nášivka
- vreckové sukne, nohavice tenké
- džínsové a nohavice strihu repa, chino nohavice
- bedrové nohavice
- zvonové sukne sukne, so širokými klopami, v oblasti pásu hodne zúžený

Čo nenosiť?

- široké naberané blúzky s vreckami,
- sako s ramennou výplňou,
- vysoko uzavreté pulóvre, saká, blúzky.
- tesné oblečenie
- blúzky s voľným rukávom
- hrubé svetre





Stĺpec alebo typ I

Vysoký tenký typ. Vyznačuje sa úzkymi ramenami a tenkými končatinami. Plochá hruď a malé prsia. Tenký, málo zvýraznený pás. Úzke boky a plochý zadok. Keďže sú vysoké, je potrebné deliť výšku na úrovni kvízových čiar

Čo nosiť?

- vyhrnuté nohavice, ktoré skracujú nohy
- nohavice s bočnými vreckami a chino nohavice, voľné nohavice
- krátke tričko
- vrstvené obliekanie, kratšie
- džinsy sako na košeli
- košele a topy s rukávom typu trubka
- krížom pruhované odevy, sukne, ploché sandále, topánky,
- naberané vzorované kockované blúzky s vreckami
- nadrozmerná bunda

Čo nenosiť?

- veľmi tesné šaty, iba ak majú pekne formované telo
- oblečenie na podlahu,
- úzke nohavice
- tenké voľné materiály, strihy

Znalosť ženských štýlov obliekania

Cieľ: Oboznámiť sa s osobnými štýlmi, vylepšenie existujúcich. Učenie nových štýlov. Vzbudenie záujmu. Povedomie o neverbálnych znakoch.

Čo sú štýlové funkcie?

Čo je to,keď hovoria o niekom, na jeho odev, na jeho domov, že je taký, „Agis“ alebo taký „trblietky“? Prečo je to tak, že jedenému pristane naberaná, blúzka s kvetinovým vzorom, zatiaľ čo druhému výborne pristanú aj bakanče? Závisí to výlučne od postavy? V žiadnom prípade. Tak čo je to plus, ktoré Vám dáva svoj vlastný štýl? Je to osobnosť. Toto ohraničuje znaky štýlu! Preto nie je možné uvažovať v šablóne, keď hovoríme o poradenstve štýlu. Osobnosť určuje, čo môže zákazník na sebe osobne prijať, v čom sa cíti dobre. To je jeho štýl.
Ako to môžeme odvážne dať na vedomie?
V tom tiež nie sme rovnakí. Môže byť niekto extrovertného alebo introvertného typu.
Ak je osobnosť extrovertná, je ľahké vyjadriť svoj názor, ktorý sa odráža aj v jeho obliekaní. Ak je niekto introvertný typ, ťažšie ukáže, ktoje on v skotečnosti?

Ako sa dá vytvoriť vlasný osobný štýl?

Dobrou správou je, že štýl sa dá tvarovať a vylepšovať! Ako a akú radu by sme mali dať našim zákazníkom, aby sme im pomohli vo vytvorení a rozvoji ich štýlu? Odporúčam nasledujúce nápady:

1 Inšpirujte sa fotografiami, z časopisov a na internete. Na Pintereste nájdete veľkú zbierku. Ale náhodou aj pri čítaní môžete nájsť skvelý nápad. Uložte si obrázky, ktoré sa vám páčia, bez ohľadu na to, či by ste mali odvahu obliecť si ich alebo nie. Môžete si nájsť osobnosť, ktorá je pre vás vzorom. Nemyslím nevyhnutne na slávneho človeka, aj keď môže, ak sa vám jeho štýl páči ... ale môžete byť inspirovaný nejakým milým známym. Ak v tlačených médiách nájdete svoje obľúbené fotografie, vystrihnite ich, zozbierajte ich alebo ich dokonca usporiadajte do priečinkov. Nezbierajte len oblečenie, ale aj šperky, šály, tašky, topánky, čokoľvek, čo Vás chytí, môže to byť aj svet farieb, ktorý Vám je blízky. Pozerajte sa na ne viackrát, vyberte ich, je dôležité aby si „oči zvykli na ten pohľad".

2 Najskôr vyskúšajte na sebe jeden kus. Sledujte sám seba, jako sa v ňom cítite, akú spätnú väzbu dostanete od druhých. Ak sa Vám veľmi zapáči nejaká súprava na niekom inom, môžete ju skopírovať, vyskúšajte sa v nej. ako to pristane jej (jemu), aký pocit je, nosiť to?

3 Čím viac sa inšpirujete fotografiami, tým ľahšie budete kupovať, pretože vaše oči sa takpovediac, „nastavia" na farbu, tvar, na ktorý sa veľa pozeráte a v obchodoch si ich ľahšie všimnete.
Prečo je to tak? Prirodzene sa pozriete na obrázky, ktoré vás priťahujú a ktoré sa vám budú páčiť, budete ich hľadať pri kúpe. Takže sa celkom pomaly transformujete do svojich odevov. Budete odvážnejší.

4 Ak nájdete štýlovú líniu, v ktorej sa budete cítiť dobre, môže prísť jemné doladenie. K takzvanému jemnému doladeniu Vám veľkú pomoc poskytne poradca pre štýl. Pomôže Vám pri zodpovedaní nižšieuvedených a podobných otázok, je na pomoc zákazníka, aby svoj zjav urobil skutočne štýlovým.

- Ako nosiť svoje oblečenie v práci, doma, v mestskom prostredí, na príležitostný vzhľad?
- Ako prispôsobiť svoj štýl svojej postave?
- Mali by ste mať vzorkovaný odev, alebo nosiť jednofarebný, ak máte vzorkovaný, tak aký?
- Aká textúra alebo kvalita materiálu sa hodí?
- Aký farebný svet by ste si mali vytvoriť pre seba?
- Ako a aké doplnky by ste mali používať pre svoj odev?

TEST ŠTÝLU

Test štýlu pre ženy

Účastníci vyplnia test štýlu uvedený nižšie. Pokyn: zakrúžkujte výroky, ktoré sú pre Vás špecifické. Ak si nevedia vybrať z viacerých, môžu označiť aj viac na nich charakteristické tvrdenia. Na konci testu spočítajú, že z ktorého písmena koľko kusov dosiahli a zapíšu vedľa štýlu označeného písmenom.

- Môžete označiť aj viac!
- Ako dnes vidíš sám (samú) seba?
- Aká by si chcela byť?

a - kreatívne	ks	b - extravagantne	ks	c - romanticky	ks
d - klasicky	ks	e - prírodzene	ks	f - elegantne	ks

Ako znášaš farby?

a. zoberiem akúkoľvek farbu podľa môjho výberu
b. páči sa mi živý kontrast a svetlé odtiene
c. mám rád pastelové farby
d. milujem harmóniu farieb
e. páčia sa mi farby prírody
f. obliekam sa v jednej farbe

Aká si kupujúca?

a. milujem nakupovať na trhu, hľadať
b. ak sa mi niečo páči, kúpim to, nezáleží na tom, či je to praktické
c. rada sa rozhliadam a zvádzam do nakupovania
d. zoznam zostavujem vopred, podľa sezóny alebo
e. príležitosti
f. keď niečo potrebujem kupujem iba kvalitný tovar

Ako by ste charakterizovali sámú seba?

a. vyberavá a náladová
b. som rada keď si ma obzrú
c. pekná, dobre odetá, ženská
d. organizovaná usporiadaná
e. uvolnená neformálna
f. jednoduchá a elegantná

Čo nosíš v práci?

a. jedinečné kusy, nezvyčajné párovania
b. pohľadné veci
c. pekné blúzky a topy ktoré kombinujem so sakom
d. šité kostýmy
e. ľahké dvojdielne
f. základné kusy s mnohými doplnkami

Čo nosíš mimo pracovnej doby?

a. zmiešaný štýl, hrám sa
b. najnovšie veci
c. pekné ženské veci
d. vhodnú sadu
e. džínsy a pohodlný top
f. niečo jednoduchého, čo vylepším s doplnkami

Čo si oblečieš při nejakej príležitosti?

a. zamat brokát čipka
b. nezvyčajné a nápadné šaty
c. zoštíhlené šaty okorenené vylepšením
d. jednoduché k telu vhodné kusy
e. pohodlné módne nohavice alebo dlhá sukňa s voľným topom
f. elegantné šaty alebo nohavice

Aké máš topánky?

a. neprispôsobujú sa mi oblečeniu
b. vysoké podpätky
c. pekné luk extra
d. k taške sa hodiace
e. pohodlné
f. módne

Aké sú tvoje obľúbené šperky?

a. nezvyčajné zbieram ich
b. odvážné jedinečné
c. jemné visiace kusy
d. jednoduché a jemné
e. sotva nosím šperky
f. módne a nápadné

Čo pre teba znamená make-up?

a. experimentujem s ním
b. mám rada vyzývavé
c. nech je jemne vytvorený
d. vždy robím rovnaký make-up
e. málo robím make-up
f. vyzdvihne môj vzhľad

Aký je tvoj účes?

a. záleží to od mojej nálady
b. pravidelne ho mením
c. mám dlhé vlasy
d. dobre upravovateľné
e. ľahká manipulácia
f. módne

Spoznávanie dámskych odevných štýlov
Kreatívny štýl

Motto: **veľký miešač**

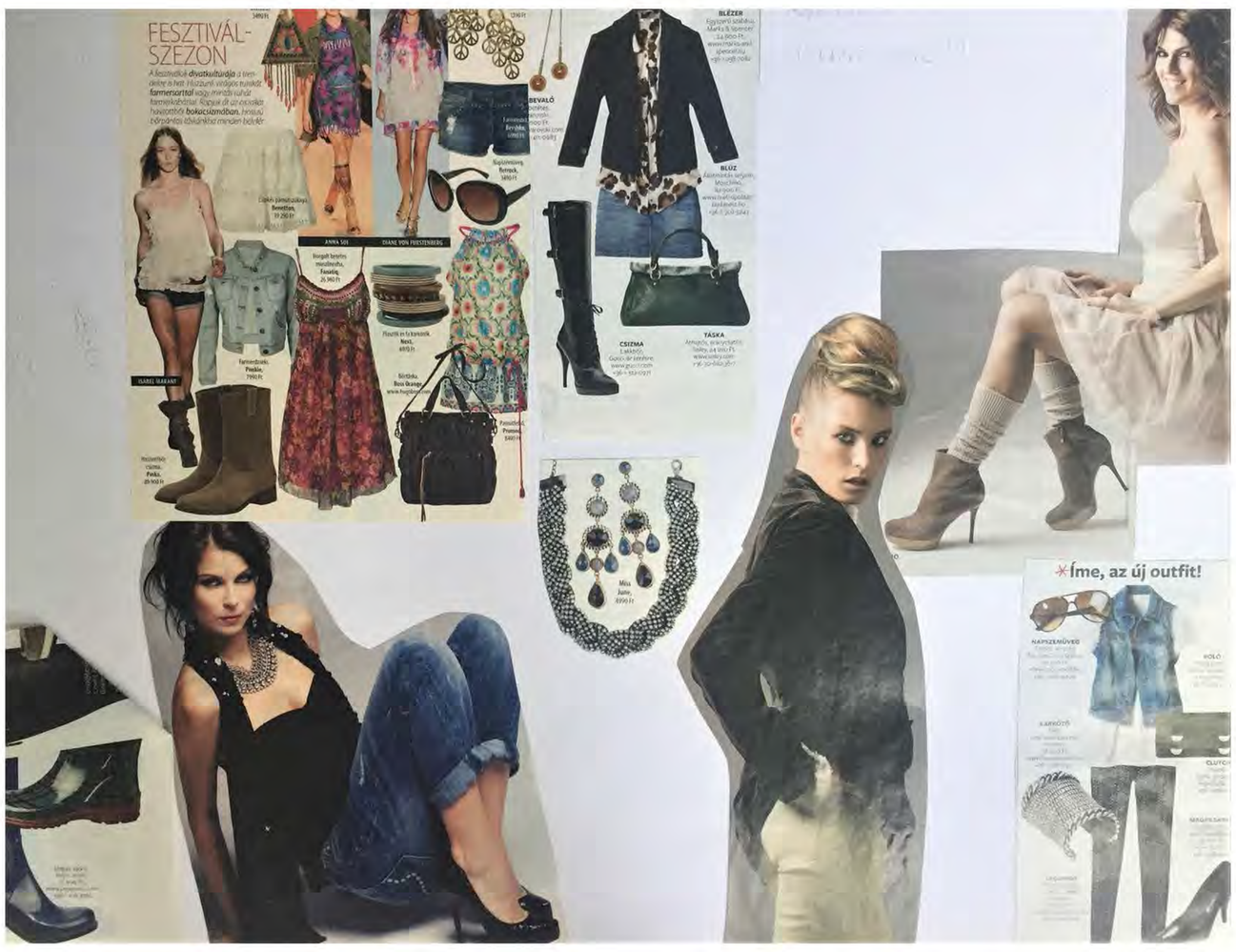
Máš skvelý cit pre štýl, si skvelý inovátor.
Šikovne kombinuješ rôzne štýly vo svojom vzhľade, od elegantného po atletický, od romantického po klasický. Nebojíš sa špeciálnych riešení, ale nikdy nie je Ťa „príliš veľa“. Prakticky všetko sa zmestí do Tvojho základného šatníka, niekedy máš náladu na nosenie nohavíc, inokedy sukne alebo šiat. Napriek tomu súzvuk charakteruje tvoj vzhľad. Dobre zladíuješ na sebe tie najrôznorodejšie časti odevov, preto Ti mnohí závidia.

Avšak môžeš byť náchylná k zberu odevov, preto často vykonávaj triedenie odevov vo svojom šatníku. Impulzívne nakupovanie je Tvoj terén, keď uvidíš niečo hneď vieš, ako ho doma umiestniť do šatníka.

Odvážne sa hraj s miešaním štýlov! Maj pripravené súpravy na dni keď nebudeš mať nápady, ako sú džínsy, biela košeľa tenisky a sako. Alebo pár kvetinových sukní s hrubými rolákmi.

Vždy nos šperky, dávaj pozor na ich uloženie, inak budeš nimi zaplavená. Tvoj make-up a účes budú sledovať Tvoj šatník, bez starosti, aby si ich sama sebe upravila. Je však dôležité, aby si vo svojom vzhľade vždy našla harmóniu, nebuď príliš veľa! Okolo jednotlivých výrazných kuskov postav všetky ostatné kúsky.

Nesprávné posúdenie štýlu: výsledok strakatý



Extra vagantný štýl

Motto: **bez tabu**

Nemáš žiadne zábrany, čo na srdci..., to na zovňajšku. Rada na sebe vyskúšaš mnohé nové veci. S pôžitkom kombinuješ farby, tvary, vzory. Nezaujíma Ťa, čo hovoria ostatní o tvojom vzhľade ... alebo predsa:)?

Vzhľadom k tomu, že máš rada zvláštne kúsky, skús mať na sebe iba jeden taký kúsok, ktorý je veľmi výrazný. V opačnom prípade môže byť Tvoj vzhľad príliš živý. Nos obrovské šperky, pestrofarebné tašky. Či už máte na sebe nezvyčajné párovanie, napríklad tréningovú obuveri alebo gumové čižmy s tylovou sukňou alebo veľmi ženskou blúzkou, voľné nohavice s niektorým zaujímavým topom.

Venuj pozornosť tomu, aby nejaký celkový vplyv charakterizoval účinok Tvojho oblečenia. Alebo nech harmonizujú farby, alebo materiály, alebo strih. Tvojimi základnými kusmi môžu byť maxi kabáty, obrovské šatky, voľné nohavice.

Je skvelé, že slobodne meníš svoj svet. Môžeš odvážne meniť aj svoj účes, vo farbe a tvare, okolie tým nebude prekvapené. Nalíč sa! Všetko môžeš vyskúšať a poväčšine Ti to aj pristane. Fialový rúž, silná maľba očí chrakterizujú Tvoj make-up.

Nech sú Tvoje šperky odvážne výstredné, vaše tašky môžu byť akékoľvek od veľmi malých až po obrovskú veľkosť. Skvelo vyzerajú výnimočné kombinácie farieb,metalické farby!
Nesprávna anylýza štýlu: obyčajná

Romantický štýl

Motto: **jemné detaily**

Vanie z Teba jemnosť. Oblečenie si vyberáš s veľkou starostlivosťou, venuješ pozornosť malým detailom. Ideálna voľba je pre Teba sukňa, či dlhá, anebo mini prevedenie. Ak si neželáš, aby bol Tvoj vzhľad príliš romantický, k svojim sukniam nos tričká, blejzre, vesty. Hrubé tkané, ťažké materiály nie sú Tvojim štýlom. Usiluj sa o ľahkosť, jemné tkaniny. Odvážne nos materiály s kvetinovými vzormi, materiály s bodkovanými vzormi, vyhovujú Tvojmu štýlu! Veľké šatky, ponky samostatne, alebo na kabáte môžu mať veľkú obľubu. V Tvojom šatníku sú typické volánky, čipky, korálky a ďalšie ozdobné prvky. Doplnky dostávajú veľký dôraz v Tvojom vzhľade. Štrngajúce prívesky, náušnice, náhrdelníky z najrôznejších materiálov. Tašky si často obmieňaš, je dôležité, aby boli v ten deň v súlade s Tvojím oblečením. To isté platí pre topánky. Môžeš sa pohybovať v rôznych rozmedziach, od ihličiek po mokasíny, hlavná vec je harmonia. Dávaj pozor, aby si na sebe nemala naraz príliš veľa výrazných kusov. Make-up a účes tiež odzrkadľujú jemný ženský vzhľad. Nech sa Tvoj make-up vyznačuje jemnými farbami a mäkkými čiarami. Skôr dlhé vlasy, ponechané voľne, alebo jemne pripnuté,- toto je Tvoj svet.

Klasický štýl

Motto: **hodnotný šatník**

S dobrým citom si vyberáš časovo stále kusy odevu, ktoré odrážajú Tvoj hodnotový systém. Každý kus klasického štýlu sa dá preniesť do sveta pracoviska, nebudeš s ním výstredná, ale vždy sa budeš považovaná za dobre oblečenú. Dobré v tom je to, že takto chodíš v každodennom živote. Základ Tvojho šatníka je založený na malom kostíme, (prípadne samostatnej sukni a saku) a košeľové blúzky. Môžete však zahrnúť aj kombináciu nohavíc a saka. Veľký pokrok je ak si oblečieš džínsy, tie sú určite,v tradičných v líniách.

Vyhýbaš sa veľmi farebným veciam, Tvojimi farbami sú odtiene béžovej, farba ťavy, hnedá, modrá, vínová a šedá. Nabádam Ťa k oživeniu, najmä v oblasti doplnkov, ako je napríklad zaujímavý náhrdelník alebo vzorovaná šatka, ale pestrá farebná blúzka je dobrou voľbou pre jednofarebný kostím. Tvoje topánky sa prispôsobia ku kostímu, ktorým môže byť trottőrová obuv alebo črievice, v závislosti od toho, čo môžeš nosiť. Ballerinske topánky a tenisky nie sú Tvojim svetom. Tvoj účes niekedy potrebuje malú aktualizáciu, ver svojmu kaderníkovi a nechaj, aby vymyslel iný štýl. Niekedy máš tendenciu zabudnúť na make-up... nerob to! Nauč sa aplikovať make-up, s jedným alebo dvoma nacvičenými trikmi v súlade s Tvojou osobnosťou, oživíš svoj vzhľad.

Nesprávna interpretácia štýlu: nudná, staromódna

Prirodzený štýl

Motto: **podstatné je pohodlie**

Máš rada pohodlné oblečenie a neobetuješ ho za žiadne ďalšie výhody. Nohavice sú jedným z Tvojich hlavných kusov oblečenia, ktoré je veľkou pomocou v každodennom živote. Základnými kúskami Tvojho šatníka sú džínsy, tričká a svetre.
Hodia sa však aj tenisky a pár mokasínov alebo balerínskych topánok. Tohtoročná móda pre Teba vymyslela nadrozmernú bundu a sveter. Ak nosíš sukňu, tá je väčšinou dlhá a voľná. Chcela by si sa obliecť pekne, niekedy elegantne, ale v tejto oblasti sa veľmi nepohybuješ, takže si často vyberáš osvedčené kusy.
Tvoj štýl najlepšie zvýrazňujú farby prírody, nos veľké pončo, vesty, hrubé šaly.
Vyber si kockovaný alebo pruhovaný vzor. Nezabudni ani na šperky, aj keď to nie je Tvoj svet,... jeden alebo dva drevené, keramické, šnúrkové alebo kožené náramky, dlhé náhrdelníky zvýraznia odev. Tvoj účes je vždy ľahko zvládnutelný, nerada s ním tráviš veľa času, namiesto chvosta, niekedy vyskúšaj uvoľnený drdol! Nalíč sa! Jemne prírodne sfarbené očné tiene a riasenky sa Ti naozaj hodia, ale nevynechaj lesk na pery.

Nesprávna interpretácia štýlu: opotrebované, zanedbané, ošumelé.

Elegantný štýl

Motto: **kvalita namiesto množstva**

Teba nie možené ignorovať. Vysoko kvalitný a na mieru šitý odev je zameraním vášho vzhľadu. Vyhýbáš sa extrémom a aj keď nenosíš najnovšie kusy, predsa odrážaš zdanie, akoby si práve vyšla z módneho salónu. Tvoj šatník je nadčasový, hoci sa Ti páči móda, len nenápadne ju sleduješ. Neľutuješ peniaze za dobrý kus, pretože vieš, že ho budeš dlho nosiť. Vedome si vyberáš svoj šatník.

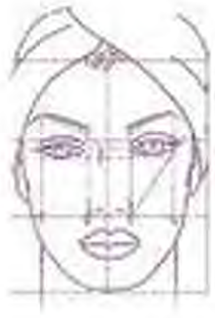
O tebe sa hovorí, že nenosíš šaty, ale chodíš v nich. Tvoj štýl sa najlepšie odráža v utlmenom svete farieb, skôr sú jednofarebné ako vzorkované. Nenos príliš veľa farieb naraz, čiernobiele šaty boli vymyslené pre Teba. Strih Tvojich šiat sleduje ušľahtilú líniu jednoduchosti. Základnými kúskami šatníka sú zladené oblečenia, pár tkaných nohavíc, košeľové blúzky a blejzre.

Skvele na Tebe vyzeraú šperky z ušľachtilých kovov, bižutéria nie je Tvojim svetom. Trochu perly náušnice alebo zlaté náramky, ale nenechajte si ujsť zlaté alebo strieborné hodinky. Tvoj make-up sa nezameriava na oči, ale skôr na tvár a pery. Jemný červenkastý náter s ružom Ti pristane najlepšie. Účes máš vždy upravený, či už je dlhší alebo kratší, si rada, ak Ti ho v pozadku udržiava kaderník.

Nesprávna interpretácia: štýlu prehnaná výzdoba a vyčačkanosť

Typy tváre

Cieľ: Prehĺbiť a precvičiť vedomosti účastníkov tak, aby mohli bezpečne rozoznať jednotlivé typy tváre a boli schopní ich aplikovať v procesoch tvorby make-upu a účesu.



Pravidelná tvár *(štandardný tvar)*

Tvár možno rozdeliť na tri rovnaké časti. A medzi dve oči sa ešte „zmestí" tretie oko.

Oválna tvár

Ideálny tvar, línia čela mierne širšia ako línia brady. Rovnováha tváre je perfektná.

Všetky tvary make-upu a účesu jej pristanú, udržiavajte jemné línie tváre.

Okrúhla tvár

Čiara čela je zvyčajne rovnako široká ako šírka čiary čeľuste. Nanesieme tmavý základný odtieň pozdĺž vlasovej línie a celého obrysu tváre, aby pôsobila tvár opticky ako užšia. Červenanie by malo byť na zygomatickej kosti a malo by ukazovať mierne nadol. Cieľom je zúžiť tvár, preto si nevyberajte pevne zafixovaný účes. Vytvorme čistý hladký účes alebo ľahké vlny.

Štvorcová tvár

Vyznačuje sa krátkou tvárou. Rast vlasov je priamočiarou hranicou.

Tipické znaky: Široké čelo, štvorcová čeľusť a rovná tvár. Tienenie sa vykonáva pozdlž čeľuste. čím sa zdokonalí tvar tváre. Pri vytváraní účesu je cieľom zjemnenie širokého čela. Za týmto účelom vytvorme ľahkú ofinu. Cieľom je vizuálne vytvoriť oválny tvar tváre.

Obdĺžniková alebo podlhovastá tvár

Vyznačuje sa štvorcovou, ale úzkou tvárou a často je s týmto tvarom tváre spárovaný dlhý nos. Cieľom je zaokrúhliť tvár. Pri vytváraní účesu vytvorme ofinu a jemné vlny, ktoré ohraničujú tvár. Pri nanášaní make-upu sa zamerajme na vodorovné čiary a rozjasnite strednú časť tváre.

Obrátený trojuholník alebo tvár v tvare srdca

Tento typ tváre charakterizujú široké čelo, úzka čeľusť, vysoká lícna kosť. Široké čelo je možné opticky zmenšiť tmavým základným náterom. Rozjasníme pery.

Účes: Vytvorte strapatý veľkoobjemový účes, ktorý rozširuje líniu brady.

Popis modulu

Školiaci program, Implementácia spoločného kreatívneho profesionálneho výmenného programu „VOGUE CAMP“
Modul: Poradenstvo štýlu

I. Obsah výcvikového modulu
Čo je štýl?
Vplyv štýlu v našom živote.
Individuálny štýl.
Kto som ja? Aký je môj štýl?
Typy tela.
Typy tváre.
Teória farieb a ich využitie v praxi.
Poradenstvo štýlu v kozmetickom priemysle.
Poradenstvo štýlu v každodennej praxi.

II. Cieľ, ktorý sa má dosiahnuť: Účastník by mal byť schopný
Komplexne interpretovať pojem štýl,
Aplikovať vplyv štýlu v každodennom živote,
Naplánovať individuálny štýl,
Formulovať individuálne nápady so zapojením hosťa,
Rozpoznať tvary tela,
Rozpoznať typy tváre,
Aplikácia teórie farieb a použitia farieb v praxi,
Poradenstvo štýlu používať pri fungovaní salónu krásy v každodennom živote.

III. Cieľová skupina školenia: študenti študujúci v kozmetickom priemysle (kaderníctvo, kozmetika, návrhárka módy a štýlu) resp. mladí odborníci v kozmetickom priemysle

IV. Počet školených v skupine: 12 - 15 ľudí

V. Doba trvania modulu: 16 hodín

VI. Rozvíjať osobné a spoločenské kompetencie
Riešenie problému
Komplexné myslenie
Kritické myslenie
Spolupráca
Rečová komunikácia

Písomná komunikácia
Prezentačné schopnosti

VII. Podrobný program modulu

A. Samostatná príprava 8 hodín
Na základe metodologického materiálu, kapitoly „Poradenstvo štýlu“, prehľad a spracovanie témy.

B. Predstavenie SA, oboznámenie s cieľom a obsahom tréningu: 0,5 hod

C. Úvodné teoretické vzdelávanie 3,5 hod.
V rámci frontálnej přednášky vykonať školenie školiaceho modulu. Prostredníctvom príkladov ukázať možnosť uplatnenia poradenstva štýlu v prevádzke salónu krásy

D. Tréning v malých skupinách: 4 hod.
V skupinách po 3-4 účastníkov, skupinová práca so zameraním na spracovanie praktických znalostí modulu
Cvičenie poradenstva štýlu k rôznym tvarom tela
Cvičenie poradenstva štýlu k rôznym typom tváre
Cvičenie poradenstva štýlu k rôznym situáciam na pracovisku a v živote

E. Predpoklad na dokončenie modulu: účasť na úplnom počte hodín modulu odbornej prípravy v teoretickom vzdelávaní a tréningu malých skupín.

DOPORUČENÁ LITERATÚRA

Molnár Tímea: Typy farieb – farebne, vedome
StílusMentor 2016

KADERNÍCTVO
UKÁŽ MI NÁRADIE, POVIEM TI KTO SI!

Ukáž mi náradie, poviem Ti kto si!

Základom našej témy je cieľ rozvoja prístupu, ktorý komplexne ovplyvňuje kadernícke služby. Chcela by som Vás motivovať na to, aby Vás tento uhol pohľadu sprevádzal v profesionálnom živote, ale možno aj v iných oblastiach života. Pozrime sa ale najprv na to, čo je to vlastne uhol pohľadu?

Uhol pohľadu je spôsob, ako robíme niečo, resp. spôsob, ako sa s problémom zaoberáme, prístup k nemu, vnímanie.

Úprimne dúfam, že všetci, ktorí začnete samostatne podnikať využijete tento materiál, ale aj ak by ste chceli pracovať ako zamestnanci, tieto pohľady Vám pomôžu pri výbere vhodného zamestnania. Myslím si, že tomuto spôsobu nazeranie musíme v kaderníctve prikladať vyznamnú úlohu. Jednak, že kaderníctvo môžeme považovať za jedno z najvýznamnejších odvetví poskytovania služeb, a jednak, že v súčastnej dobe sa zvyšuje súťaživosť, a zo strany zákazníkov je oprávnené očakávanie, že za svoje peniaze im musíme poskytnúť kompletné služby.
Tieto kompletné služby sa musia týkať všetkej činnosti, ktorá sa v kaderníctve deje a to nie len v úzkom slova zmysle, kaderníckej činnosti, ale aj na obsluhu hostí a pohostenie. Zhruba na tomto základe sa rozhodne, že kto bude cieľovou skupinou, resp. ak máme na to možnosti, už od začiatku ich môžeme vytvárať.
Pri vstupe do salónu krásy je veľmi dôležitý prvý dojem, veď ten v prvom rade ovplyvní , že aký obraz sa vytvorí vo vedomí zákazníka v suvislosti s poskytovaním služeb a jeho kvalitou. Firemná tabuľa je vkusný výklad, moderné vybavenie, pekný nábytok, čistota, ukľudňujúce farby atď., všetko toto je veľmi dôležité.

Profesionálny vzhľad buduje značku a dôveru.

Aj keď máme malé podnikanie o jednej osobe, aj tak sa oplatí zjaviť na offline a online trhu, ako keby sme mali za sebou marketingové oddelenie s veľkým aparátom. Profesionálny imidž vytvára pozitívny dojem na potenciálneho hosťa, môže to priťahovať hostí.

Môže vzbudzovať dôveryhodnosť, pocit, náladu, profesionalitu už vtedy, keď potencionálny návštevník ešte ani nevidel našu prácu. Na základe nášho zjavenia sa vytvorí vnútorné posúdenie u našich zákazníkov, tj image, čo si o nás myslia. S profesionálnou firemnou identitou je ľahšie zvyšovať image a môžeme hoci aj zvyšovať rabat, vzhľadom k tomu, že hostia väčšinou vidia paralelu medzi sofistikovaným vzhľadom a kvatitou.

Po zmene režimu, čím dalej tým viac kozmetičiek a odborníkov priemyslu krásy začalo podnikať, ktoré spravidla nazývajú salónmi krásy. Okrem nových kvalitných služeb je dôležitý aj vzhľadový vývoj salónov, čo vzbudzuje pozornosť zákazníka na rozdiely oproti konkurencii. Pre každého účastníka trhu je dôležitým oporným bodom v posudzovaní firmy, v umiestnení mezi konkurenčními firmami, že ako sa prejavuje dané podnikanie vo vnútornej a vonkajšej komunikácii.

Ak presne stanovíte základné princípy imidžu vašej spoločnosti a vždy tieto princípy dôsledne dodržiavate vo všetkých svojich prejavoch, sprostredkujete svojim potenciálnym zákazníkom / hosťom, obraz spoločnosti fungujúcej v organizovanom rámci, teda spoľahlivej spoločnosti. Ak si zakladáte iba na princípe, ktorý „prichádza sám o sebe“, svojim hosťom ukážete rozptýlený, kadejaký obraz, ktorý môže byť pre vás pohodlnejší, ale neodráža to vašu profesionalitu. Rovnako ako si počas svojej práce vyberiete profesionálny produkt a vyrábate účesy podľa najnovších trendov, je dôležité v obraze vytvoriť solídny základ a potom vyvíjať a prispôsobovať sa súčasným trendom.

Komplexná služba musí pokrývať všetko, čo sa deje v obchode, nielen činnosť kaderníka v užšom slova zmysle, ale aj rozsah služby a okruh pohostinnosti.

Pozrime sa, aké sú to oblasti:

- čo zvyšuje pocit pohodlia hosťa
- dobu strávenú v salóne robí príjemnejšou a pohodlnejšou
- zabezpečuje odborné znalosti kaderníka a znalosti o moderných technológiách
- zaručuje „bezpečnosť“ hosťa (hygiena, covid !!!)

Ak sa to všetko uskutoční, môžeme si byť istý, že čas strávený v salóne bude pre hostí zážitkom, a priamym dôsledkom je, že sa hosť rád vráti späť aj inokedy, pretože salón bude považovať za relaxáciu a nie za nevyhnutnú návštevu kaderníka. V každom prípade by som podotkla, že aby sme rešpektovali platné nariadenia a právne predpisy v svislosti so zdravotníctvom, ako aj v súvislosti s podnikaním (napr. práva maliarov a hudobných skladateľov) Pozrime sa podrobnejšie na to, čo to znamená v praxi.

Zvyšovanie pocitu komfortnosti hosťa

V súčasnosti sa kladie veľký dôraz na aspekty vytvárania kozmetických salónov a imidž samotného obchodu. Dôležitými sa stali priestranné priestory a priateľské prostredie, resp. musíme venovať oveľa väčšiu pozornosť štýlu zariadenia v obchodoch. Aj v salonoch krásy musíme venovat viac pozornosti, popri funkčnosti, aj na zariadenie priestoru nábytkom. Toto je primárne dôležité z hľadiska pohodlia a pocitu komfortu hostí, ale rovnako dôležité je to aj z hľadiska kaderníka, pretože ak sa nad tým zamyslíme, je pre nás omnoho ľahšie pracovať v prostredí, ktoré túto fyzicky a psychicky náročnú prácu spríjemňuje. Zamyslime sa nad tým, že také svetoznáme firmy ako GOOGLE, PREZI atď. už dávno zistili, že ich zamestnanci sa radšej zdržiavajú na pracovisku ak prostredie na pracovisku poskytuje určitý pocit domova. Neutekajú z práce domov, naopak aj prípadný nadčas lepšie znášajú.
Presne toto sa deje aj v kadernícke salóne. Aj zákazník trpezlivejšie čaká, ak sa príjemne cíti a tam pracujúci sa tiež lepšie cítia.

Ako môžeme takéto prostredie vytvoriť bez toho, aby sme museli vytvárať obrovské salóny?

- vyvolaním pocitu priestrannosti
- prirodzeným alebo umelým vetracím systémom

- vhodným osvetlením a to aj vtedy ak obchod dostáva málo prirodzeného svetla

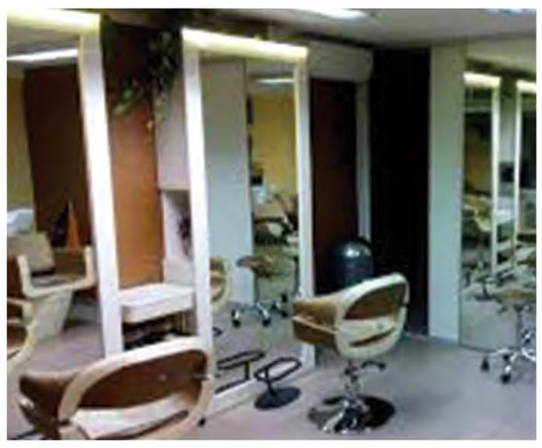
- umiestnením, len najpotrebnejšieho nábytku a náradia

- oddeleným a bezpečným uschovaním tašiek a kabátov

Tieto sú snáď najpotrebnejšie v 21. storočí a potom zvyšok závisí od ostatných čŕt salónu, alebo od špeciálnych vlastností.

Pozrime si niekoľko príkladov!

Tieto hlavné pravidlá by sa mali uplatňovať aj v prípade menších podlahových plôch



Pozrime si niekoľko príkladov na protiklad toho

Spríjemnenie času stráveného v salóne

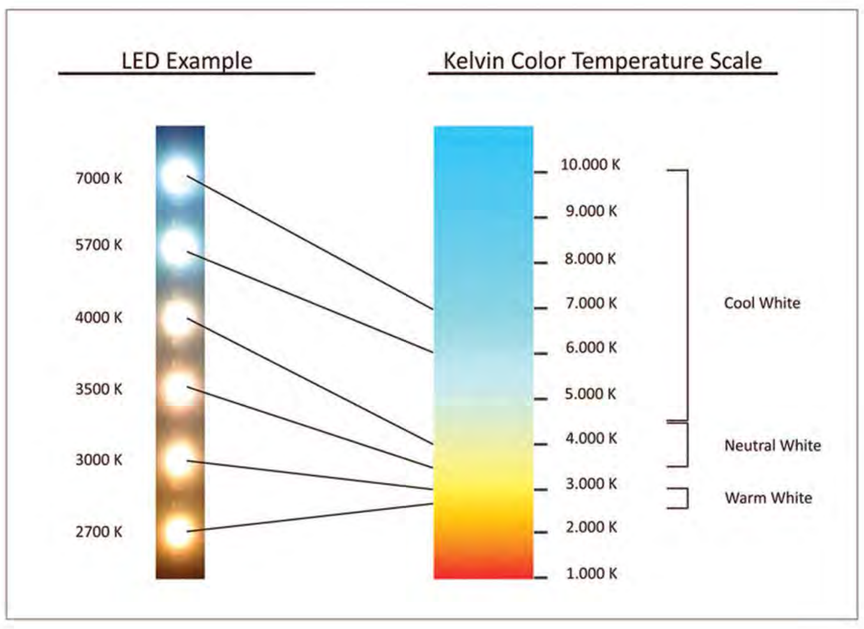
V súčastnom období sa cena času zvýšila. Oprávneným očakávaním zákazníkov je aby s časom stráveným v salóne nakladali v prvom rade oni. Ak by chceli odpočívať, tak to zabezpečme, ale pokiaľ by tam chceli pracovať, tak je potrebné vytvoriť podmienky aj na to.

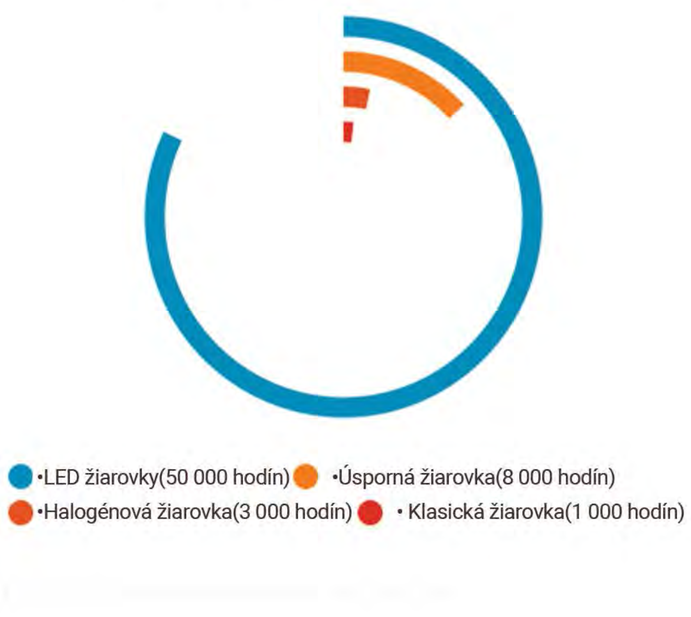
Popri kaderníckych službách sa musíme usilovať o to, aby sme zabezpečili zákazníkovi zážitok salónu, to znamená, aby celá doba jeho pobytu tam bola príjemná.

Provradé je to, aby v miestnosti bol čo **najčistejší vzduch**, vzhľadom k tomu, že pracujeme s ostro zapáchajúcimi chemikáliami, ale stačí ak používame len lak na vlasy a spray na vlasy, kde myslíme na čiastočky dostávajúce sa do vzduchu. Toto vieme udržiavať na minimálnej úrovni vetraním, ale ešte lepšie **zariadením na čistenie vzduchu**. Toto nie je len v záujme zákazníkov, ba čo viac je to v záujme tam pracujúcich zamestnancov, veď nie je jedno koľko škodlivých látok vdýchneme počas dňa. Dnes je už snáď prirodzené, že miestnosť je **klimatizovaná**.

Toto je potrebné k zabezpečeniu príjemného tepelného pocitu a zároveň to znamená sústavnú výmenu vzduchu. Pri umiestnení klimatického zariadenia musíme dbať zvýšenej obozretnosti, aby jej používaním nebolo ohrozené zdravie zákazníkov a ani zamestnancov. Nie je šťastným riešením umiestniť klimatizáciu oproti umývadla na vlasy, vzhľadom k tomu, že sú také činnosti, keď zákazník musí dlhšiu dobu sedieť pri umývadle s vlhkými vlasmi, napr. emulgovanie anebo zdravotné umývanie vlasov atď.

Príjemná hudba, poskytujme ju, ale podľa možností zabudujme reproduktory do stropu aby v celom priestore salónu znela rovnako hlasno. Predstavme si, ak by zákazník, ktorý chce čítať, alebo pracovať musel miesto príjemnej hudby sedel vedľa nepríjemne hlasnom reproduktore a na druhom konci salónu by zákazník nepočul z tejto hudby nič. Musím tu určite spomenúť, čo, bohužiaľ, veľa ľudí neberie vážne, nech počúvame čokoľvek, rádio, online hudobné stránky, hudobné kanály, ktoré je možné sledovať v televízii – príslušnému orgánu musia byť zaplatené licenčné poplatky, pretože ich nedodržanie má za následok pokuty.





Zodpovedajúce osvetlenie

Toto je jeden z najdôležitejších bodov pri navrhovaní firmy, pretože správne osvetlenie je pre kaderníka veľmi dôležité. Nie je jedno, či pracujeme pri teplom, studenom alebo prirodzenom osvetelní. Osvetlenie je snáď najdôležitejšie pri farbení vlasov, nemôže sa prihodiť, že farba vlasov, ktorú pri osvetlení v salóne vidíme ako peknú a dobrú, po odchode zo salónu sa zmení, bude mať úplne iný odtieň a bude celkom odlišná od žiadaného výsledku.

S osvetlením vieme **ovplyvniť aj náladu** tak prevádzky ako prítomných zákazníkov. Aj tu sa snažme o to aby bolo osvetlenie čo najviac podobné prirodzenému. Najmodernejšie sú LED panely. V kategórii ceny sú o niečo LED-i drahšie ako klasické, ale investícia sa už v priebehu 1 – 2 rokov vráti.

- vicero farebných teplôt
- mimoriadne dlhá životnosť
- veľký výkon
- minimálna emisia tepla
- úspora energie
- ukľudňujúci svetelný efekt
- okamžite plná výkonnosť
- najnižšia emisia CO2

Pri neutrálnej farbe steny sa používa svetelný zdroj s teplotou farby 3 000 až 4 000 kelvínov.

Nech padne teraz niekoľko slov o vybavení obchodu nábytkom. Ako som už spomenula, nepreplňujte obchod nábytkom, pokračujte od výberu k zariadeniu podľa nasledujúcich aspektov:

- štýl, ktorý sa zhoduje s firemnou identitou - ktorý by mal byť v obchode jednotný
- pohodlie pre hostí, ako aj pre kaderníkov - napríklad nestačí, aby bola stolička krásna, hoci aj počas dlhých hodín nech je pohodlná, vždy výškovo nastaviteľná
- nech je šetričom priestoru
- vyberte si nábytok vyrobený z dlhotrvajúcich materiálov
- nech je ľahký a aby sa dal dôkladne čistiť

V súčasnej dobe, aj v kaderníckych salónoch mini štýl spája najviac tieto znaky. Pozrime si aj na toto niekoľko príkladov, ako sa kombinujú funkčné prvky moderného interiéru a kadernícke salóny.

„Ukáž mi svoje náradie a poviem Ti, kto si!”

Legenda v kaderníctve Maďarska, László Hajas, je známy príslovím v najpresnejšom znení kapitoly, ktorú sme práve dosiahli. Doteraz sme skúmali kadernícke podnikanie z hľadiska dizajnu a očakávaní veku.
Pozrime sa, čo zaručuje hosťovi , že je v dobrých rukách, s profesionálnym odborníkom.

- vzhľad kaderníka je náročný
- pracuje s náročnými nástrojmi
- čistota, obklopený poriadkom
- vidí vedomie vo svojej práci, vo svojom pohybe
- správne komunikuje, poskytuje rady

Teraz je tu pre nás dôležitý aspekt **„pracuje s náročnými nástrojmi“**. Ako môže vedieť laik , aký je náročný kaderník na jeho náradie? Existuje veľa výrečných príznakov.

Akokoľvek je to neuveriteľné , ale môžete to odvodiť z prostredia, ktoré som opísala vyššie.

„Štýl je sám človek“ (Comte de Buffon, citát)

Je tu nevyhnutný ešte ďalší aspekt, a to vzhľad kaderníka. Oba ukazovatele prvých dvoch aspektov, ktoré som uviedol, je náročnosť.

Náročnosť

Osoba so želaním, ktorá má požiadavky v súvislosti so službou, produktom alebo vecou, ktorá má pri uspokojovaní svojich potrieb túžbu po kvalite.

Náročnosť je to nastavenie jednotlivca, ktorý má vo vzťahu k sebe osobitnú náročnosť kvality a vo vzťahu k akémukoľvek prvku svojho prostredia. Vysoká úroveň výkonu, motivácia, zvýšené úsilie o dobrú kvalitu a výkon práce na vysokej úrovni /viď: prístup, dopyt, kvalita, práca, aktivita / (Dr. Ferenc Pór).

Dopyt je, v zhmotnenej podobe hlásiaca sa potreba zameraná na konkrétny produkt alebo službu. Dopyt znamená, túžbu uspokojiť špecifické potreby. Dobre sa dá pocíťovať, že aký široký pojem je náročnosť.

Podľa môjho názoru a nášho aspektu je náročná práca prvoradou podmienkou náročnej osobnosti, ktorá sa s určitosťou prejaví vo vzhľade. Už je preč tá doba, keď platilo príslovie, že „obuvník má deravé topánky a krajčír roztrhané nohavice". V dnešnej dobe sme svojmu podnikaniu a práci reklamou. Ani ja by som sa nerada dostala do rúk takého kaderníka, ktorý by ma vítal s mastnými vlasmi, neupraveným účesom a v špinavom prostredí. Možno, že by bol dobrý odborník na základe schopností, ale zovňajšok tomu nenasvědčuje, veď ak nie je náročný na seba a svoje prostredie, tak pravdepodobne nie je náročný ani na svoju prácu.

A tu sme sa dostali k ďalšiemu veľmi dôležitému pojmu a to k vedomiu. Čo to vlastne je?

Osoba vyvíjajúca činnosť s bdelou pozornosťou. Ak má osoba v svislosti s predmetnou vecou vedomosť a porozumenie. **Úmyselne, zámerne vykonal. Cíti svoju vlastnú existenciu.** Cíti svoj prístup, prejav a konanie (osoba, skupina). Na tomto vysokom stupni je človek (alebo skupina) schopný vyhodnotiť, čo urobil alebo sa rozhodol, je schopný z toho vyvodiť závery, tak je schopný poučiť sa z toho. (Wikipédia)

Stručne povedané, náročný odborník vykonáva náročnú prácu s náročnými nástrojmi. Tieto nástroje so zvláštnou náročnosťou

- VYBERÁ
- POUŽÍVA
- OŠETRUJE

Teraz sa pozrime, že **ktoré nástroje podľa akých krytérií** vyberieme a potom zakúpime.

Manuálne nástroje
- Nožnice na strihanie vlasov
- Hrebene, kefy
- Britva, orezávač
- Spony
- Natáčky
- Pištoľ na melír, hrebeň na melír, lopatka na melír

Elektrické nástroje
- Stroje na strihanie vlasov
- Žehličky na vlasy
- Klimazon, parná búra

Najdôležitejším nástrojom kaderníčky sú nožnice. Vždy zaobchádzaj s nožnicami tak, ako keby to bol presne ladený hudobný nástroj. Čo Ťa má ovplyvniť pri výbere?

- **Rozmer -** aké vlasy by som chcela s nimi strihať, ženské alebo mužské? Tupím rezom alebo bodovým rezom, (hrotom)?
- **Váha, materiál, značka**
- **Ergonomika**
- **Náročnosť servisu**
- **Cena**

Vyber si nožnice s dlhou čepeľou, ak: (prednosťou je, že ideálne strihajú od polovice čepele, ale dávajme pozor, lebo s nožnicami s pridlhou čepeľou sa môžeme ľahko porezať)

- Máš veľkú ruku
- Používaš tupý rez, anebo často striháš chvost
- Dlhé vlasy zmäkčuješ 90°-vým bodovým strihom
- Robíš krátky strih (hlavne v mužskom holičstve)

Vyber si nožnice s krátkou čepeľou, ak:

- máš malú ruku
- ak používaš 45°-vý a 65°-vý bodový strih, keď je potrebné používať hrot nožníc

Ku rôznym technikám používaj rôzne nožnice! K tupému strihu a k 90°-ému bodovému strihu sú najlepšie:

- nožnice s dlhou čepeľou

K 45°-ému a 65°-ému bodovému strihu sú najlepšie:

- nožnice s krátkou čepeľou

Krájač, na kĺzavý rez a na rezanie 90°-ého bodového rezu je najlepší nožnicový dizajn:

- čepele v tvare bambusového listu
- čepele ohnuté do strany, nahor alebo nadol
- u týchto pomáha zakrivenie sledovať vlasy
- režeme s nimi na spodnej časti čepele

K strihaniu suchých vlasov:

• špeciálne vyrobené, tvrdšie, ťažšie a hrubšie nožnice

Na riedenie (prerezávanie) vlasov:

• Nožnice na riedenie s počtom zubov 5-38. Sú so zubami na oboch stranách, alebo len na jednej strane. Dá sa s nimi redukovať objem vlasov a textúru.

Ostrosť čepele nožníc:

• jednak závisí od opracovania ocele (dHg brúsením, leštením, laserovým ostrením) a jednak od uhlu uloženia čepele. Tvrdosť ocele je meraná pomocou Rockwelovej stupnici. Nožnice dobrej kvality dosahujú 57-63 stupňov. Toto sa dosiahne kalením ocele.
• môže sa použiť kobaltovú zliatinu na hranách (asi 2mm široká)
• pravidelným ostrením predĺžime ich schopnosť strihať.

Nožnice majú veľkosť od 4 do 10 palcov

• rozmery sú udané v palcoch
• 1 palec (tj. col) 2,54 cm
• rozmery sú udané od 4 do 10 palcov
• priemerný ženský rozmer je 5 a 5,5 palcov, čo je približne 13 až 14 cm dlhé
• priemerný mužský rozmer je mezi 6-7 palcov, čo je približne 14 až 15 cm
• od tohoto väčšie rozmery (8, 9, 10 palcové) sa používajú len v mužských holičstvích a psích salónoch
• rada pre výber, zmerajte stopku nožníc k palcu – nech je najmenej dva krát dlhšia ako palec, pretože prstom musíte podopierať prstenec zboku, takže nebudete s nožnicami „klepať“, iba posúvať spodnú stopku nožníc.

Ergonómia nožníc-držanie paže a ramena

• pri klasických nožniciach s rovnou stopk ou lakeť držime smerom hore, čo je namáhavé pre ľavé rameno
• pri nožniciách s posunutou stopkou sú naproti tomu ramená rovno a lakte zostanú dole
• nožnice s polovičným posunutím stopky je kompromisom medzi oboma

Nastavenie reznej kapacity a tesnosti nožníc:

Rezná kapacita nožníc je závislá na sile dotiahnutia skrutky, ak sa uvolní, tak vlasy odtláča alebo ohýba a z toho dôvodu inštinktívne palcom stláčame. V takomto prípade sa nožnice vytupia a nie je to dobré ani pre ruku kaderníčky. Každý deň skontrolujte pri olejovaní, držte so skrutkou smerom hore, prevráť do dlane a otvor. Ak sa samé zatvoria celkom alebo do polovice, je ich treba nastaviť, v zatvorenom stave otoč skrutku o 1/8 doľava a potom 1 celú doprava a toto opakuj pokiaľ nebudú dobré.

Nožnice pre ľavákov:

Sú ťažšie prístupné nožnice vyrábané pre ľavákov. Určité riešenie môže byť, ak sú na oboch prstencoch podpery na prsty. Najlepšie je však kúpit nožnice pre ľavákov.Problémom môže byť aj to ak sú prsty príloš malé. V tom prípade je potrebné vložiť doplnkové prstence.

Správne držanie prstov, ošetrovanie nožníc:

Mimoriadne je dôležité, aby si správne držala palec, lebo so zlým držaním a po hybom ho ľahko zničíš.

Pri častom tlaku palca do strany (zlozvyk, alebo uvolnená skrutka na nožniciach) nútíme nožnice aby strihali.

Do prstenca pre palec môžeme vložiť prstenec na zúženie a tento nám pomôže zbaviť sa tohoto zlozvyku a osvojiť si správnu techniku.

K tomuto opri palec k diere (neprestrč cez dieru) a pohybuj zvyslím smere.

Nechaj aby ostrie vykonalo ostatnú prácu. Toto je **dobré preto**, že tak usměrňuješ nožnice, že zbytočne nezaťažuješ ruku, ba čo viac, vieš s ňou voľnejšie hýbať.

- po každom strihaní utri ostrie nožníc a vlož ich do púzdra
- dohliadni na správne držanie palca
- okrem vlasov nestrihaj s nimi nič, ani umelé vlasy
- Vždy používaj nožnice vhodné na daný účel
- Denne očisti, naolejuj, a ulož do koženého púzdra. K tomu urob nasledovné:

Zavri nožnice a vedľa skrutky nakvapkaj olej. Potom ich otvor a daj olej aj na vnútorné hrany ostria, jemne rozotri. Nakvapkaj na hriadeľ a niekoľkokrát nožnice zatvor, aby vyplavilo nečistoty. Po tomto opatrne zotry zbytočný olej a zatvorené ich samostatne odlož do koženého púzdra.

Niekoľko slov o japonských nožniciach

Investícia do dobrých nožníc je na dobu 15 – 20 rokov. Vydržia dlhšie ako múdre telefóny, dlhšie ako auto alebo televizor. Denné ošetrenie je mimoriadne dôležité. V Japonsku je každý ostrý nástroj, nech je to nôž, meč, britva, alebo nožnice, výnimočný.

Na výrobu japonských nožníc je najviac charakteristické uplatňovanie tradičnej výroby. Prostriedok, ktorý vyrábajú, si vážia, sú pokorný k materiálu, presne vedia v každom okamihu, že je to takmer skúška, čo práve vyrábajú. Myslím si, že kto sa stane vlastníkom takýchto nožníc, mal by niesť ďalej tohoto ducha. O nožnice sa musíme starať, ošetřovat, aby sme ich mohli čo najdlhšie používať.

Ja až do dnešného dňa, pokiaľ je to potreba, posielam nožnice do Japonska na servis, veď ich výrobca vykoná servis s takou starostlivosťou ako by vyrábal nové. Máme jednu spoločnú vlastnosť s nimi a dobrým kaderníkom a to pokora voči svojej práci. Zo svojich skúseností môžem povedať o jednych nie japonských nožniciach, o klasických nožniciach na strihanie vlasov, že majú dušu tieto prostriedky. Prenikne ich tá starostlivosť, s ktorou boli vyrobené. Úplne iné je s nimi robiť ako s nožnicami podobnej kategorie. Viem a ani sa to nedá očakávať, aby prvé nožnice boli hneď modelom vrcholovej kategórie. Ale verte mi, že sa neoplatí začínať s najlacnejšími nožnicami, lebo poskytnú úplne iný zážitok.

O ozubených alebo samoostriacích nožniciach ani nehovoriac. A pritom výsledok nie je dôležitý len pre zákazníka, ale aj my prežívame náš výtvor ako úspech. Je celý rad takých účesov, ktoré sa len takou technikou strihu dajú vytvorit, ktoré predpokladajú ostrosť nožníc na úrovni britvy s veľmi jemným ladením. Nechcela by som zažiť, aby som musela prežit ten pocit, že by mi strihali vlasy na to nevhodným nástrojom.

Ťahá to, poškodzuje vlasy, o výsledku ani nehovoriac, lebo naisto tvrdím, že to bude oveľa horšie ako jedna dobrá fazóna. Ďalšou možnou voľbou sú nemecké nožnice. Každý už počul o meste Solingen, že sa sem sústreďuje výroba najznámejších rezných nástrojov, pravdepodobne kvôli tradíciam mesta, resp. okolia.

Solingen bol kedysi sídlom známeho odvetvia drobných výrobkov z jemnej ocele, ale v súčasnosti je centrom veľkovýroby výrobkov z jemnej ocele. V profesii som už 25 rokov. Vyskúšala som už veľa nožníc, ale môžem bezpečne povedať, že japonské nožnice sú oveľa jemnejšie ako tieto.

Jedinou výnimkou sú jedny také nožnice, ktoré sú úplne iné, pretože tu je ergonómia umiestnená pred všetkým. To je aj pre mňa nová skúsenosť, ale veľmi sa mi zapáčil, jeden relatívne nový vývoj, ktorý chráni zápästie lebo aj ergonómia je dôležité hľadisko. Tento typ nožníc doporučujem na strihanie ženských vlasov.

Niekoľko slov o teplých nožniciach na strihanie vlasov

Názory na toto zariadenie sú veľmi rozdielne. Teplé nožnice sú elektrické na elektrický prúd fungujúce zariadenie, ktpré sa zohrieva na 90 – 150 stupňov, závisle na kvalite a stave vlasov. Väčšina kaderníčok neuznáva túto technológiu. Podľa môjho názoru je 90 -150 °C málo a strih sa uskutoční za okamih, čo je veľmi málo na to aby sa čokoľvek stalo s končekmi vlasov, pri ich úprave. Spáliť vlasy by nebolo šťastné riešenie.

S jednymi kvalitnými nožnicami, napr. kovanými čepeľmi sa dajú tak pekne odstrihnúť pramene vlasov, že nedôjde k ich poškodeniu. Čo naozaj ničí vlasy, sú to takzvané orezávacie strojčeky, s ktorými v mnohých salónoch pracujú. S tými dochádza k stenšovaniu vlasov, zaostria konce, naviac nie sú dostatočne ostré a tak nerežú vlasy ale trhajú. Myslím si, že za takú cenu, čo toto zariadenie stojí, sa už dajú kúpiť aj nožnice slušnej kvality, ktoré sa dajú použiť nie len na jedno ostrihanie. Podľa vlastných skúseností – lebo aj ja som to vyskúšala – konce vlasov po ich použití budú príliš stuhnuté.

Hrebene, kefy

Druhým najčastejšie používaným prostriedkom je hrebeň. Môžeme si vyberať z mnohorakých, záleží na tom, na aký účel, pracovný proces ho chceme použiť, resp. aký typ vlasov máme upraviť. Profesionálny hrebeň a kadernícke nástroje sú vyrobené podľa najnovšieho vývoja, vynálezov a druhov materiálov. Je veľmi dôležité, používať vhodný hrebeň, veď správna starostlivosť o vlasy je bez toho nie možná. Za pomoci profesionálneho hrebeňa a správnou starostlivosťou o vlasy môžeš zvýšiť krásu koruny svojich vlasov. Použitie druhu hrebeňa je závislé od typu vlasov a účesu. K určitému typu vlasov, zvoľ vhodný hrebeň.

Profesionálne hrebene, hrebene k strihaniu a hrebene na rozčesávanie sú každodenné v domácnosti aj u kaderníka. Antistatické a hrebene z uhlíkových vlákien sú každodenné doplnky pre modernú starostlivosť o vlasy. Pre šetrné česanie a profesionálny styling vlasov je tiež dôležitý správny typ hrebeňa, jeho veľkosť a použitie.

Náročnosť sa tu nerozumie len zhľadiska výberu hrebeňa dobrej kvality, ale aj z hradiska čistenia a v prípade jeho poškodenia. Nepracuj so zlomeným alebo poškodeným hrebeňom, lebo to Ti poškodzuje doteraz vytvorený obraz o Tvojej náročnosti, Jednoducho sa zbav takého nástroja, zabudni na to, že sa ešte môže na niečo hodiť.

Najzákladnejšie sú:
- hrebene k strihaniu vlasov rôznych rozmerov
- štýlky
- hrebeň s vidlicou na konci,
- rozčesávací hrebeň
- melírovací hrebeň

Z kaderníckeho hradiska sú najdôležitejšie kritériá:
- aby boli antistatické
- tvrdosť, flexibilita
- dlhá životnosť
- dobrá použitelnost
- odolnosť voči chemikáliám (farba na vlasy, odfarbovač, dezinfekčné prostriedky)

Pohovorme si aj o takom prostriedku, ktorý málo kaderníkov pozná a ešte menej používa, melírovací hrebeň. Mimoriadne jednoducho sa používa na zmenu farby a dosiahneme s ním najprirodzenejší účinok. Môžeme ho používať pri odbarvení ako aj pri farbení.

Je veľmi výhodné, že naraz môžeme používať viacere farieb v tom istom čase a na tie isté vlasy. A čo sa ceny týka, je mimoriadne lacný. Počas používania je potrebné dohliadnúť len na to, aby vrstvy umiestnené nad sebou boli súbežné.

Spony

Spony sa na prvý pohľad ani nezdajú byť takým základným prostriedkom, ale ak sa zamyslíme tak zistíme, že vlastne okrem trvalej a umývaní vlasov ich používame.pri každom pracovnom procese. Preto je dôležité aby aj spony boli kvalitné a nerozhodujme sa podľa ich farby. Uvedomme si, že vieme s nimi upevniť vlasy rôznej hrúbky a aj rozdelenie vlasov vieme za ich pomoci urobiť presne a rýchlo. Aj tu by som chcela upozorniť na to, že ak dôjde k poškodeniu nástroja, je potrebné zbaviť sa ho.

Kefy na vlasy

Aj tu rozhoduje kvalita a funkcionalita, že akú kefu použijeme. Rozoznávame:

- rozčesávaciu kefu
- kefu používanú k sušeniu vlasov (srsť, umelá hmota, termokefa)
- kefa na drdol

Bez ohľadu na to, načo kefy používame, majú byť vyrobené z ľahko čistiteľných a dezinfikovateľných materiálov a taktiež bez poškodenia.

Rozčesávacie kefy

Zpravidla ich používame pri dlhých vlasoch. Tie z umelej hmoty používame hlavne pri rozčesávaní mokrých vlasov. Tie z prirodzenej srsti používame na suché vlasy. S kefamy nie len rozčešeme vlasy, ale sú aj súčasťou ich ošetrovania.

Kefy k sušeniu a formovaniu vlasov

Kefy k sušeniu vlasov delíme dvojako.

- Kefy krokodýly používame ku krátkym vlasom ako aj v panských holičstvách.

- Kruhové kefy používame takmer výlučne v ženských kaderníctvach, vzhľadom k tomu, že za ich pomoci vieme vytvoriť jemnejšie účesy. Dnes sú už najrozšírenejšie termokefy, s ktorými dosiahneme ešte rychlejší a krajší výskedok. Ak dovolíte, podelila by som sa s Vami o jednu praktickú radu. Zúčastnila som sa už mnohých školení a zisťujem, že mnohí z kolegov tiež nepoužívajú jeden z najlepších malých prostriedkov, konkrétne, páčku na rukoväti kefy poväčšine ju ani nezbadajú.

Jo to malý koniec štýlky, ktorý sa dá vytiahnúť, zastrčiť opačne a dá sa veľmi dobre použiť na oddeľovanie vlasov.

Našou ďalšou veľkou témou je používanie **elektrických zariadení.**
Ktoré elektrické zariadenia sú najčastejšie používané v kaderníctve?

- Stroj na strihanie vlasov
- Žehličky na vlasy
- Sušič na vlasy
- Klimazon, parná búra
- Búra na sušenie vlasov

Stroj na strihanie vlasov

Myslím si, že pri slove strojčeky na strihanie vlasov každému v dnešnej dobe prichádzajú na myseľ trendoví kaderníci, ktorí sa špecializujú výlučne na strojové strihanie. Samozrejme, aj v ženských kaderníctvach je strojček na strihanie vlasov základným nástrojom. Môžeme si vyberať z rôznych typov, ale doporučujem zakúpiť kvalitný profesionálny strojček. Vyberajme si podľa následovných kritérií.

- Hustota používania (kaderníctvo, alebo barber schop)
- Výkon
- Váha
- S káblom, alebo bez kábla preferujeme bez kábla
- možnosti servisu
- dĺžka kábla

Vo výlučne panských holičstvích je potrebné zadovážiť si viacero strojčekov na strihanie, kým v dámskom kadernícve postačuje jeden na strihanie a jeden na orezávanie kontúr.

V barber schopoch je veru potreba mať aj tzv. strojček na kožu, tam strihajú do 0 mm. Doporučujem mať aj jeden strojček s káblom, lebo by bolo nepríjemné, keby sa na polceste strihania vybil akumulátor.

Pero na tetovanie

Tetovanie vlasov sa rozšírilo tak v kruhu žien ako aj mužov. Na začiatku to začalo tak, že sa britvou vytvorila sem tam nejaká čiara, neskôr sa tento trend značne rozšíril. K tomuto je potrebná veľká prax a zručnosť, veď v niektorých prípadoch už hovoríme o umení.

Žehlička na vlasy

V dávnejších dobách slúžila na kučeravenie vlasov. Avšak od polovice 90–tich rokov sa rozšírilo hladiace železo. Jeho použitím sa vlasy javia lesklejšími, plastrickejšími, neskôr sa znovu vrátili vlnky a kučery a od tej doby nastal rozmach žehličiek na vlasy, ktoré je možné zakúpiť v rôznych formách, závisle na tom, aký efekt chceme dosiahnúť. Nedoporučujem zakúpiť všetky druhy.

Ale mali by ste si vybrať podľa následovného: aký povrch má žehliaca plocha (teflon, keramika, titán, teflonové vlákna)

Typy žehličiek na vlasy

Môžeme si vybrať z viacerých materiálov, ktorými sú potiahnuté žehliace plochy. Nemám jednoznačné doporučenie, veď to záleží od typu vlasov, spôsobu používania vždy iný a iný povrch môže predstavovať ideálne riešenie, ale stojí za to preskúmať základné vlastnosti jednotlivých typov.

S keramickým povrchom: Áno, je veľmi rozšírená a veľmi populárná, čo je spôsobené rovnomerným rozložením tepla. Vďaka rovnomernému zahrievaniu keramických doštičiek sa nemusíme báť horúcich miest a hrán, takže sa môžeme vyhnúť zvýšenému poškodeniu vlasov.

Teflonový obal: V prípade žehličiek na vlasy má podobnú úlohu ako v prípade kuchynských nádob. Vďaka nepriľnavému povlaku sa môžete vyhnúť prilepeniu zvyškov rôznych kozmetických výrobkov a výrobkov na starostlivosť o vlasy, a nedochádz k zlepeniu vlasov.

Žehlička na vlasy z teflonových vlákien: Zatiaľ sú málo známe, ale vďaka svojim dobrým vlastnostiam sa určite stanú obľúbenými. Sú celkom nepriľnavé a pritom zabezpečujú dobré rozloženie tepla. Pre mnohých je to ideálny produkt.

Žehlička na vlasy s turmalínovým obalom: Turmalín je prirodzený materiál s jonizačnými vlastnosťami. Takto sa vlasy stávajú ešte lesklejšími.

- regulácia teploty
- úzky, alebo široký povrch
- s viacerými funkciami

Mala by sa spomenúť žehličku na vlasy, ktorá vznikla spoločným rozvojom svetoznámych firiem na trhu s kozmetickými výrobkami a tiež svetovo známou elektronickou spoločnosťou.

Vlastnosti:

- Obnovuje keratinóznu štruktúru vlasov
- Využíva vstavané bielkoviny na obnovenie sily vlasov
- Zjemňuje a vyhladzuje vonkajšiu vrstvu vlasov a dodáva vlasom lesk
- Chráni vlasy pred vonkajšími škodlivými účinkami a zachováva si životaschopné živiny a hydratovanú žiaru

Sušič na vlasy

Tiež patrí medzi najčastejšie používané prostriedky. Môžeme si vyberať z mnohých druhov, hlavne v závislosti na našej peňaženke a s prihliadnutím na vlastnosti:

- výkon
- ergonómia
- predpokladaná životnosť
- váha
- dĺžka kábla !!!

Najdôležitejšie pri tom je, aby sme vždy kúpili profesionálny sušič na vlasy. Majú podstatne vyšší výkon a vydržia viac pracovných hodín. Minimálne očakávania sú, aby mali difuzér. Moderné sušiče slúžia jednostaj vlasom a tiež chránia zdravie kaderníčky. Tak ergonomicky ako z hľadiska vlasov sú šetrné a prikladá sa dôraz aj na najnižšiu hlučnosť. Veľa záleží na dĺžke životnosti, ktorá je závislá na ošetrovaní a servise.

Klimazon, parná búra

Podľa môjho názoru už v 21. Storočí musí mať kaderník jedno z troch zariadení. Cena času sa zvýšila tak pre zákazníka ako aj kaderníka. Nie je jedno, koľko času zaberie daný úkon. Tiež je dôležitá kvalita vykonaného úkonu. K tomuto prispieva ktorýkoľvek z týchto produktov.

Klimazon

Existuje mnoho spôsobov, ako pomôcť a urýchliť prácu kaderníka pomocou niektorých prostriedkov, jedným z nich je klimazon. Odporúča sa kúpiť klimazon pre kaderníkov, ktorí majú veľa hostí, mohli a chceli by robiť viac práce pri farbení vlasov. S klimazonom vieme skrátiť čas potrebný na farbenie, odfarbenie a trvalú o jednu tretinu času. Pri farbení dosiahneme intenzívnejší účinok farieb a optimálnejšiu trvanlivosť.

Typmi klimazonu: Môžete si vybrať medzi nástennými a voľne pohyblivými typmi. Nástenné sú drahšie, pohyblivé sa valia a tak ich vieme lepšie priblížiť na správne miesto. Displej zariadenia môže byť elektronický alebo digitálny. Digitálny kimazon je modernejší, ale neovplyvňuje jeho použiteľnosť.Teplotu a prevádzkový čas môžeme manuálne meniť v závislosti od potreby, čo si samozrejme vyžaduje skúsenosti. Existujú aj také typy, u ktorých si môžete vybrať z predprogramovaných služieb. Existuje časť hlavy, ktorá je statická, to znamená, že stojí, alebo sa pohybuje okolo hlavy súčasne. Môžeme nájť tzv. kombinovaný model, ktorý je zároveň klimazon aj sušič na vlasy s búrou. Treba byť však opatrný, lebo sú aj taký výrobcovia farieb, ktorí nedoporučujú používať klimazon.

Parná búra

Mnoho ľudí už pozná parnú búru, nehovoríme nič nové, pravdepodobne ani s ozónovo-iónovou parnou búrou. Otázka však znie: vie každý, ako to funguje a aké sú účinky? Priniesli sme trochu technického návodu, aby každý vedel, čo je táto nová technológia a prečo sa oplatí aplikovať v kaderníckych salónoch? Výhody pary sú známe už dlhý čas a využívajú sa už dlhú dobu, používali sa už pred stáročiami na Blízkom východe a je veľmi dôležitou súčasťou starostlivosti o krásu v arabskom svete.

Rýchlo sa rozvíjajúci a neustále sa vyvíjajúci svet tiež vyžadoval túto technológiu, ale len na základe kompromisu, všetko ihned ale okamžite. Na tento účel bol vyvinutý inteligentný stroj Müster & Dikson, ozónová iónová parná búra.

Parná búra vs.ozónovo iónová parná búra

Ozónovo - iónová parná búra nielenže využíva pary, ale aj ozón a ión významne prispievajú k priaznivým účinkom.

Načo je dobré využívanie pary v kaderníctve?

Ako vieme, para má blahodárny účinok: otvára póry, odstraňuje odumreté kožné bunky a zlepšuje krvný obeh, jej teplo spôsobuje množstvo krvi, ktorej čistiaca sila zvyšuje účinnosť čistenia pokožky.

Načo je dobré používanie ozónu v kaderníctve?

Liečba ozónom sa používa už asi sto rokov, nie nováčik. Bakteriálny účinok ozónu závisí od prítomnosti vody (alebo pary). Pôsobí priamo na ošetrovanú oblasť.

Ako pôsobí ozónovo ionová parná búra?

Kombinovaný účinok týchto troch prvkov - ozónu, iónu, pary - má pre nás každodenné kozmetické riešenie.

1. Znižuje expozíciu akémukoľvek produktu pri farbení vlasov akýmkoľvek postupom odlupovania

2. Vďaka kombinácii troch prvkov budú vlasy hydratované, lesklé, a silné. Znižuje statiku, takže vlasy sa ľahko rozčesávajú.

3. Obmedzuje tvorbu tukov a lupín na hlave, pomáha obnoviť správnu mikrocirkuláciu

4. Kombinácia týchto troch prvkov zlepšuje intenzitu zafarbenia vlasov, pomáha farbivu lepšie priľnúť k prírodným zložkám vlasov a chráni ich pred vyblednutím.

Čo z toho prežívá hosť?

Len sedí a opeknieva a to len za krátku dobu, približne 15 minút. Touto technológiou si každý môže uľahčiť v salóne život.

Nakoniec si povedzme, že toto všetko ako vieme zabezpečiť? Tajomstvo je aj tu vo vedomí. Myslím na určité finančné vedomie. Nemyslite si, že zisk, ktorý ste vyprodukovali môžete minúť, resp. minie ten čo nemá finančnú disciplínu. Verte mi, že ak zo zisku vyčleníte určitú čiastku na rozvoj, postupne sa bude situácia vylepšovať a príjmy zvyšovať Čím budeš vedomejšie a precíznejšie pracovať, tým budeš mať väčší rešpekt aj voči hosťom. Mojím cieľom bolo, motivovať Vás k náročnosti.

Ak dovolíte na záver ešte toľko, že aj já som tak začínal ako teraz Vy, ale život ma obdaril takými majstrami, od ktorých som sa veľa naučil a dúfam, že z toho som Vám niečo odovzdal.

Popis modulu

Školiaci program, Implementácia spoločného kreatívneho profesionálneho výmenného programu „VOGUE CAMP“
Modul: Ukáž mi nástroje, poviem Ti kto si

I. Obsah výcvikového modulu
Zvyšovanie komfortu hosťa
Vytvorenie salónu krásy
Spríjemnenie času stráveného v salóne
Výber nástrojov, ručné a elektrické náradie
- Nožnice
- Hrebene, kefy
- Spony
- Strojčeky na strihanie
- Perá na tetovanie vlasov
- Žehličky na vlasy
- Sušičky na vlasy
- Klimazony, parné búry
- Zachovanie stavu náradia

II. Cieľ, ktorý sa má dosiahnuť: Účastník by mal byť schopný
Plánovanie prevádzky kozmetického salónu
Plánovanie architektonického / interiérového dizajnu kozmetického salónu a zúčastniť sa ho ako profesionálny zákazník
Výber nábytku pre salón krásy
Vybrať profesionálny nábytok pre salón krásy (napr. Ošetrovacie kreslo)
- Výber správnych nástrojov
- Výber nožníc
- Výber hrebeňov a kefí
- Výber spôn
- Výber strojov na strihanie vlasov
- Výber pier na tetovanie vlasov
- Výber žehličky na vlasy
- Výber sušičiek na vlasy
- Výber Klimazonov a parných búr

Zachovanie stavu náradia

III. Cieľová skupina školenia: študenti študujúci v kozmetickom priemysle (kaderníctvo, kozmetika, návrhárka módy a štýlu) resp. mladí odborníci v kozmetickom priemysle.

IV. Počet školených v skupine: 12 - 15 ľudí

V. Doba trvania modulu: 16 hodín

VI. Rozvíjať osobné a spoločenské kompetencie:

Presnosť
Zručnosť
Kreativita
Riešenie problému
Komplexné myslenie
Kritické myslenie
Vizuálne rozpoznávanie
Spolupráca
Prezentačné schopnosti

VII. Podrobný program modulu:

A. Samostatná príprava 8 hodín
   Na základe metodologického materiálu, kapitoly „Ukáž mi nástroje, poviem Ti kto si“ prehľad a spracovanie témy.
B. Predstavenie sa, oboznámenie s cieľom a obsahom tréningu: 0,5 hod.
C. Úvodné teoretické vzdelávanie 3,5 hod.
   V rámci frontálnej prednášky vykonať školenie školiaceho modulu.
   Prezentácia tvorby, vybavenia a nástrojov kozmetického salónu, prezentácia pozitívnych a negatívnych príkladov, zapojenie účastníkov do riešenia praktických problémov prostredníctvom príkladu Virtuálneho kozmetického salónu.
D. Tréning v malých skupinách: 4 hod.
   V skupinách po 3-4 účastníkov, skupinová práca so zameraním na spracovanie praktických znalostí modulu
   Koncepčný plán vybavenia kozmetického salónu
   Zostavenie zoznamu minimálnych nástrojov
   Profesionálna koncepcia pre súťaž v kozmetickom priemysle a zostavenie zoznamu potrebných nástrojov.
E. Predpoklad na dokončenie modulu: účasť na úplnom počte hodín modulu odbornej prípravy v teoretickom vzdelávaní a tréningu malých skupín.

DOPORUČENÁ LITERATÚRA

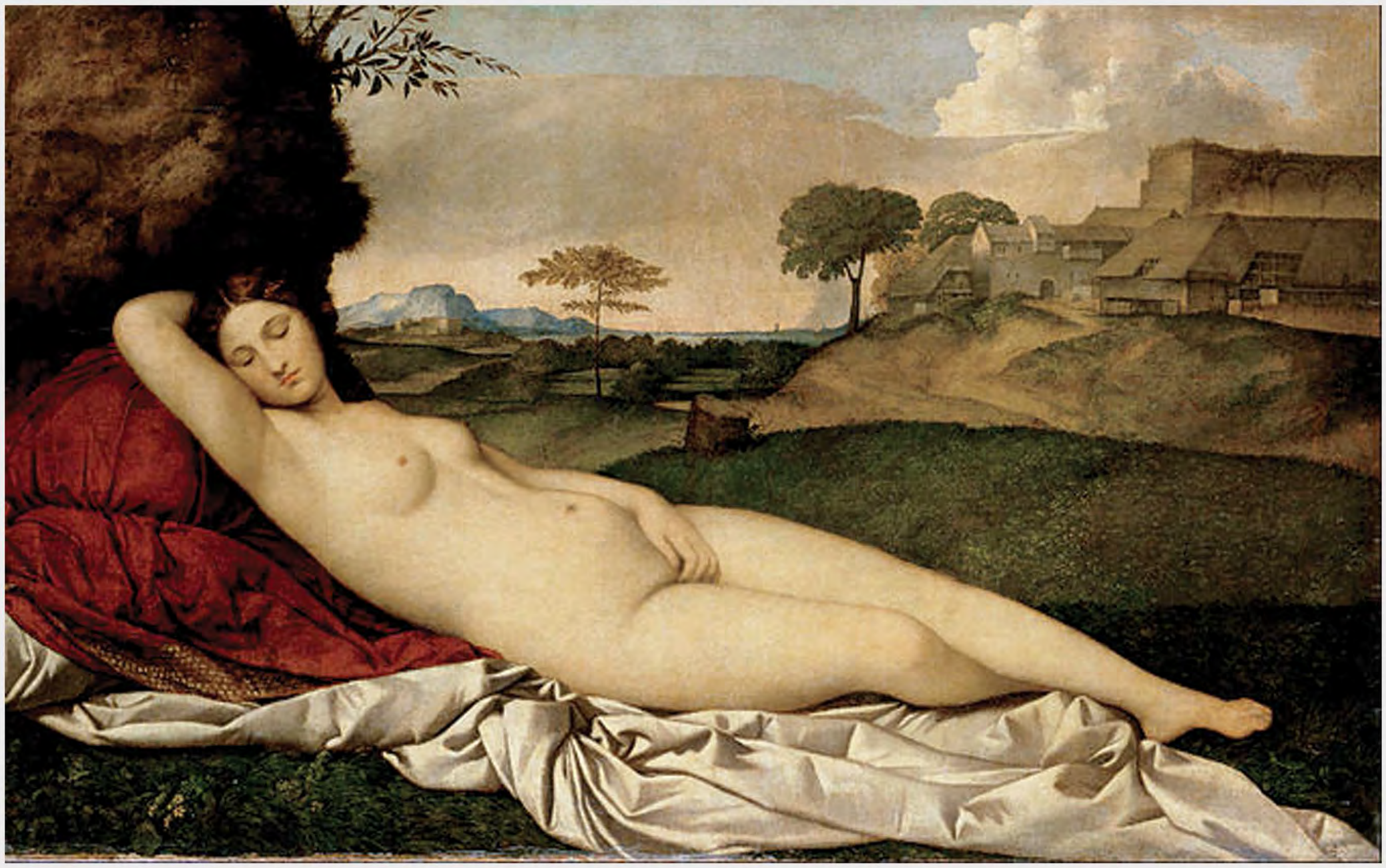
Molnár Tímea: Typy farieb – farebne, vedome
StílusMentor 2016

KOMUNIKÁCIA V PRIEMYSLE KRÁSY

Kto je krásavica, krásavec? Čo je krása?

„Pekné je to, čo sa vám bez záujmu páči.“
Immanuel Kant

Existuje veľa definícií, ale každý vek má svoje vlastné ideály. Preto sú „dejiny krásy samými dejinami zmien.“ Hoci boli ženy po dlhú dobu neviditeľné pre spoločnosť, umenie a maliarstvo im predsa pridelilo ústrednú rolu. Tento kontrast je v mnohých oblastiach napätý, ale zobrazenie o ňom veľa hovorí. Pre nás sú v prvom rade dôležité ideály krásy každého veku, ktoré sa s obrovskými rozdielmi vzájomne striedali. Ak bola v móde krehká krása a štíhle postavy, tak nasledujúce smerovanie uprednostňovalo viac podsadíte, baculaté modely. Obrazy to dobre ilustrujú.



Ako Giorgioneho maľba Spiaca Venuša alebo následné zobrazenia Madony a Evy dokazujú napäté kontrasty medzi stredovekom a renesanciou. Preto môžu maľby a umelecké diela slúžiť ako základ foriem komunikácie starých čias, najmä s ohľadom na ženskú krásu.
Je tiež zaujímavé, kedy a čo sme ukázali. Zatiaľ čo dámy ležali na póroch na obrázkoch renomovaných renesančných maliarov, bolo obdobie, keď sa blikajúci členok zdal škandalózny a pásy cnosti neboli odstránené. A dámy mali zakázané ukazovať vlasy pretože to bolo synonymom erotickej príťažlivosti. Obzvlášť pre dámy s ryšavými vlasmi. V stredoveku to boli symboly oplzlosti a nebezpečenstva, čarodejnice. Dokonca ani v 19. storočí sa nemohla objaviť žiadna slušná žena s rozpustenými vlasmi. Obrázky Sissi Winterhalter, rakúskej cisárovnej zobrazujúce jej rozpustené vlasy, boli zhotovené len na súkromné účely jej manžela a boli striktne uchovávané v jej apartmáne. Na konci 19. storočia sa už červenovlasé ženy zobrazovali ako femmetalentky, ako protiklad slušných a vážených dám.

Pod vplyvom pohybovej kultúry dvadsiateho storočia je dnes jednoznačne, štíhla postava ideálna. Nestačí však len tento aspekt uspokojiť. Okrem dokonalých tvarov sa očakáva ideálna štruktúra tváre, plné pery, hladké rysy, žiadne vrásky, symetrické tvary, bezchybný nos a úsmev ukazujúci blikajúce pravidelné biele zuby. Vyžaduje si to podstatne viac pozornosti, avšak existuje aj omnoho viac ďalších možností aj na svoju prezentáciu. Nie je to privilegium len niekoľkých výnimočných ľudí, ktorí sa kedysi mohli objaviť na obrazoch velikánov doby a poznajú ich tvary aj o sto rokov, ale s rozvojom technológie sa môže ktokoľvek ukázať a získať uznanie svojim tvarom, šarmom a výhodnou postavou.

Náš vek umožňuje súčasne aj extrémnejší prístup. Do nekonečna vypracované profily kulturistov, štíhla postava alebo podivné, takmer pochybné kostnaté postavy manekínok môžu tiež získať priestor, pretože kozmetický priemysel hľadá tiež dobre identifikovatelné, vynikajúce a aj výnimočné riešenia. Neobmedzené možnosti publikovania, ich nekonečného využívania, nechávajú priestor pre kreativitu, nezvyčajné, zvláštne a jedinečné.

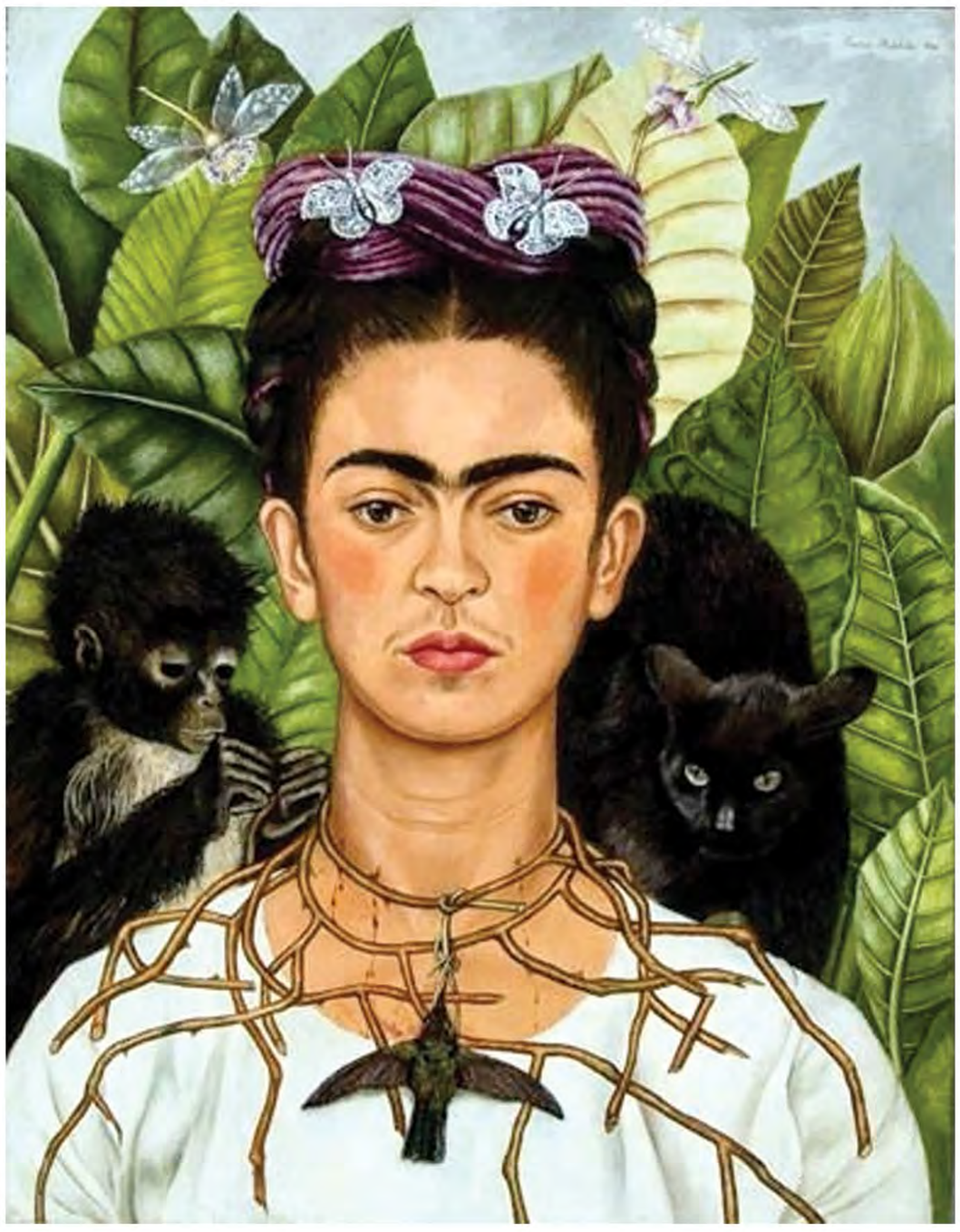
A to všetko posilňuje dôležitosť komunikácie. Nestačí niečo vytvoriť. Musíte to ukázať! Bez tohto už dnes nemá tvorenie silu a príležitosť uplatniť sa. Teda Kantova veta o tom, že krása je to, čo sa páči bez záujmu, môže mať večnu platnosť, ale pre človeka našej doby je ťažko dekódovatelné. Na jednej strane, preto že hlavnou zásadou je ukázať všetko za každú cenu, distribuovať, zabehnúť. Na druhej strane, preto, že všetko sa organizuje v súlade so zákulisnými záujmami...

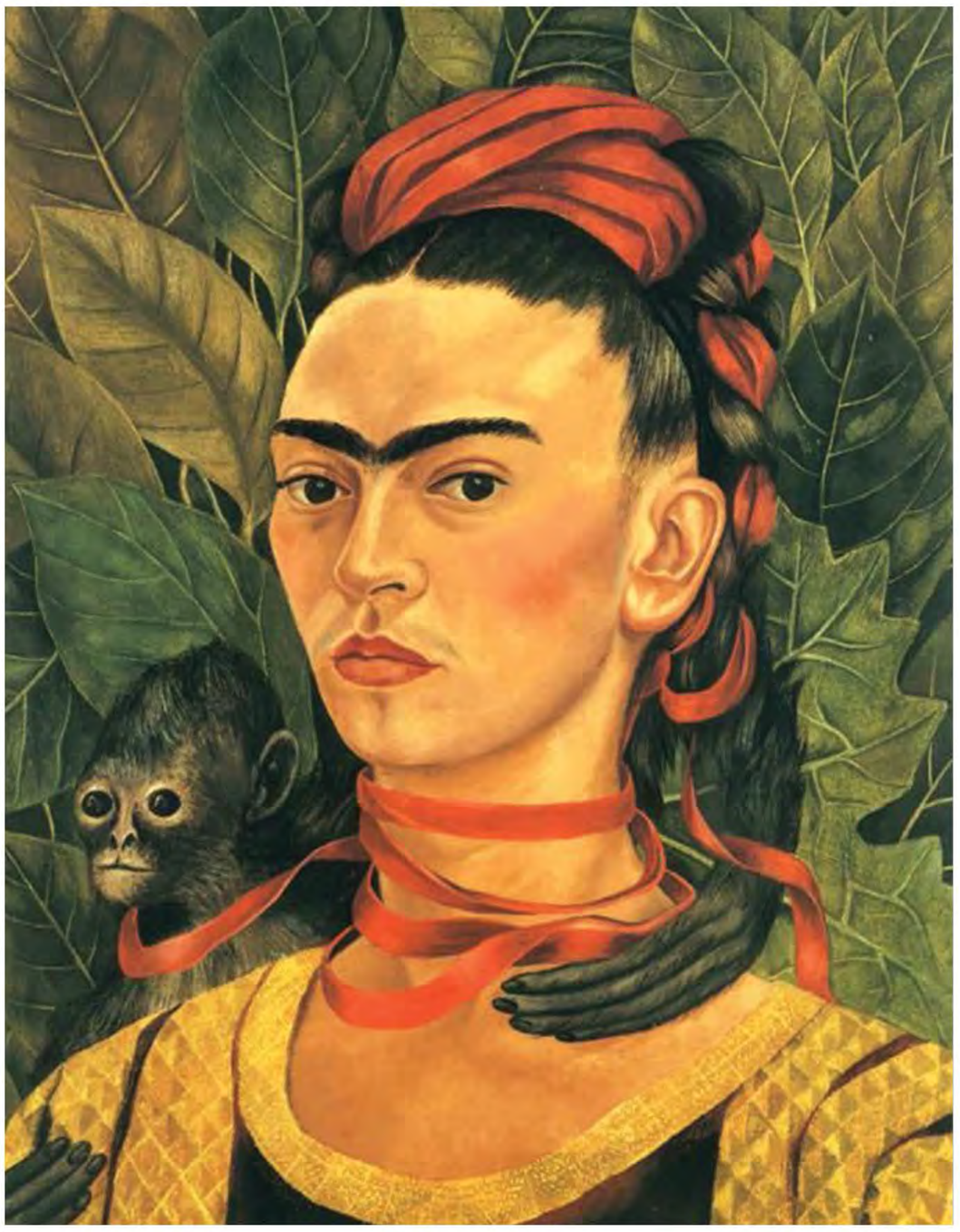
Ako sa to ukazuje?
Čo ukáže o sebe?

V predošlom sa nehovorilo len o tom, že čo je ideál krásy, ako sa vekmi mení, ale aj o tom ako sa ukazuje. Čo ukážeme, kto to ukáže a v akej forme? V predchádzajúcich vekoch bolo zobrazenie ľudí majetkom umelcov. Vlastné portréty zhotovovali zasvätený tvorcovia, aspoň väčšinou tie uzreli svetlo sveta a nie s každodennou pravidelnosťou. Väčšina tvorcov boli muži, preto boli po celé stáročia na autoportrétech muži.

Príchod fotografie priniesol zmenu v žánri, ktorý sa stal jednoduchšou a dostupnejšou formou zobrazenia ľudí a bol dostupný aj v každodenných situáciách. Po dlhú dobu však nebol „nútený“. Aj v rodinných albumoch sa dostal obrázok iba z dôležitejších udalostí. Keď sa už fotoaparát stal súčasťou rodinných výletov a každodenného života, bolo možné pomocou fotoaparátu kedykoľvek „tvoriť“, autoportréty vstúpili do novej éry. A so šírením internetových a sociálnych stránok sa ktokoľvek mohol objaviť v akomkoľvek kontexte.

Nie je však jedno, že čo ukážeš o sebe, alebo ako prezentuješ iných. Zo zobrazovania a obrazov sa mnoho odhalí. záleží však na tom, čo sami o sebe ukazujete alebo ako zobrazujete ostatných. Z vyobrazení a obrázkov je zrejmé veľa vecí. Majstrom tohto bol popri iných Frida Kahlo, ktorý maľoval veľa autoportrétov a portrétov a zobrazoval svoj vlastný svet s mimoriadne intenzívnymi nástrojmi, bohatým pokladom motívov, jeho chorobami, snami, túžbami a osobitnou životnou situáciou v mimoriadne extrémnej podobe. Všetko bolo možné prečítať z hovoriacich obrázkov. Nemusíte sa však tak hlboko rýpať, natoľko umelecky formulovať, aj každodenná fotografia je mimoriadne výrečná.





Čo sa dá vyčítať z hore videného obrazu? Má jednoznačné odkazy? Sú otázky súvisiace z obrazom? Mohla by následovat dlhá analýza. Jedno základné pozorovanie je, že či má dievča ruku? Má pažu? Divné držanie tela napokon predpokladá, že jedna končatina chýba. Takže aj jednému základnému nastaveniu / postaveniu je potrebné venovať mimoriadnu pozornosť. A koľko dôležitejších aspektov existuje!

Čo by mala ukázať zo seba?

Po prvé, stojí za to domyslieť to, ako chceme vidieť objekt - buď sami seba – alebo tú osobu, ktorú chceme ukázať. Usilujeme sa o eleganciu? Pre trendy ukážku? Chceme maľovať komický alebo solídny obraz? Alebo má byť divoký? Odev a účes tiež určuje osobnosť. Zvýrazniť to ešte môžeme prostredím alebo predmetmi priradenými k objektu. Dôležité je plánovanie a komplexnosť.
Vzťahuje sa to na všetky oblasti nášho života. Na autoportrét, predstavenie iných a aj na vnímanie prostredia alebo našej práce. Sústavným nutkaním predvádzať sa, dávame vidieť aj naše prostredie, aktivity a čokoľvek iné. Ak týmto trávime čas, tak to aj zúžitkujme, využime vo vlastný prospech. Ako? Dobrou stratégiou!

Komu komunikujeme?

Keď začneme komunikovať, je treba zvážiť veľa aspektov. Ak pracujeme v kozmetickom priemysle, najprv posúďme, kto je naša cieľová skupina, s akou vrstvou chceme pracovať. Vieme, že „bežíme" v niekoľkých kategóriách, naša služba môže byť exkluzívna, môže byť zameraná predovšetkým na mladú, staršiu generáciu, možno, že by sme chceli osloviť masy s lacnejšími službami a komunikovať im.. V každom prípade musíme zvoliť inú stratégiu. Potrebujeme poznať vrstvu, ktorú uprednostňujeme. Musíme vedieť, čo považujú za dôveryhodné, čo ich priťahuje alebo čo by pre nich mohlo byť urážlivé ... Toto treba dôkladne premyslieť a potom konať.

Podľa akých hodnôt komunikujeme?

V čom sa líšia hore videné reklamy? Každá chce predať iný produkt. Z toho vyplýva, že chcú osloviť inú skupinu žien. Prach na pranie ponúkajú gazdinkám, vysávač pre solídnu modernú úradníčku, opaľovacie mlieko pre ženu z vysokej spoločnosti, čokoládu pre dievčatko v puberte, cigarety pre slečnu, ktorá sa rada a dobře zabáva, nealkoholický nápoj ponúka milá servírka ako dobrá hostiteľka. Všetci sa pekne usmievajú, preto, že je pre nich táto vec užitočná a sú šťastné z týchto potešujúcich produktov, tovarov a výrobkov. Podstata je aby sa ten komu je určená reklama, vedel s ňou ztotožniť a produkt bezpodmienečne kúpil! Jej je určená a bude z neho šťastná.

Toto je základná situácia, lenže dnes už nestačí používať plagáty – na mnohorakých plochách, meniacimi sa produktmi médií to robíme oveľa intenzívnejšie:

Média offline

Zariadenia offline sú: použitie novinového papiera, billboardov, letákov, televíznych a rozhlasových reklám a akéhokoľvek iného „rukolapného" reklamného nástroja nájdeného v hmotnom svete, ktorý nepatrí do kategórie internetovej reklamy.

Podľa účinku zoskupujeme reklamy:

- **zmyslová reklama**
- **emocionálna reklama**

Preto napríklad v prípade technických výrobkov inzerenti často pracujú s parametrami, povedia nám, aké sú vlastnosti, o koľko sú modernejšie, výkonnejšie, o aké nové technické výdobytky sa jedná, s nejakým výnimočným vývojom..

Online médiá

Sem patria nástroje webových médií. Napríklad plochy sociálnych médií, kde sa správa šíri prostredníctvom sociálnych interakcií. Sociálne médiá využívajú možnosti internetu a expozície online. Podporuje vedomostnú demokraciu a zároveň mení ľudí z príjemcov obsahu na redaktorov obsahu.

Kým inokedy jednoducho pôsobia na zmysly a pôsobia farbami a tvarmi, alebo sa snažia priniesť požadovaný pocit. Tento vplyv zvyčajne využíva aj kozmetický priemysel, veď kozmetika a parfumy upevňujú vizuálny zážitok.
Je pravda, že v prípade výrobkov na starostlivosť o vlasy a krémov sa niekedy pokúšajú vizualizovať zložky a chemické procesy. Textilný priemysel koná tiež podobne, keď vyzdvihuje kvalitu a zloženie materiálu. Pretože vizualita vždy prevýši verbálnosť, iba pohľadom a vplyvom dobrého reklamného nápadu je spravidla efektívnejšia.

Je veľmi dôležité zbadať, že v emocionálnych reklamách sa objaví ideálny stav s peknými ľuďmi odrazený od tej situácie, čo predstavovali v šesťdesiatych a sedemdesiatych rokoch americké gazdinky na reklamách pracích prostriedkov a vysávačov. Hviezdy našepkávajú, že vďaka parfumu bude jeho užívateľ - ktokoľvek je to - strašne elegantný a luxusný. Ale nezabúdajme, že ak sa musíme uistiť, že či budú šaty alebo koberec dostatočne čisté už nie je isté, že budeme veriť hviezdám. Vtedy opäť patrí terén domácim gazdinkám aj v roku 2020. Okrem toho je ešte autentickejšie, ak to povie souseda, alebo priateľka alebo sama matka alebo babička. Lebo vieme, že naši priatelia, známi a milovaní nám určite chcú dobře...teda im bezvýhradne veríme. Preto je to také bežné, že pri cestovaní autobusom, stretnutí so susedkou sa dozvieme, že aký prostriedok je najlepší na nachladnutie, alebo čo a kde je potrebné nakupiť. Tu sa dostáva do popredia veľmi dôležitá vec, na ktorú by kaderníčka alebo kozmetička nikdy nemala zabudnúť! Taká komunikačná kategória s ktorou poskytovatelia služieb prichádzajúci do kontaktu s mnohými „objednávateľmi" v zásade počítajú, ale existuje aj ako „kategória komunikácie": fáma. Fáma je jednoducho ten kanál, ktorý poznáme len tak, že ústne podanie. Preto v práci, pri komunikácii s partnerom, vždy dobre zvážme, čo hovoríme, čo o sebe oznámime, ako sa rozprávame, ale aj to ako gestikulujeme, lebo reč tela je mimoriadne výrečná. ako naše sebavedomie, o ktorom hovoríme, ale aj to, ako gestikulujeme.

Fáma je taký silný „reklamný kanál", ktorý masovo dovedie zákazníkov, ale môže ich aj odplašiť. Každá reklama je totiž zbytočná, ak fáma nepodporí to čo o sebe pomocou prostriedkov online a ofline na rôznych kanáloch komunikujeme. Teda ak zle pracujeme, nešetrne zaobchádzame so zákazníkmi alebo akýmkoľvek iným spôsobom vyvoláme negatívny účinok. Ten sa okamžite začne šíriť a za okamih zničí náš draho a množstvom práce vybudovaný imidž. Je veľmi ťažké vybudovať značku, ale oveľa ľahšie je zbúrať ju!

Ako začať budovať značku?

Teda ako má rozmýšľať kaderníčka alebo kozmetička, aby inzerovala stylistku Aké mediálne materiály má vytvoriť? Ako vie najlepšie pôsobiť? Aj keď sa vám podarilo vybrať si podľa vyššie uvedeného rozdelenia, situácia je oveľa komplikovanejšia. Veď sa musíme usilovať o komplexnosť. Najlepšie je začať s vedomím budovaním od začiatku podnikania. Keď za mladi, plní ambícií, hoci aj malými krokmi, ale podľa našej individuality a vzhľadom na možnosti začneme budovať značku. Môže to byť signo každého, môže byť dobrým podpisom, alebo môže použiť svoj monogram k tomu, aby položil svoju ochrannú známku a z toho čerpajúc inšpiráciu začal budovať svoju povesť.

ANTONIA FOYLE
PERSONAL STYLIST

janice davidson
STUDIO & SALON

hair stylist

Samozrejme logo, základná myšlienka, neskôr sa môže meniť, ale už ako mladý začiatočník v povolaní naznačuje vážnu odhodlanosť, ak sa niekto predstaví svojim logom, alebo pekne naplánovaným monogramom na vizitke s telefónnym číslom. Takáto základná karta je v dnešnej dobe nevyhnutná. A potom je možné základný komunikačný balík neustále rozširovať.

Jeden leták, leporello alebo nejaká nápaditá firemná karta sa dajú relatívne ľahko navrhnúť a vytlačiť, dokonca sa dajú distribuovať rozptylom. Jedným z prvých momentov by však malo byť rozšírenie online priestoru.

Komunikácia cez Facebook je ešte stále najrýchlejším, najúčinnejším a najefektívnejším spôsobom, ako osloviť masy. Jeho plochy sa dajú dobre využiť na rozptyl kompaktných informácií. Vďaka premyslenej štruktúre obsahu sa môže transformovať na mini mediálne rozhranie, v ktorom je možné vysielať aj textový obsah, obrázky, videá a živé vysielania. Spolu s neustálym rozvojom možno na jednom mieste oznámiť aj rozsah služieb alebo produktov. Do albumu môže byť zahrnutý relevantnejší obsah. S reklamnými možnosťami môžete generovať aj návštevnosť stránok a prístup k obsahu. To sa oplatí dobre využiť.

Rozmanitosť komunikácie na Facebooku je mimoriadne dôležitá. Kľúčovým slovom je face, tj. tvár. Je dôležité, aby v centre boli vždy ľudia. Na jednej strane my samy, pretože dobre identifikovateľná činnosť, naša vlastná práca spolu s našou tvárou, je autentická. Takto sa musíme postaviť, ale môžeme to urobiť vo viacerých úlohách, pretože naša individualita umožňuje túto rozmanitosť:

1 **ako špecialista** - môžeme založiť odbornú sekciu, kde s malými článkami môžeme poradiť alebo odpovedať na často uvedené otázky, publikovať nápady atď.

2 **ako tvorca** - dokážeme ukázať, čo tvoríme každý deň, môžeme zverejňovať dennú prácu, výsledky s obrázkami a krátkymi poznámkami, alebo môžeme opísať čo nám spôsobovalo počas práce ťažkosti (napr. nezvyčajne rastúce vlasy, tvar hlavy, opotrebované vlasy pri farbení, výrazné zmeny atď.)

3 **ako informovaný profesionál** – môžeme prostredníctvom odbornej sekcie zverejňovať novinky, môžeme spustiť módnu prehliadku, uverejňovať príspevky o najnovších trendoch, slovom, môžem monitorovať atď.

4 **ako súkromná osoba** - môžeme ukázať, že okrem práce čo všetko máme ešte v živote a môžeme skromne poskytnúť priestor na súkromné vstupy, môžeme ukázať kde chodíme na výlety, rodinné záznamy, môžeme hovoriť o zážitkoch z čítania alebo o akýchkoľvek záľubách, ale buďte opatrní, aby táto časť neovládla profesionálnu stránku, skôr akýsi víkendový farebný vstup s malým humorom, voľným, ľahkým a jedinečným štýlom.

Vďaka týmto vlastným záznamom, ktoré môžete striedať a vytvoriť tak zaujímavú, rozmanitú a pútavú stránku. Samozrejme, okrem textového obsahu je vizuálna reprezentácia vždy veľmi dôležitá. Nejde iba o vhodný výber obrázkov k textu a aby sme veľa publikovali o našej práci, ale aj o to aby boli obrázky v dobrej kvalite. Okrem fotografií by sa mal mimoriadne zdôrazniť aj videoobsah. Môžu to byť netspoty, poučné videá s inštruktáža-mi a gif. Podstatné je to, aby boli krátke, zaujímavé s pohyblivým obsahom. Facebook uprednostňuje tieto riešenia najviac.

Facebook okrem toho dáva priestor hrám alebo iným nápaditým riešeniam a existuje mnoho ďalších spôsobov na riadenie podnikania system-izáciou služieb alebo produktov, fotoalbumom, vid-eogalériou, upútavaním pozornosti na akcie, reklamami, atď. Ak sa tým užívateľ naučí manipu-lovať, môže mať z toho veľa výhod.

Pravdou je však aj to, že Facebook vyžaduje stálu pozornosť. Pri denných zápisoch a dokonca aj via-cerých zápisoch za deň môžete skutočne dosi-ahnuť svoj cieľ a vzhľadom na neustály rozvoj musíte venovať pozornosť aj meniacej sa ploche. Aby bolo toto médium reklamy naozaj užitočné, vyžaduje to aj veľa času a peňazí, ale stojí to za to. Našimi posolstvami sa môžeme zamerať na stovky tisíc a milióny a dokonca nastaviť zameranie podľa našich predstáv, podľa regiónu, podľa vek-ovej skupiny, podľa oblasti záujmu.

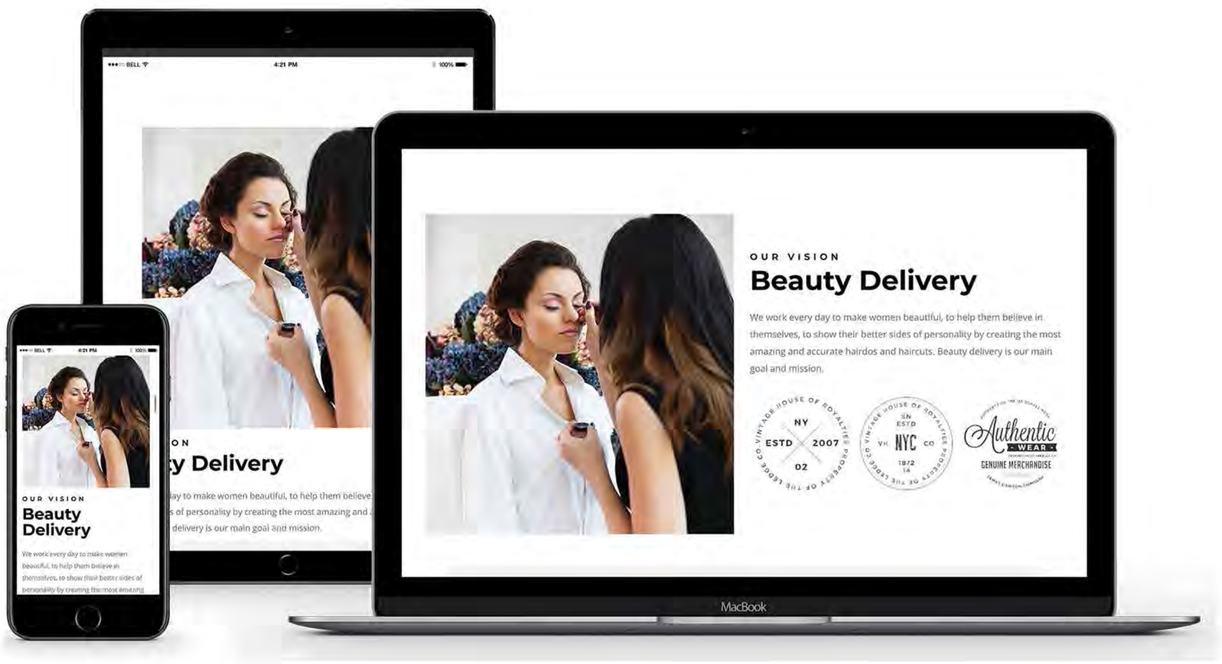
Aké kanály by sme mali používať?

V online priestore existuje, samozrejme, okrem Facebooku mnoho ďalších relevantných kanálov, čo priťahuje čoraz viac inzerentov. Je dôležité byť prítomný na Instagrame alebo v rozhraní zdieľania videa na Youtube, kde vloggeri čakajú na príležitosť inzerovať svojim masovým sledovateľom. To všetko je však účinné iba vtedy, ak sa uskutočňuje koordinovaným a ne-pretržitým spôsobom.

Okrem sociálnych portálov sú však východiskovým bodom kachle, kde je možné všetky informácie nájsť na jednom mieste, dobre vyhľadateľným spôsobom je objaviteľná webová stránka. Domová stránka je online údajový list nášho podnikania. Vkusne navrhnutá stránka odráža našu individualitu a priťahuje zákazníka. Okrem propagácie našich služieb môžeme tiež predávať výrobky alebo ich používať akýmkoľvek iným spôsobom.

Na čo sa zamerať pri vývoji webovej stránky? Webová stránka, bez ohľadu na to, ako je dnes bežná a dostupná, je vážna investícia. Dobrý web je pomerne drahý a ak doň nedáte dostatok energie, peniaze sa riadne nezúročia. Predovšetkým by ste si mali zvoliť dobrý názov domény, ktorý je ľahko vysloviteľný a popisný, je jednoduchý, ale účinný a nedáva veľa priestoru na omyly. Názov v tomto prípade môže byť kľúčovo dôležitý. Ak je príliš zložitý, zabudnú ho, zle ho napíšú, nedosiahne cieľ.

Štruktúra stránky je tiež veľmi dôležitá, pretože je pre návštevníka rozhodujúca. Nech je zmysluplná, ale prehľadná, ľahko ovládateľná, ľahká orientovanosť, nech vedie návštevníka, byť užívateľsky prívetivý a ponúkať jednoduché riešenia pre objednávanie, nakupovanie, prihlasovanie atď.



Dnes je už základnou situáciou, že stránka je kompatibilná s mobilnými zariadeniami, reaguje na ne a je spravovateľný z akéhokoľvek zariadenia. Spája sa so sociálnymi stránkami a je dôležité z hľadiska užitočnosti, aby spracovala aj variabilné obsahy. Statické stránky zaostávajú z hľadiska optimalizácie vyhľadávacích nástrojov. Dobrá stránka zhromažďuje veľa noviniek, zmien obsahu a oplatí sa na ňu vracať. Toto je možné najlepšie dosiahnúť novými fotografiami a videoobsahmi, blogovými príspevkami, udalosťami, správami atď. Vyžaduje si to aj stálu pozornosť, ale je to efektívné.

Mohli by sme dlho vymenúvavať, aká je dobrá stránka, a na čo je dobrá. ako ju vytvarovať, aké atraktívne prvky je potrebné včleniť a ako vizuálne stavať. Teraz na to nie je priestor. Dôležité je aby sme stránku dali urobiť takému odborníkovi, skupine, skratka tam, kde venuju dostatočnú pozornosť na technickú, obsahovú aj vizuálnu štrukturu stránky a dôkladne posúdia, že čo by bolo pre nás užitočné. Webové stránky sa dnes dajú rozvinúť na vážne systémy. Oplatí sa používať aj inak, nie len ako výkladnú skriňu. Možné je k ním pripojiť evidenciu, vedenie účtovníctva, vážnu komunikačnú sieť a pomocou dôvtipných vývojárov je možné umiestniť mnoho ďalších užitočných subsystémov. Môžu veľmi uľahčiť prácu. Ak už máme obchodnú kartu, vizitku, letáky.

Prevádzkujeme stránku na Facebooku, prípadne sme spustili aj inú sociálnu sieť a zhotovila sa aj webová stránka a môžeme uvažovať aj o mediálnych kampaniach. Ak chceme svoje podnikanie inzerovať v danej usadlosti, pozrime sa, aké sú možnosti! V prvom kole rozmýšľajme regionálne. Pozrime sa, či existuje miestna tlač. televízia, rozhlas, bilboardy pri ceste, reklamné listy, dopravné prostriedky na nosenie reklamy, atď. Posuďme, akým kanálom sa dostanú informácie k našim zákazníkom a používajme ich. Samozrejme nie za každú cenu. Vždy by sme mali zvážiť, čo koľko stojí a ako je to efektívne. Potom sa rozhodnúť. Často sa stáva, že nás vyhľadá marketingový pracovník niektorej firmy s nejakou priaznivou ponukou. Zvážme, či vyhovuje našej stratégii, či sa hodí k imidžu obchodu aj keď je cena priaznivá. Reklama veľa pomáha, ale môže aj škodiť!

Reklama v prípade kampani okrem mnohého vedomého budovania potrebného k budovaniu značky sa zakladá na skvelom nápade. Jediný dobrý nápad – samozrejme môže spôsobiť väčší ohlas ako dlhá kampaň s vlažnými sloganmi. Tu je užitočná odvaha a kreativita.
Ak sa chceme popularizovať, je veľmi dôležitá aj frekvencia. Začnime koordinovanú kampaň na viacerých platformách a nepretržite šírme aspoň dva až tri týždne mediálne produkty na najlepších možných kanáloch pre nás.

Existuje veľké množstvo mediálneho šumu. Je veľmi ťažké vyniknúť. Bez súdržnej a premyslenej kampane je ťažké dostať sa do popredia. Kľúčové sú samozrejme aj dobré nápady. Komunikácia je zložitá vec, preto je dobré požiadať o odbornú pomoc. Začínajúce podnikanie zvyčajne nemá k dispozícii obrovské rezervy na reklamné kampane. Je však dobré si uvedomiť, že to bude tiež dôležitou položkou vo výdavkoch nášho rozpočtu, pretože bez neho je dnes ťažké uspieť. Výrobcovia a distribútori minú 80% ceny parfumu na reklamu.

Ako manipulovať?

Ako môžeš byť efektívny? Vyzerá to všetko tak komplikovane? Existuje veľa protirečení? To je to, na čo ste sa podujali. Reklama je ako módny priemysel. Vytvárate veci v malých detailoch. Hľadáte dobrý účes, správnu sukňu, opasok, pančuchy, topánky, ale podstata je to, že ako sa zostaví obrázok! Takže jediné slovo: INTERAKCIA!

Fantázia módnych návrhárov nepozná hranice, najúžasnejšie oblečenie vychádza z ich rúk, ktoré nás šokujú, vyčaria úsmev ohromia nás, vždy vyvolajú inú reakciu. Ale bez ohľadu na to, za ako talentovaných ich považujeme, nie je isté, že by sme si obliekli ich kreácie. Tvoria ich iba pre seba. Aj reklama môže byť taká. Je důležité, aby bola „nositeľná“. Presnejšie pochopitelná. Ak bude samoúčelná, nebude priťahovať publikum a jeho účinok zanikne.

Každopádne nech odráža Teba! Je veľmi dôležité, aby si sa stotožnil s tým, čo komunikuješ. Darmo dostaneš skvelý nápad, poradia extra stratégiu, alebo nájdeš akúkoľvek účinnú metódu, ak je pre teba neprijatelné to čo komunikuješ. Využijúc hore uvedený príklad, darmo si oblečieš šaty, ktoré nedokážeš nosiť. Mnohokrát si videl ľudí, ktorí majú na sebe šaty, v ktorých sa necítia dobre. Zmenia sa. Tak je to aj v svislosti s komunikáciou. Ak o sebe ukážeš niečo, s čím nesúhlasíš, anebo čomu ani nerozumieš, čo Ti je trapné, si puritán príliš exkluzívny, slovom to čo NIE SI TY, to nevedie k úspechu.

Je to dôležité pochopiť, pretože ľudia tomu často nevenujú pozornosť. Bol tu príklad, že niekto nenašiel ani svoj vlastný web, pretože ho nenávidel od začiatku. Nemohol sa s ním stotožniť. Pre stylistu alebo kaderníka je ešte dôležitejšie, aby materiály médii a kampane odrážali tvoju individualitu nosiče online a offline. Len tak sa môžeš pohnúť vpred, ak sa toto všetko buduje a nespôsobuje úzkosť. Takže, nech je Tvoj dizajn s ľudskou tvárou.

Vaša osobnosť je kľúčové slovo v každej súvislosti. To je to, čím vieš najviac vplývať. A potrebuješ k tomu ešte niečo! Trochu rozprávania príbehov.

Vytvorte si svoj osobný príbeh!

Storytelling je anglický výraz, ktorý v podstate znamená rozprávanie príbehov - keď pomocou faktov a rozprávania komunikuješ svojmu obecenstvu. Nie každý príbeh je 100% skutočný - niekedy musíš improvizovať alebo vyfarbiť príbehy, aby sa to čo chceš povedať stalo zrozumiteľnejším. Toto samozrejme nie je jediná definícia storytellingu, pretože existuje veľa foriem rozprávania príbehov.
Je však pevne stanovené, že ide o umelecký sektor, ktorý je rovnako starý ako ľudstvo samo a môžeš sa s ním stretnúť vo všetkých existujúcich kultúrach a komunitách. Takže sa vraciame k začiatkom. Nakoniec, najdôležitejšia vec je vytvoriť si svoj vlastný obraz. A v tomto teda nie je nič nové pod slnkom!

Každý vie rozprávať príbehy. Nevyžaduje si žiadny špeciálny tréning ani cit, ale existujú ľudia, ktorí sa špeciálne trénovali na to, aby boli pre svoju značku „storytellermi" (rozprávačmi) - nazývame ich pracovníkmi marketingu, odborníkmi v oblasti PR a tvorcami obsahu. Ak však nie si obchodníkom, poznáš aj svoj vlastný príbeh a ak ho začneš rozprávať, už si vytváraš svoj obraz. Ako ukazuje obrázok - a tu opäť sledujeme na začiatku signalizované obrazotvorné metódy – a vôbec nie je jedno, aký obrázok namaľujeme.

Teraz ako prostriedok sprostredkovania informácií pristupujeme k rozprávaniu príbehov a vidíme, čo je lepšie ako tradičný zoznam s odrážkami:

1 robí zrozumiteľnejšími a jednoduchšími komplexné správy – v školskej lavici často počuješ jednu-dve také nové koncepcie alebo učebnú látku, ktorú si ťažšie pochopil, ako ostatné. Ak váš učiteľ pripojí príbeh ku danej téme, tak sa určite okamžite rozsvietí tá určitá žiarovka v hlave. Môže to byť fiktívny príbeh, ale môže to byť aj osobná skúsenosť alebo skutočný príklad.

2 budovanie komunity - príbehy môžu prekračovať jazykové hranice. Každý chápe príbeh lásky, neúspechu alebo práve príbeh úspechu. Príbehy v nás vyvolávajú emócie - každý vie, aké je to byť nahnevaný, veselý alebo dokonca zúfalí. Dokonca aj dvaja ľudia, ktorí sa líšia vo všetkom, môžu cítiť určité spojenie s tým druhým, ak v nich niečo vyvoláva rovnaký pocit. Nezáleží na tom, akým jazykom človek hovorí, aké politické alebo náboženské názory má, alebo akú farbu má ich pleť. Naše reakcie na príbehy nás robia rovnocennými a spájajú nás.

3 motivuje a inšpiruje - na základe doterajšieho môžeme povedať, že príbehy z nás robia ľudí. To isté platí aj pre značky. Keď značka preberá dôveryhodnosť, čestnosť, stáva sa oveľa ľudskejšou a ich zákazníci sa môžu cítiť bližšie k ľuďom za ich logom. Príbehy motivujú a inšpirujú tým, že ovplyvňujú emócie ľudí a sú ochotný prijať dobré aj zlé veci. Ak príbeh môže ovplyvniť emócie ľudí, môže ich motivovať k tomu, aby konali – ba čo viac, niekoľko dobrých príbehov môže posilniť aj vernosť k značke. Teda, tým, že budueš jeden príbeh okolo svojej značky alebo práve okolo produktov, nie len, že ich poľudšťuješ v očiach zákazníkov, ale zároveň automaticky popularizuješ svoju firmu.

Hollywoodski producenti tiež súťažia o dobré príbehy. Ak ste videli The Tale tj. film s názvom Príbeh - ale u každého filmu je to možné pozorovať- že ako začínajú rozprávať príbeh a ako sa približuju k záveru. Ako vplývajú. Toto je niekedy veľmi jednoduché, ale niekedy veľmi zložité, ale jedno dobré je v prípade filmu, že je to vždy chytľavé. Samozrejme, existujú ľudia, ktorím sa páči určitý príbeh a sú aj takí, ktorím sa to nepáči. Avšak existujú také prvky, nezávisle od toho, ktoré sú bezpochyby potrebné k príjemnému rozprávaniu.

má byť poučný - dobrý príbeh je postavený tak, že vzbudzuje zvedavosť publika a nejakým spôsobom rozširuje ich vedomosti.

má byť univerzálny - s dobrým príbehom sa všetci členovia publika môžu spojiť na emocionálnej úrovni, najmä ak spracúvajú skúsenosti, ktoré väčšina ľudí dobre pozná.

má byť usporiadaný - dobrý príbeh je štruktúrovaný tak, aby sprostredkoval čo najjasnejšie svoje hlavné posolstvo publiku.

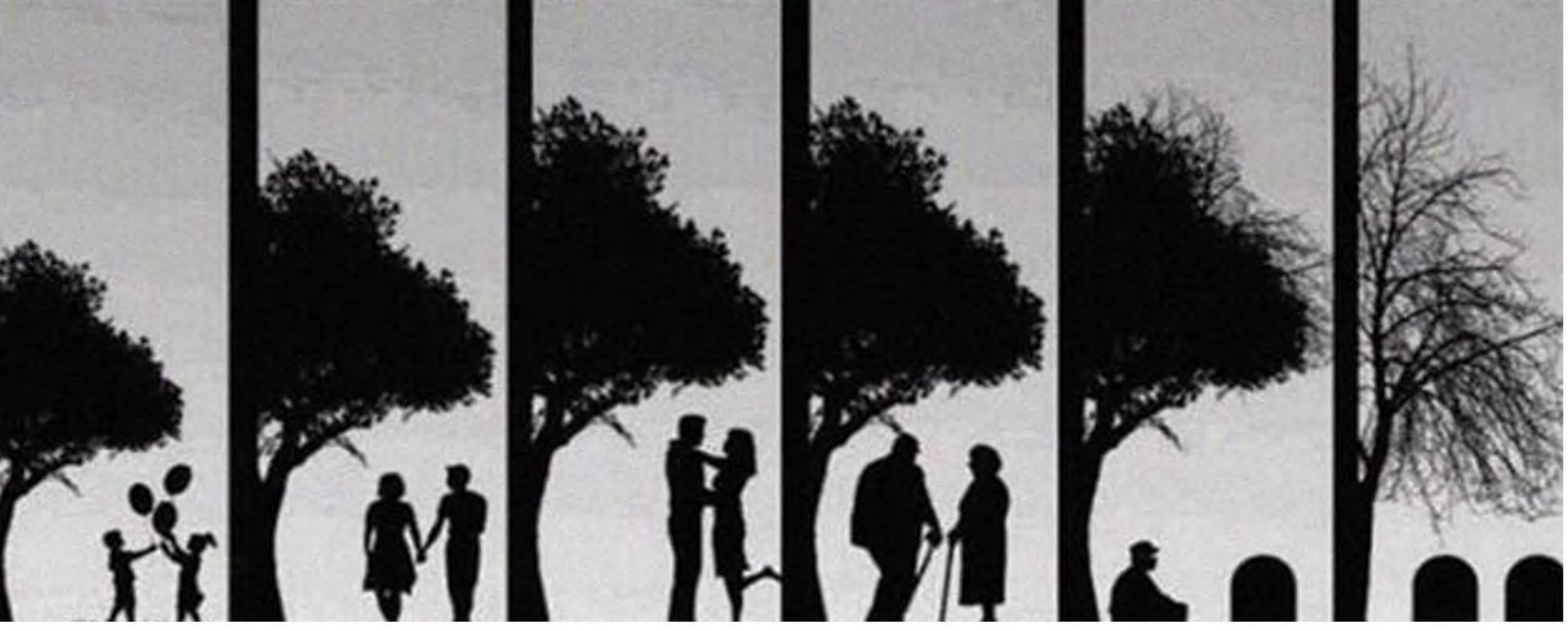
má byť nezabudnuteľný - dobrý príbeh zostane v pamäti ľudí, možno preto, že je vtipný, poburujúci, inšpirujúci alebo ohromujúci.

Určite si každý pamätá, že príbeh obyčajne pozostáva z úvodu, jadra a záveru. V každom relevantnom príbehu musia byť prítomné tri zložky, bez ohľadu na povahu a účel príbehu:

a) **postavy:** každý príbeh má aspoň jednu postavu. Táto postava je nesmierne dôležitá, pretože vytvorí emocionálne spojenie medzi publikom a tým, čo hovorí váš príbeh. Ľudia zažijú príbeh sami prostredníctvom tejto postavy, a preto je oveľa pravdepodobnejšie, že na Tvoju výzvu budú pozitívne reagovať.

b) **konflikt:** časť príbehu, v ktorej sa postava vyrovná s výzvou, ale dôležitú úlohu hrá aj v tom aby bola situácia, do ktorej sa publikum môže vžiť. Konflikt pomáha vybičovať emócie publika - ak vám konflikt chýba, neočakávajte naň prudké reakcie obecenstva.

c) **záver:** všetky príbehy sa skončia, ale nie všetky príbehy sa musia skončiť pozitívne. Koniec je to, čo zhrnie to, čo má príbeh povedať, a vyzýva publikum, aby konalo.



Životný příběh člověka je možné opísať niekoľkými obrázkami, ako ukazuje horný obrázek. Ten čo grafiku vytvořil, sumarizuje to, že v živote mal všetko a ani to nezbadal. Dobré rozprávanie sa otáča tak, aby sa medzi čierno – biele fakty zamiešalo veľa – veľa farieb.

Tvorcovia najväčších značiek píšu svoje osobné príbehy. Zrodil sa vynikajúci film zo životného príbehu bratov Daslerovcov, ktorí stavali značky Adidas a Puma. Vzrušujúci je príbeh BjörnBorg alebo film Coco Chanel. A mohli by sme spomenúť mnoho - mnoho módnych diktátorov. Oni prečo lipnú na tom, aby ich príbeh poznal každý?
Možno preto, prečo neustále propagujú aj tie najznámejšie značky. Pretože sústavne chcú vplývať. A čím osobnejší hlas zasiahnu, tým viac ľudí si ich všíma!

Použitá literatúra

Poradenstvo štýlu

Sulinet vedomostná základňa sulinet.hu
Johanes Itten 2002.Umenie farieb síntan.hu
Szűr Krisztina Stylist príručka

Kaderníctvo

www.zseblampa.com
www.goled.hu
www.fodraszinfo.com
www.fodraszkellekekbolt.hu
www.fodraszollo.blog.hu
www.expertexpro.com
www.szaboimre.hu
www.pecsma.hu
www.fodraszblog.blog.hu
www.fodrászatok.hu
www.edigital.hu
www.nirvelfodraszkellek.hu
www.retikul.hu
www.beauty.hu

Komunikácia

Máté Balázs: Čo je to storytelling, a ako ho môžeš robiť účinne? (2019matebalazs.hu)
Aranyosi Zsuzsanna: Móda-šaty (2015)

Popis modulu

Školiaci program, Implementácia spoločného kreatívneho profesionálneho výmenného programu „VOGUE CAMP“
Modul: Komunikácia v priemysle krásy

I. Obsah výcvikového modulu
Kto je krásavica, krásavec? Čo je krása?
Ako sa ukazujeme svetu?
Komu komunikujeme?
Aké hodnoty komunikujeme?
Ako začať budovať značku?
Aké kanály by sme mali používať?
Ako používame webovú stránku pri komunikácii kozmetického salónu?
Ako využívame sociálne aplikácie (Facebook, Instagram) pri komunikácii v salóne krásy?
Ako plánujeme reklamnú kampaň pre náš kozmetický salón?
Ako vytvoriť osobný príbeh?

II. Cieľ, ktorý sa má dosiahnuť: Účastník školenia by mal byť schopný
Komplexne interpretovať pojem krásy,
Zovňajšok a vzhľad by sa mali náležite riešiť z hľadiska dôležitosti hodnoty správy
Zovňajšok a vzhľad riešiť ako komunikáciu,
Interpretovať vzťah medzi komunikáciou a hodnotami,
Interpretovať pojem značka,
Interpretovať komunikačné kanály v praxi,
Zúčastniť sa na plánovaní reklamnej kampane,
Efektívne písať správy,
Používať komunikačné kanály,
Zobraziť aktivity kozmetického salónu v komuničných aplikáciách,
Formulovať očakávania týkajúce sa obchodnej webovej stránky smerom k vývojárovi.

III. Cieľová skupina školenia: študenti študujúci v kozmetickom priemysle (kaderníctvo, kozmetika, návrhárka módy a štýlu) resp. mladí odborníci v kozmetickom priemysle

IV. Počet školených v skupine: 12 - 15 ľudí

V. Doba trvania modulu: 16 hodín

VI. Rozvíjať osobné a spoločenské kompetencie

Riešenie problému
Komplexné myslenie
Kritické myslenie
Spolupráca
Rečová komunikácia
Písomná komunikácia
Prezentačné schopnosti

VII. Podrobný program modulu

A. Samostatná príprava 8 hodín

Na základe metodologického materiálu, kapitoly „Komunikácia v priemysle krásy“, prehľad a spracovanie témy.

B. Predstavenie sa, oboznámenie s cieľom a obsahom tréningu: 0,5 hod.

C.Úvodné teoretické vzdelávanie 3,5 hod.

V rámci frontálnej prednášky vykonať školenie školiaceho modulu.
Prezentácia pozitívnych a negatívnych príkladov v komunikácii v kozmetickom priemysle.
Zapojenie účastníkov do riešenia praktických problémov prostredníctvom príkladu virtuálneho salónu krásy.

D. Tréning v malých skupinách: 4 hod.

V skupinách po 3-4 účastníkov, skupinová práca so zameraním na spracovanie praktických znalostí modulu
Formulácia správy týkajúcej sa vývoja prevádzky kozmetického salónu.
Plánovanie prítomnosti kozmetického salónu na sociálnej sieti.

E. Predpoklad na dokončenie modulu: účasť na úplnom počte hodín modulu odbornej prípravy v teoretickom vzdelávaní a tréningu malých skupín.
Aktívna účast na tréningu malých skupín.

DOPORUČENÁ LITERATÚRA

Szolnoky Erzsébet: Odborná kommunikácia v priemysle krásy
Beato Angelico Vydavateľ 2009

BLOND STUDIO

Vogue Academy vznikla v roku 2017 ako podpora vzdelávania

Čo je Vogue Academy?

Je to vzdelávací program hlavne pre študentov /odbor kaderník, vizážita/ SOŠ Gemerská v Košiciach a samozrejme aj pre profesionálnych hair stylistov a vizážistov.

Prečo je tu Vogue Academy?

Úlohou a prioritou Vogue Academy pre študentov je:

- aby študenti už počas školy prišli do priameho kontaktu s novými trendami na trhu
- aby mali prehľad o všetkých novinkách na trhu a aby mali prístup k materiálom a nástrojom
- možnosť si vyskúšať a naučiť sa všetky techniky a technológie.

Je pre nás dôležité im poskytnúť čo najviac informácií a skúseností, ktoré budú po skončení školy, v praxi potrebovať

Naším cieľom je aby študent už počas štúdia samostatne zvládal:
- všetky kadernícke úkony s využitím najnovších techník, technológií, s využitím najnovších nástrojov pri tvorbe základných aj moderných trendov pri ich výkone.

Samozrejme pre odborníkov v kaderníckom priemysle je tiež dôležité stále sa vzdelávať, pretože trh nám ponúka každý rok niečo nové a modernejšie. Kadernícky priemysel je veľmi kreatívny a klienti sú rôznorodí. Preto Vogue Academy ponúka a vytvára vzdelávacie programy pre začiatočníkov aj pokoročilých.

Spoločne so svojimi kolegami a majiteľmi tvoríme priateľský,súdržný, kreatívny a veľmi profesionálny tím VOGUE a každá nová príležitosť je pre nás výzvou a krok ďalej k úspechom.

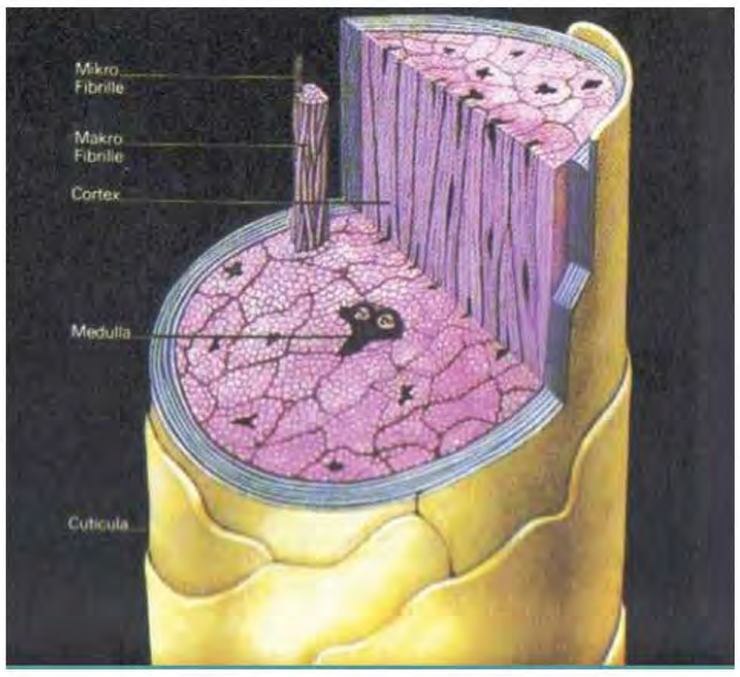
EXPERT NA VLASY
ŠTRUKTÚRA VLASOV

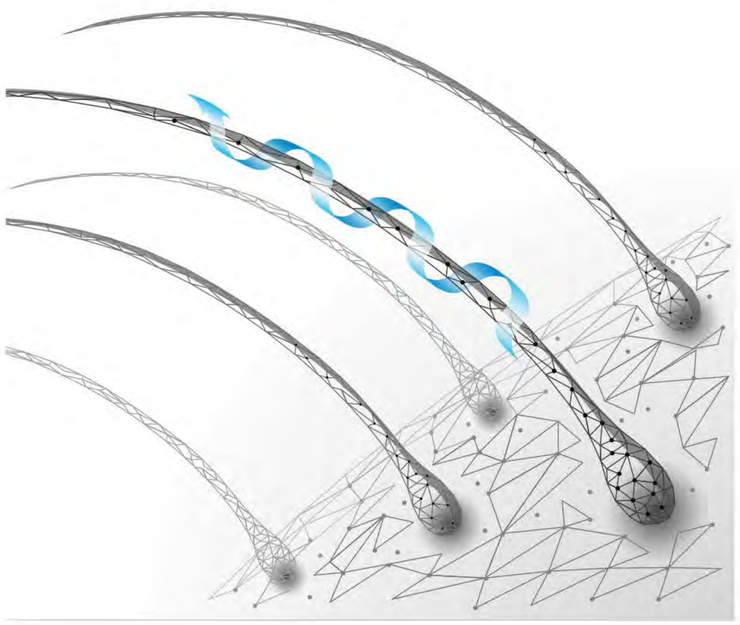
Expert na vlasy
Štruktúra vlasov

Vlasy pozostávajú z týchto častí:

- Vlasová kutikula
- Vlasový kortex
- Medula

Kutikula (šupinatá vrstva vlasu) je vonkajšia vrstva vlasu, je to prirodzený obal vlasu, kt. chráni vlas pred vonkajším poškodením. Pri normálnej funkcii mazovej žliasky vlasového mieška je táto vrstva na povrchu konzervovaná vylúčeným mazom a preto vlas menej prepúšťa vodu alebo škodliviny. Kutikula je vrstvovitá blana hrubá asi 0,35 mm. Skladá sa z 5 až 10 súbežne a strieškovito usporiadaných plochých buniek, ktoré k sebe tesne priliehajú na povrchu vlasu vidíme voľné bunkové blany, ktoré vyzerajú ako schodíky. Jednotlivé vrstvy, ktoré sú navyše pokryté veľmi jemnou menbámou, sú k sebe pripojené zvláštnym tmelom, ktorý obsahuje proteíny (bielkoviny) a lipidy (tuky)





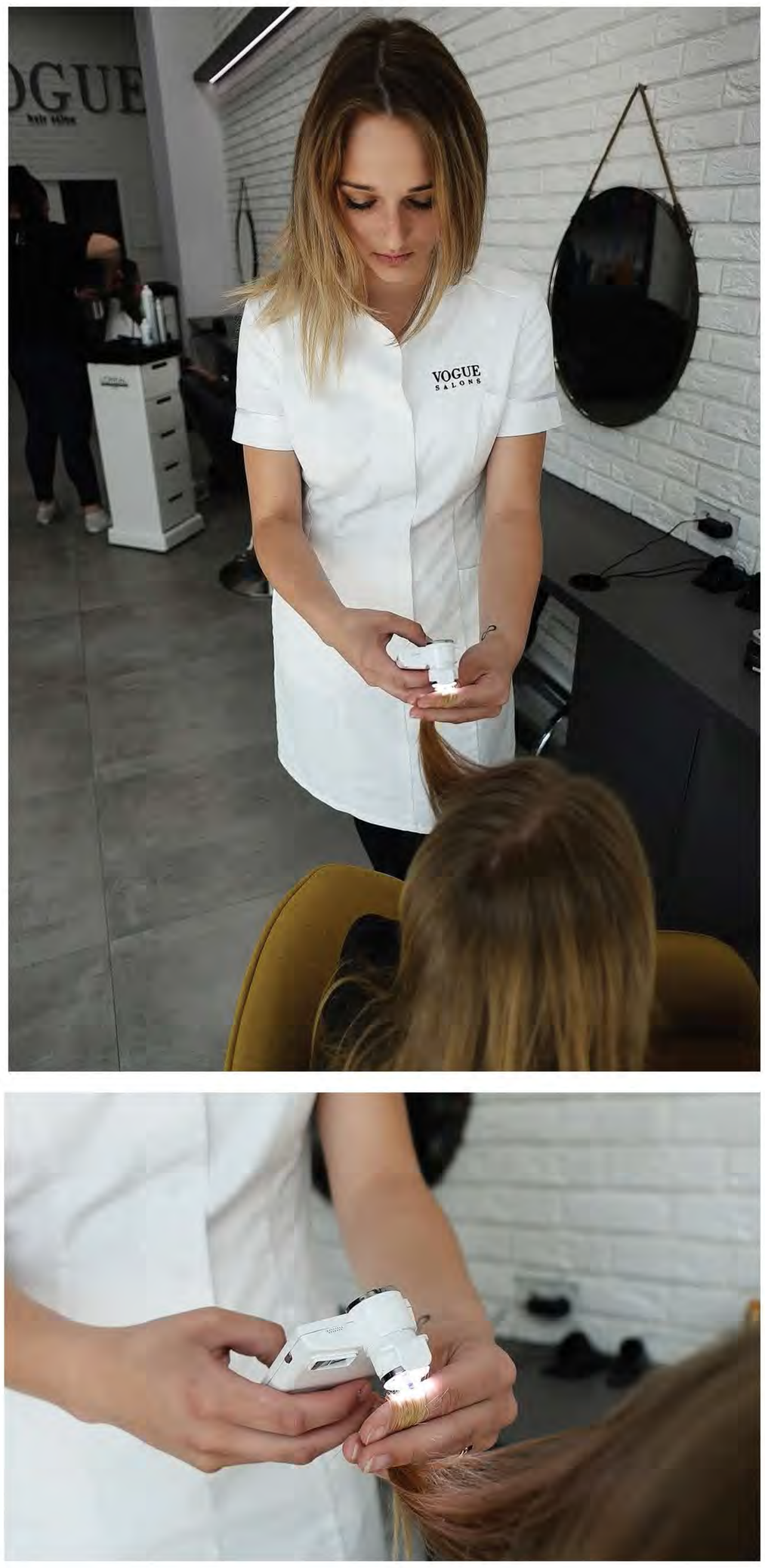
Je to vláknitá vrstva a tvorí v podstatné vlastnú vlasovú hmotu a skladá sa z veľmi pretiahnutých neživých buniek, ktoré sa utvárajú vláknami keratínu. Jednotlivé vlákna keratínu tvoria najnižšiu stavebnú jednotku – mikrofibrilu. Mikrofibrily sa kruhovite zoskupujú, tvoria snopčeky a utvárajú tak ďalšiu ohraničenú stavebnú jednotku – makrofibrilu. Táto snopčekovito vybudovaná časť kortexu sa nazýva ortokortex. Týmto spôsobom nie je vybudovaná celá časť vlasového kortexu. V upravovaných vlasoch nachádzame menej pravidelne usporiadané časti kortexu, nazývané parakortex. Obe tieto často sa líšia fyzikálne a chemicky. Jednotlivé vláknité makrofibrili sú medzi sebou spojené bunkovými membránami a tiež medzibunkovým proteínovým tmelom, čo má za následok zatmelenie vnútorných škvŕn. Je nositeľom farby vlasu.

Medula (dreň vlasu) je centrálna časť vlasu. Všetky typy vlasov však nemajú túto časť uprostred vlasovej stonky. Dlhé vlasy majú medulu obyčajne len v korienku zato v chlpoch je vyvinutá veľmi dobre. Na priereze má nepravidelný hviezdicovitý tvar a tvorí ho keratín iného chemického zloženia, než má kortex. Keratín meduly má hubovitú štruktúru s mnohými dutinami a s dosť vysokým obsahom lipidov

Diagnostika vlasovej pokožky a vlasov

Diagnostika vlasovej pokožky a vlasov pomocou diagnostickej kamery

Diagnostika vlasov a pokožky hlavy je neoddeliteľnou súčasťou portfólia služieb každého kaderníckeho salónu. Jeho hlavnou úlohou je oboznámiť hostí s podrobnou analýzou ich pokožky hlavy a vlasov pred využitím služieb dostupných v salóne. Je veľmi dôležité vedieť, ako poskytnúť hosťom personalizované služby a tiež skrášliť ich hlavy nielen po opustení salónu, ale aj doma a každý deň.



Diagnostika vlasov a vlasovej pokožky sa dá robiť dvoma spôsobmi:

• Klasická konzultácia, počas ktorej sa vám kaderník/kaderníčka pozrie na stav vlasov voľným okom. Nakoľko má dostatočné skúsenosti, vie rozpoznať, čo vaše vlasy potrebujú.

• Pokiaľ však chceme ísť hlbšie, je tu analýza so špeciálnou kamerou, ktorá vidí doslova až ku koreňom vlasov (a dokonca aj o čosi ďalej) a dokáže vyhodnotiť stav našich vlasov veľmi podrobne.

Kamera je pripojená so špeciálnou aplikáciou v tablete, kde prenáša obraz a všetky potrebné dáta/fotky na to, aby dopodrobna analyzovala pokožku hlavy a tiež kvalitu a štruktúru vlasov. Analýza sa vykonáva na suchých vlasoch, pričom sa začína pri korienkoch a následne sa postupuje po celej dĺžke vlasov. Pozostáva z niekoľkých krokov a trvá cca. 15 minút. Prístroj dokáže zmerať, či máte dostatočné množstvo vlasov, aký je priemer jedného vlasu, či sú lámavé, zničené, suché, či je pokožka citilivá alebo mastná.

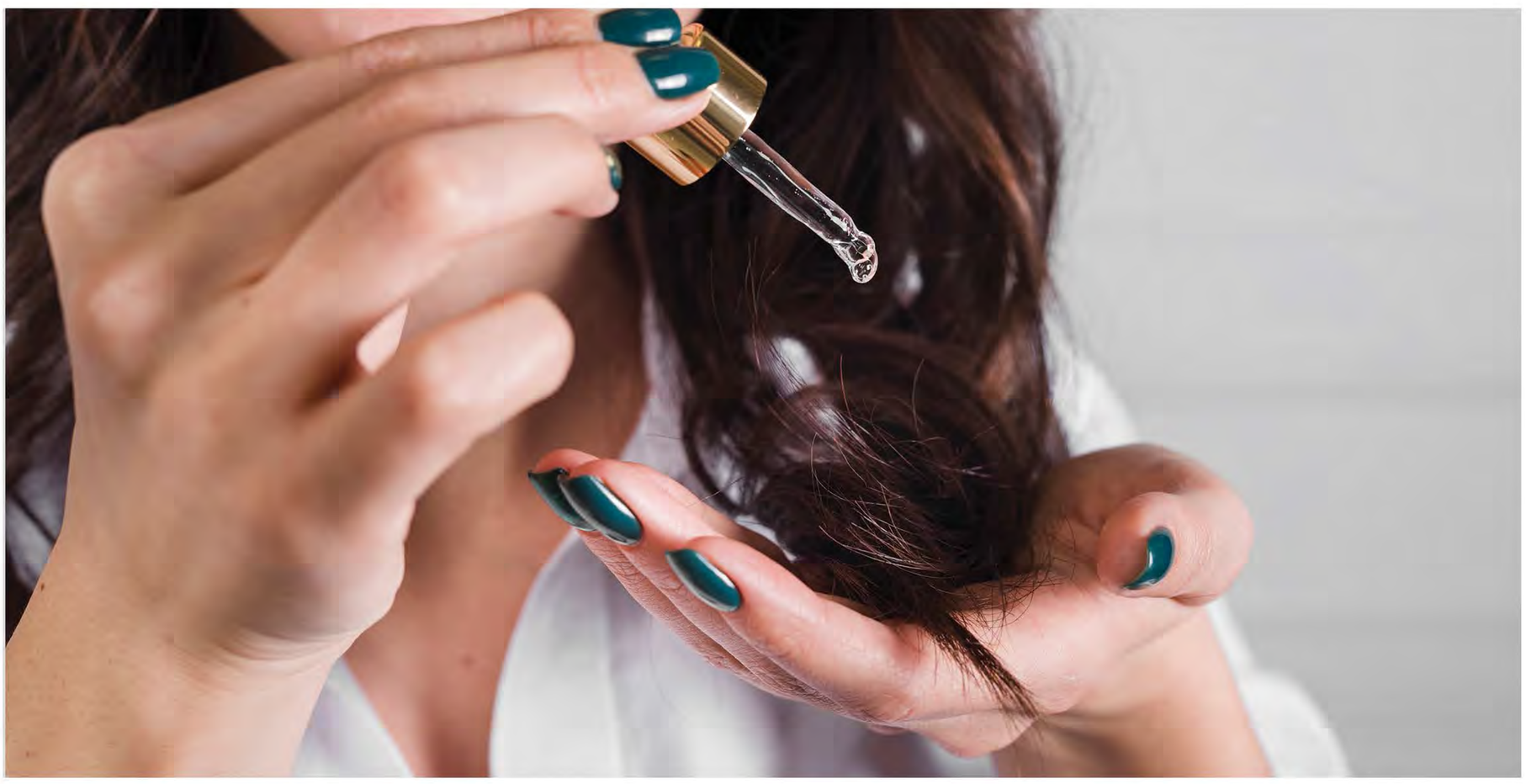
Fusio-Dose

Po analýze a zisteniach, čo vlasom chýba, doporučí intenzívne hĺbkové ošetrenie vlasov v podobe Fusio Dose. Je to expresná kúra Kerastase na vlasy – je namiešaná z viacerých koncentrovaných látok presne podľa individuálnych potrieb daného vlasu či pokožky. Celý proces je rýchly a efektívny.

Domáca starostlivosť

Následne sa vyhodnotí aj domáca starostlivosť, ktorá tiež zodpovedá danému problému vlasovej pokožky a vlasov. Odporúčia sa výrobky, ktoré je vhodné používať na domácu starostlivosť aby vlasová pokožka a vlasy boli zdravé a krásne aj po návšteve salónu.

Je úžasné vidieť svoje vlasy takto zblízka a ešte úžasnejší je fakt, že sa im dá vďaka takejto diagnostike pomôcť, aby boli zdravé a plné sily.



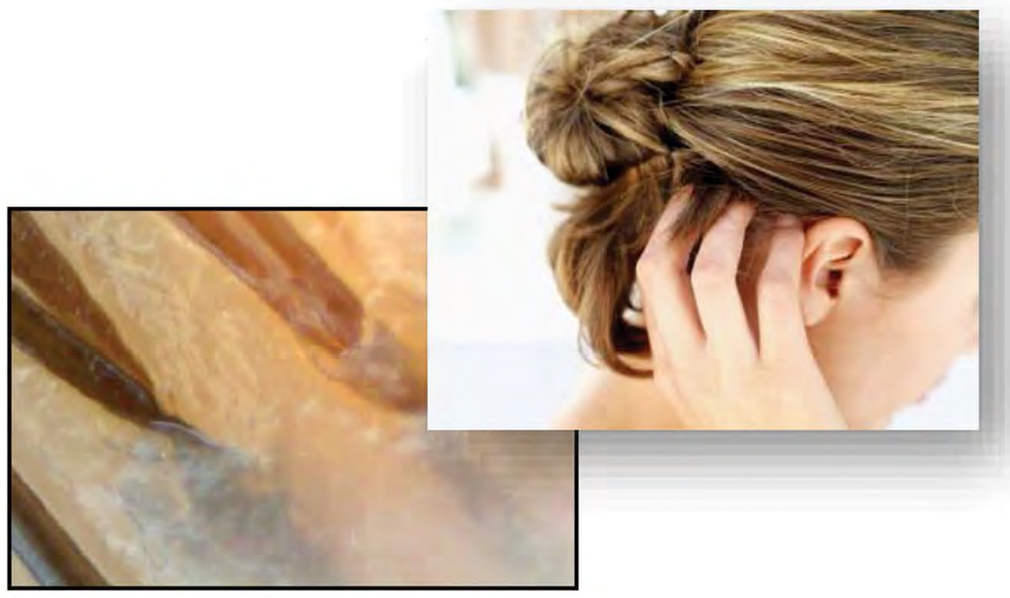
Kérastase Paris
Pokyny na používanie vlasovej diagnostickej kamery

KAMERA - VÝSLEDKY

Nech sa vašl hostia zoznámia so svojimi vlasmi

Kroky: 1: Naslúchajte & Pýtajte Sa, 2: Dotknite Sa & Zhodnoťte 3: Zdieľajte & Preformulujte 4: Poraďte & Predpíšte

Zamerajme sa na “Dotknite sa & Zhodnoťte



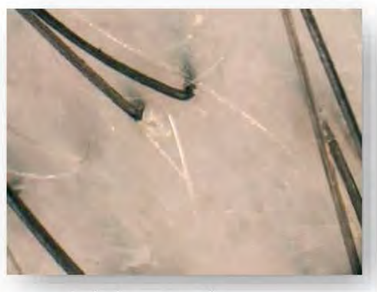
Ako rozoznať a hovoriť o:

1. **Odlišnej vlasovej pokožke:**
   Zdravá
   Citlivá
   Mastná
   Lupiny
   Napätá

2. **Rôznych typoch vlasov:**
   Zdravé
   Od suchých po veľmi suché
   Zničené

Zamerajme sa na vlasovú pokožku

Ako rozoznať všetky typy vlasovej pokožky..



Zdravá

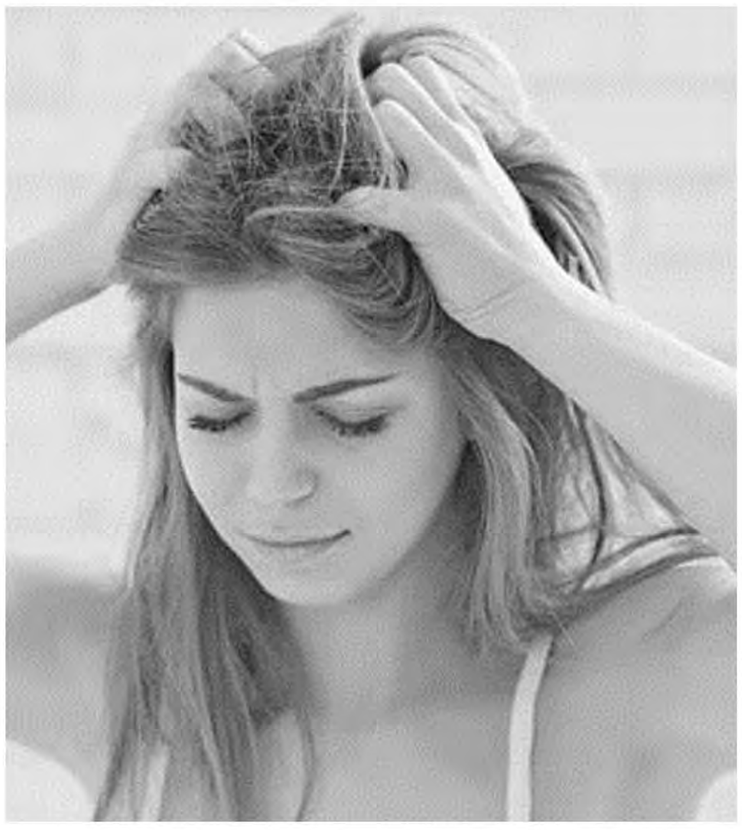
Mastná

Lupiny

Citlivá

Vyššia Hustota Vlasov

Citlivá vlasová pokožka



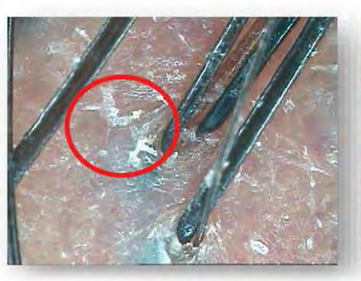
Mierne začervenanie = žiadny problém
Intenzívne a prenikavé začervenanie = Zcitlivenosť vlasovej pokožky

Malé a mierne začervenanie sú celkom normálne vďaka mikro cirkulácií. Intenzívne a prenikavé začervenanie preukáže skutočnú zcitlivenosť.

Lupiny

Zamerajme sa na lupiny

Zdravá



Lupinatosť

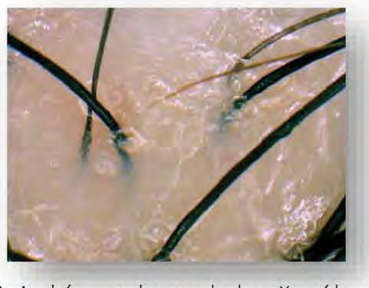
Suché lupiny

Mastné lupiny

Mastná pokožka

Zamerajme sa na mastnú pokožku

Zdravá pokožka - jasná - hebká



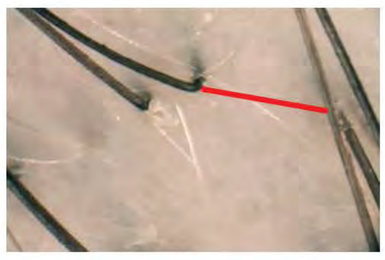
Malý prebytok kožného mazu je viditeľný okolo pórov

Prebytok mazu sa rozprestiera po celej pokožke

Prebytok mazu sa rozprestiera po celej pokožke a vlasoch

Hustota vlasov

Od nízkej po vysokú hustotu



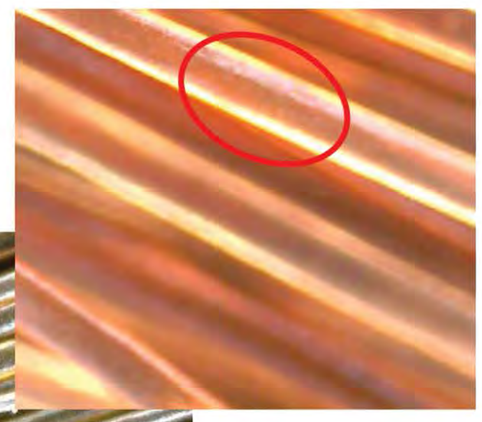
Jemné vlasy s väčšími odstupmi = nízka hustota

Póry sú blízko seba = priemerná hustota

Husté vlasy a niekoľko folikúl v jednom póre = vysoká hustota

Zamerajme sa na vlasy

Zamerajme sa na zdravé vlasy



Šupiny kutikuly sú dokonale hladké a uzavreté.

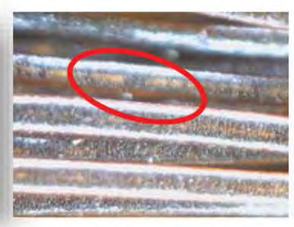
Navzájom sa prekrývajú.

Povrch vlasu je celkom normálny.

Ako spoznať..?

Špecifiká

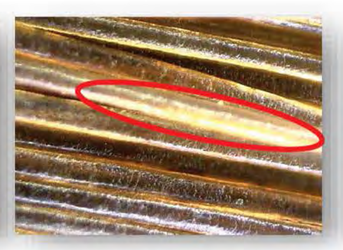
Vnútorná štruktúra



Biely vlas

Blond vlas

Odfarbený vlas

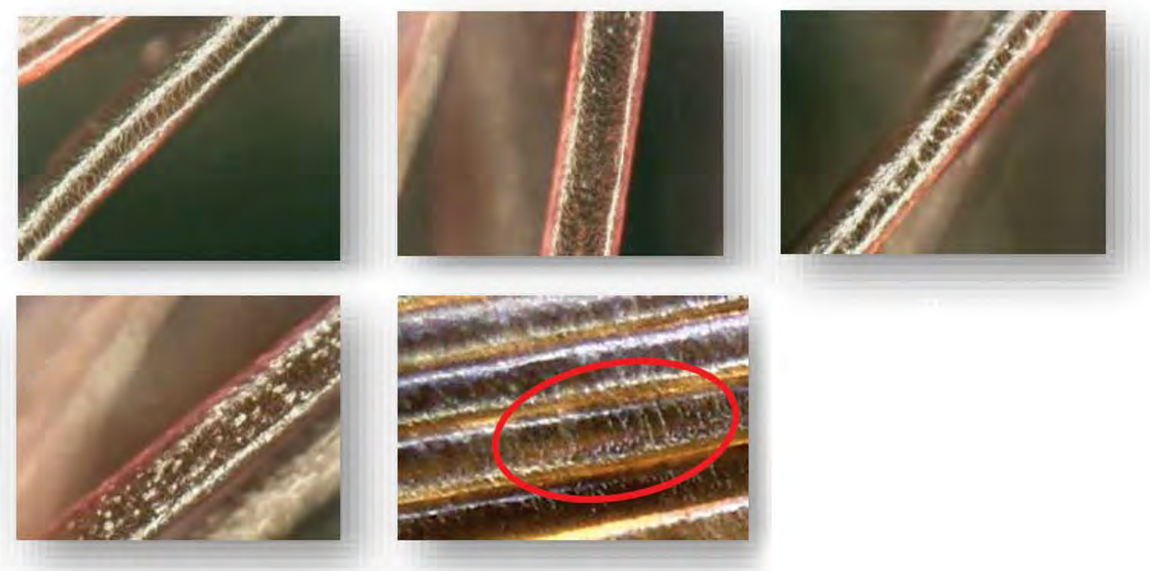


Drobné odrazy od kamery

Vytvorený odpad

Slabé vlasy. Suché alebo poškodené?

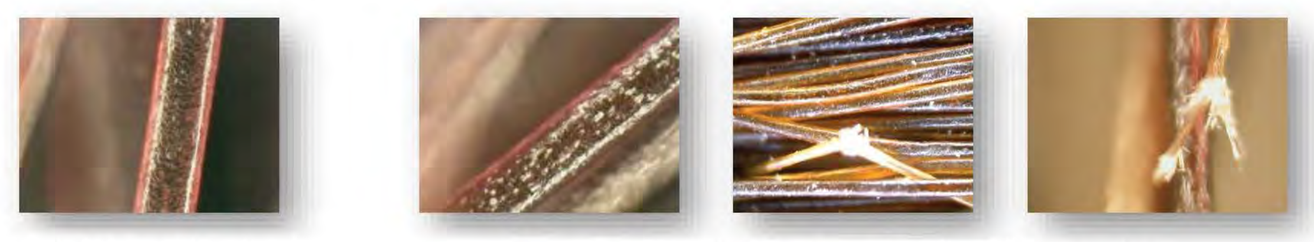
Zamerajme sa na suché vlasy
Od suchých po veľmi suché vlasy



- Čím sú vlasy suchšie, tým viac budú šupiny kutikuly zdvihnuté a vlákno povrchu bude menej hladké.
- Šupiny kutikuly môžu byť celkom zdvihnuté a oddelené u veľmi vysušených vlasov.

Poškodené vlasy

Zamerajme sa na poškodené vlasy
Od poškodených k rozštiepeným končekom



Technické poškodenie

Technické a chemické poškodenie

1. Niektoré pozdvihnuté a oddelené šupiny, povrch vlákna je menej hladký
2. Šupiny sú celkom zdvihnuté a oddelené
3. Zhoršenie povrchu vlákna. Vnútorná štruktúra (kortex) vlákna je viditeľná.
4. Vnútorná štruktúra (kortex) vlákna je poškodená a celkom narušená + rozštiepené končeky

Popis modul

Školiaci program, Implementácia spoločného kreatívneho profesionálneho výmenného programu „VOGUE CAMP„
Modul: Expert na vlasy

I. Obsah výcvikového modulu
Nech sa vaši hostia zoznámia so svojimi vlasmi
Pýtajte sa ich a počúvajte
Dotknite sa ich a zhodnoďte
Zdielajte a preformujte sa
Poraďte a predpíšte

II. Cieľ, ktorý sa má dosiahnuť. Účastník by mal byť schopný
Poznať všetky typy vlasovej pokožky a rozprávať o nich
Poznať všetky typy vlasov rozprávať o nich
Poznať zdravú vlasovú pokožku
Poznať zdravé vlasy
Rozoznať špecifiká vnútornej štruktúry vlasu
Poznať služby, ktoré je vhodné využiť pre zdravú vlasovú pokožku a vlasy
Poznať výrobky, ktoré sú vhodné používať na domácu starostlivosť o vlasovú pokožku a vlasy

III. Cieľová skupina školenia: študenti študujúci v kaderníckom priemysle / mladí kaderníci / odborníci v kaderníckom priemysle

IV. Počet školených v skupine: 12-15 ľudí

V. Doba trvania modulu: 16 hodín

VI. Rozvýjať osobné a spoločenské kompetencie:
Odborné vedomosti
Zručnosť
Profesionalita
Riešenie problému
Komplexné myslenie
Kritické myslenie
Vizuálne rozpoznávanie
Spolupráca
Tvorivosť
Prezentačné schopnosti

VII. Podrobný program modulu:

A. Samostatná príprava modulu 8 hodín
   Na základe metodického materiálu kapitoly „Diagnostika vlasovej pokožky a vlasov pomocou diagnostickej kamery„ prehľad a spracovanie témy
B. Predstavenie sa a oboznámenie s cieľom a obsahom tréningu: 0,5 hodiny
C. Úvodné teoretické vzdelávanie 3,5 hodiny
   Podrobné vysvetlenie technických parametrov diagnostickej kamery a zapojenia aplikácie odborná teoria všetkých typov vlasovej pokožky a vlasov analýza vlasovej pokožky a vlasov podrobné vysvetlenie z čoho sa skladá vlas predstavenie služby Fusio dose na salóne a výrobkov. Otázky o znalostiach vlasovej pokožky a vlasov.
D. Tréning v malých skupinách 4 hodiny
   V skupinách po 3-4 praktická ukážka diagnostiky vlasovej pokožky a vlasov pomocou diagnostickej kamery školiteľom individuálna práca každeho účastníka školenia, diagnostika vlasov a vlasovej pokožky pomocou kamery a následné poradenstvo služby a výrobkov
   Diskusia, otázky
E. Predpoklad na dokončenie mdulu: účasť na úplnom počte hodín modulu odbornej prípravy v teoretickom vzdelávaní a tréningu malých skupín

DOPORUČENÁ LITERATÚRA

Dr. Szombathelyi Péterné, Fodrászati ismeretek 2.
Műszaki Könyvkiadó, 2015

BALAYAGE
OBĽÚBENÝ TREND ZOSVETLENIA VLASOV

Balayage - obľúbený trend zosvetlenia vlasov

Francúzsku balayage si zamilovali ženy po celom svete, a to hlavne preto, že vlasom dodáva prirodzený vzhľad a perfektný lesk. Tento veľmi obľúbený spôsob zosvetlenia vlasov je teraz prispôsobený na mieru ako blondínkam tak aj brunetkám. Balayage „à la française“ je jednoducho perfektná!

Prirodzené zosvetlenie a prechody, multidimenzionálny výsledok s prirodzeným kontrastom a hlavne bezchybný lesk. Z dokonalých výsledkov francúzskej balayage, ktorá je najžiadanejšou salónnou službou a trendom číslo jeden vo farbení vlasov sa hodí dokonca aj pre tie najtmavšie odtiene hnedých vlasov.

Francúzska balayage je personalizovaná farbiaca služba so zaručenými ultraprofesionálnymi a prirodzenými výsledkami, ktorá je vhodná pre všetky klientky bez ohľadu na výšku tónu.

Perfektnú balayage dosiahnete v dvoch krokoch:

- Zosvetlením vlasov a vytvorením výsledného balayage vzhľadu pomocou melíru
- Aplikáciou tónovacích farieb na neutralizáciu a oslnivý lesk.

Tieto dva kroky sa vzájomne dopĺňajú a sú nevyhnutné na dosiahnutie dokonalého vzhľadu. French Balayage predstavuje pre klientky tie najkvalitnejšie farebné výsledky; pre kaderníckych profesionálov je odrazom ich profesionality. Základom balayage je ovládať kolorimetrický kruh, základ zosvetlenia, výšky tónu, neutralizáciu. Balayage inak prináša 5 nových zosvetľovacích techník vyvinutých s cieľom vytvoriť jemný, prirodzený a elegantný výsledok, ktorý je ale zároveň kontrastný a viditeľný.

Ktoré to sú?

- Voľné vyháčkovanie
- Postupné zosvetlenie
- Prelínajúce tieňovanie
- Tupírovanie plátov
- Balayage s prirodzeným prechodom

Tieto techniky boli vytvorené v spolupráci so svetoznámymi odborníkmi na balayage a sú naozaj pre každého. Každá technika vytvára jedinečné efekty a so svetlom sa hrá iným spôsobom. Výsledkom je ale vždy plynulý prechod a gradácia od korienkov až po končeky vlasov.

Týmto spôsobom je možné dosiahnuť úžasné efekty a zvýrazniť črty tváre. Prechody medzi farebnými pruhmi sú tlmené a jemné a výsledok pôsobí maximálne prirodzene – je takpovediac individuálne „ušitý“ pre potreby jej nositeľky.

Jemné i výraznejšie kontrasty vo vlasoch sa dosahujú nanášaním farieb na jednotlivé pramienky pomocou štetca. Tým sa opticky zvyšuje alebo znižuje objem vlasov podľa požiadaviek a typu vlasov. Nehovoriac o tom, že hra svetlých a tmavých nuáns tiež vytvára lichotivý dojem kontúrovania. Takže trend, ktorý zvýrazňuje črty tváre rafinovanou aplikáciou make-upu funguje aj vo vlasoch! Plochy, ktoré chcete zvýrazniť, ako napríklad lícne kosti, pokryjete svetlým odtieňom. A tmavšie plochy vo vlasoch to zase všetko príjemne vyvážia. Aj tvár je možné efektívne modelovať, kontúrovať a vylepšovať rafinovanou technikou zosvetlených pramienkov.

Čo je balayage?

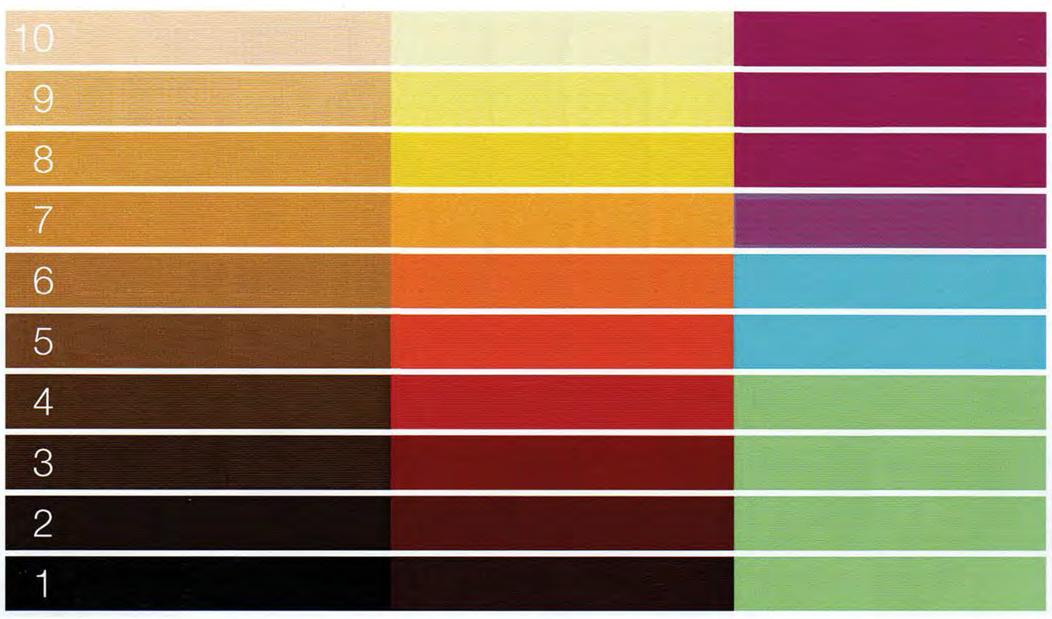
Aj vlasy sa môžu stať maliarskym plátnom. Francúzski kaderníci vynašli a zdokonalili farebnú techniku, pri ktorej nanášajú farbu štetcom priamo na vlasy. Po celom svete sa však stala balayage (vyslovuj „balejaž) populárnou až nedávno.

Jej názov sa odvodzuje od francúzskeho balayer, čo značí zametať alebo prenesene vytvárať ťahy štetcom. Ide o variáciu melírovania, t.j. vytvárania svetlejších pruhov vo vlasoch.

Pri melírovaní sa oddelia celé pramienky, ktoré sa farbia od korienkov až po končeky a následne zabalia do alobalu. Balayage má odlišný postup: pramienky sa držia voľne v jednej ruke a druhou sa na nich nanáša farba plynulými ťahmi štetca. To umožňuje vytvárať farebné spojenia rôznej intenzity, výsledkom je živý look plný energie. Korienky vlasov však zostávajú takmer nedotknuté. Farba sa nanáša na dĺžky a na končeky vlasov predovšetkým tam, kde lemujú tvár.

V akej dĺžke vlasov balayage najviac vynikne?
Od strapatého pixie, cez rovný bob až po zvlnené dlhé vlasy – balayge funguje prakticky s každým účesom. Je to preto, že vďaka tejto uvoľnenej technike sú farebné akcenty individuálne prispôsobené strihu a štruktúre vlasov. No najimpozantnejší efekt prirodzene dosiahnete v XL dlhých vlasoch. Prečo? Čím dlhšie sú vaše vlasy (odporúčame dĺžku aspoň po plecia), tým kreatívnejšie môžete zosvetlené pramene umiestniť. A pohyb dlhých rozpustených vlasov – obzvlášť ak sú zvlnené – rafinovanú hru farieb ešte viac oživí.

To je na tejto technike to najlepšie: všetky! Či už chcete dodať šťavu prirodzenému odtieňu vlasov alebo vyskúšať celkom nový mix farieb – s technikou balayage bude výsledok zaručene úchvatný. Čo tak pruhy zlatej blond v čokoládovohnedých vlasoch? Alebo podmanivé bordové akcenty v čiernych vlasoch. S metódou balayage je možná akákoľvek kombinácia.



Ako sa robí balejáž?

Pri balejáži kaderníčka nanáša farbu na tenké pramienky vlasov od korienkov až po konce, kde sú vlasy zosvetlené takmer po celom objeme. Používa na to plynulé ťahy štetca. Tie potom prečeše a nechá ich voľne medzi nenafarbeným zvyškom hlavy. Farba sa nechá pôsobiť istý čas a nakoniec sa opláchne vodou. Môže to trvať aj štyri hodiny. Takéto zosvetlenie je ideálne okolo tváre, kde svetlejšie pramienky splývajú so svetlejšou pokožkou.

Vôbec však nemusí ísť len o svetlú farbu. Môžete si vybrať jemné ružové odtiene, perleťové alebo nádych karamelu. Je to vlastne efektná hra s tieňmi vo vlasoch.

- brunetky (tmavovlasé) môžu vyskúšať odlesky s nádychom karamelu alebo škorice
- gaštanové vlasy zahrejete zlatými trblietavými nitkami, čím im aj zväčšíte objem
- do čokoládovohnedých vlasov si dajte pruhy zlatej blond
- v čiernych vlasoch vyniknú podmanivé bordové odtiene

Rozdiely medzi Balayage, Ombre, melír

Balayage

Technika, ktorá je náročná, ale ak sa prevedie správne, výsledok stojí za to. Za technikou balayage stoja francúszki kaderníci.

Jej názov sa odvodzuje od francúzskeho balayer, čo značí zamietať alebo prenesene vytvárať ťahy štetcom. Ide o variáciu melírovania, t.j. vytvárania svetlejších pruhov vo vlasoch. Všetko však musí do seba zapadať ako puzzle a pôsobiť ako také malé umelecké dielo. Balayage má odlišný postup ako klasícke melírovanie - pramienky sa držia voľne v jednej ruke a druhou sa na nich nanáša farba plynulými ťahmi štetca. To umožňuje vytvárať farebné spojenia rôznej intenzity, výsledkom je žiarivý look. Korienky vlasov však zostávajú takmer nedotknuté. Veľmi často sa vytvára efekt, akoby slnkom pobozkaný a ideálna je táto technika pre ženy, ktoré majú svoju prirodzenú farbu špinavú blond a chcú len jemne zosvetliť pramene na svojej hlave.

Ombré

Trend, ktorý bodoval pred pár rokmi, no stále je na vrchole popularity. Ombré je založené na gradácii: tmavé korienky alebo aj dĺžky - záleží na tom, kde začína farebný prechod – a zosvetlené končeky. Ak svetlé vlasy začínajú pri korienkoch a menia sa na tmavší odtieň – zvyčajne v polovici dĺžky – potom ide o dvojtónový look.

No na rozdiel od balayage nepracujú ombré ani dvojtónový look s jednotlivými pramienkami. Farbenie začína na úrovni uší, prípadne nižšie či vyššie, a pokrýva celú zvyšnú časť vlasov. Výsledkom je úchvatný look. Dva odtiene sa pri ombré a dvojtónovom looku jasne odlišujú, no pri technike balayage vytvárajú svetlé a tmavšie pramienky doslova umelecké dielo a navodzujú prirodzený dojem. Najlepšie vynikne na svetlých brunetách, ktorým sa počas leta prirodzene sfarbujú končeky do zlatista. Prechod musí tiež pôsobiť veľmi prirodzene, takže úplne tmavovlásky rozhodne nemali voliť svetlé pramene, ale skôr držať sa trendu tón v tóne.

Melír

"Stará-známa" technika, ktorá je stále v kurze a ak sa urobí skutočne precízne, je to tiež ideálny spôsob, ako si zafarbiť vlasy. Výhodou je, že ak máte po ruke naozaj šikovného kaderníka, môžete sa do melíru pustiť, aj keď máte tmavšie vlasy. Ale naozaj musí ísť o skúseného kaderníka, ktorý vám namieša farbu stvorenú ako pre vás. Táto technika je ale pre vlasy náročnejšia, keďže sa melír robí úplne od korienkov. Preto, ak nemáte vlasy v top forme, nepúšťajte sa do tejto techniky.

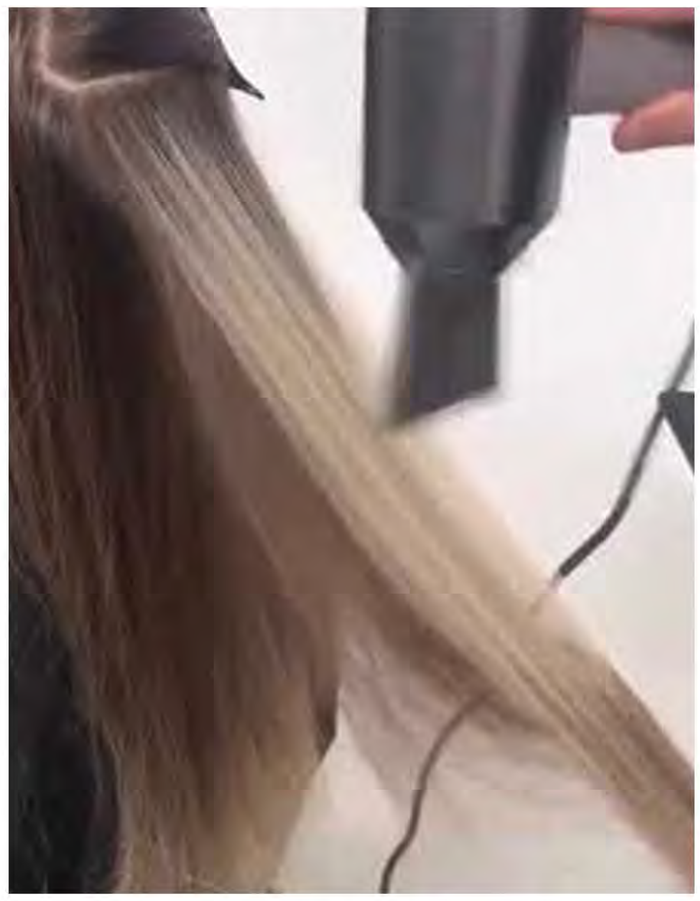
Air Touch zosvetlovanie a farbenie – technika ktorá uz obletela svet

Čo je to Air Touch Color?

Technika zosvetlovania a farbenia vlasov pomocou vyfúknutia určitej časti z prameňa vlasu. Touto technikou sa docieli precízne oddelenie vlasov ,ktoré sa následne odfarbia pomocou melíru do požadovaného odtieňa .Tento efekt sa pri bežnom melírovaní nedá dosiahnuť. Je to časovo najnáročnejšia metóda ,ale pokial sa vám páči jemný efekt zosvetlenia a prirodzeného prechodu od tmavej do svetlej, je táto technika.

Air Touch Color práve pre vás

A ako každá náročná a precízna práca niečo trvá ,pri technike AIR TOUCH COLOR si posedíte od 3 do 4,5 hodiny .



Popis modulu

Školiaci program, Implementácia spoločného kreatívneho profesionálneho výmenného programu „VOGUE CAMP„
Modul: Blond Studio

I. Obsah výcvikového modulu

Čo je to balayage
Techniky balayage
Kolorimetria
Ako sa robí balayage
Rozdiel medzi ostatnými podobnými technikami presvetlenia

II. Cieľ, ktorý sa má dosiahnuť: Účastník by mal byť schopný

Vedieť základy kolorimetrie, výšky tónu, základ zosvetlenia, neutralizácia
Naučiť sa všetky techniky balayage
Komunikácia s klientom
Oddeľovanie sekcií pri technikách balayage

III. Cieľová skupina školenia: študenti študujúci v kaderníckom priemysle / kaderníci /odborníci v kaderníckom priemysle

IV. Počet školených v skupine: 12-15 ľudí

V. Doba trvania modulu: 16 hodín

VI. Rozvýjať osobné a spoločenské kompetencie:

Odborné vedomosti
Zručnosť
Profesionalita
Kreativita
Komunikácia
Riešenie problému
Komplexné myslenie
Vizuálne rozpoznávanie
Spolupráca

VII. Podrobný program modulu:

A. Samostatná príprava modulu 8 hodín
   Na základe metodického materiálu kapitoly „ Balayage – bozk od slnka „prehľad a spracovanie témy
B. Predstavenie sa a oboznámenie s cieľom a obsahom tréningu: 0,5 hodiny
C. Úvodné teoretické vzdelávanie 3,5 hodiny
   Podrobné vysvetlenie čo je to balayage
   Techniky balayage
   Oddeľovanie sekcií
   Kolorimetria
   Neutralizácia
D. Tréning v malých skupinách 4 hodiny
   Praktická časť na modelkách, ukážka jednej techniky balayage
   praktická časť účastníkov v skupinkách 3-4 osôb na modelkách
   Diskusia, otázky
E. Predpoklad na dokončenie mdulu: účasť na úplnom počte hodín modulu odbornej prípravy v teoretickom vzdelávaní a tréningu malých skupín

DOPORUČENÁ LITERATÚRA

Dr. Szolnoky Erzsébet: Hajfestés és tartóshullámosítás
Beato Angelico Kiadó
Dr. Szirmák Szilárdné-Dr. Szolnoky Erzsébet: Fodrász szakismeret II.
Beato Angelico Kiadó

NOVÉ TRENDY VO FARBENÍ VLASOV

VRKOČE PONORENÉ VO FARBÁCH

Nové trendy vo farbení vlasov – vrkoče ponorené vo farbách

> V tomto module sú predstavené nielen nové trendy vo farbení vlasov, ale aj ich vzrušujúca kombinácia s trendovým účesom, nádhernými vlasovými vrkočmi, ktoré žijú renesanciou. Tento modul preto poskytuje stručný prehľad nových trendov vo farbení vlasov, konkrétne umývateľných farieb na vlasy a ďalších nástrojov a techník, ktoré umožňujú aj fyzické vyjadrenie „farebnej individuality“, ako aj typy vlasových copov a pomerne zaujímavú históriu.

Umývateľné farby na vlasy

Máte náladu na experimentovanie? Vďaka novým umývateľným farbám na vlasy sa dá vaša farba vlasov dokonca meniť každý deň. Dnes je ružová, zajtra zelená a pozajtra opäť pôvodná farba ... to je teraz možné. Farbiť sa dá iba niekoľko prameňov, ale dokonca aj celé vlasy - podľa nálady. Tieto nové farbivá sa mimoriadne ľahko používajú a dajú sa navzájom fantasticky kombinovať. A ak ste zlyhali? Žiadny problém, len majte hlavu pod vodou.

Aj keď sa farebný efekt môže líšiť, umývateľné farby na vlasy je možné nanášať na všetky farby vlasov a všetky dĺžky a vydržia až desať dní alebo päť umytí, akonáhle z vlasov zmiznú.

Tí odvážnejší môžu experimentovať nielen s umývateľnými farbami, ale aj so sprejmi na farbenie vlasov a kriedami na vlasy.

Farbiace spreje sú k dispozícii v obrovskom výbere, najmä v vždy populárnych pastelových farbách.

Kriedy na vlasy sú časovo náročnejšie, ale ponúkajú niekoľko možností. Jeho výhodou je, že nepreniká do vnútra vlasov, takže ich nepoškodzuje. Perfektné pre presnú prácu, napr. pre účes morskej panny, v ktorom je každý prameň inej farby.

Farby na vlasy a ďalšie trendy farbiace techniky je možné veľmi pekne kombinovať s rozpustenými alebo pevnejšími copmi na vlasy.

Typy vlasových vrkočov

Francúzske tkanie a "cop opačne"

Francúzske vrkoče a ich variácie sú na vrchole popularity v roku 2019. Mimoriadne zaujímavé je tkanie „opačne“. Je to celkom jednoduché vykonať, keď sa pozriete na účes, vytvorí sa dojem dlhej a starostlivej práce. Nezvyčajné je, že pri tkaní nie sú pramene vlasov nanášané zhora na predchádzajúce, ale zdola. Výsledný cop bude väčší ako obvykle, takže táto technika je vhodná pre majiteľov tenkých alebo riedkych vlasov. Môžete umiestniť pigtail do stredu hlavy tak, aby bol na boku a posúvajte ho doprava alebo doľava. Účes tak získa v sezóne asymetriu. Francúzske vrkoče v akejkoľvek podobe vyzerajú dobre a sú vhodné pre každú príležitosť. Ak chcete získať sviatočný účes, môžete si vo vlasoch navliecť stuhu zodpovedajúcu tónu hlavnej farby oblečenia, alebo ju môžete ozdobiť diadémom alebo klipom. A večer bude vyzerať.

Chvost chvosta

Jednoduchá a originálna možnosť „pre každý deň“. Je veľmi rýchly na vykonanie aj na najdlhších vlasoch. Ak chcete vytvoriť účes, musíte zbierať vlasy vo vysokom, objemnom chvoste.

Sú možné dve možnosti:

- všetky vlasy z chvosta sú zapletené do krátkeho pigtailu (nie dlhšieho ako 5 - 7 cm). Potom je pripevnená elastickým pásom a zvyšné voľné konce sú trochu vyčesané

- z tenkého povrazca je tkaná dlhá prámik. Jeho hrot je fixovaný elastickým pásom, ktorý zodpovedá farbe vlasov, alebo zostáva voľný a čiastočne otvorený

Prámik s partiou

Ďalšou možnosťou, ktorá kombinuje dva známe účesy. Dobrá voľba pre leto, pretože zdvíha vlasy a otvára krk. Existujú dve techniky na vykonanie tohto účesu. Voľba závisí od toho, kde chcete lúč vyrobiť: na hornej alebo zadnej strane hlavy.

• vlasy by mali byť spletené do vrkoča (najčastejšie - francúzskeho) v smere zdola nahor: od krku po korunu. Konce, ktoré zostávajú voľné, by sa mali trochu rozčesať a vytvorí sa zväzok, ktorý sa potom fixuje sponkami do vlasov alebo sponkami do vlasov. Tento účes je vhodnejší pre dlhé kučery, pretože ak je nedostatok dĺžky, vlasy na zadnej strane hlavy sa vytiahnu z vrkoča;

• doprava alebo doľava, pletenie francúzsky alebo obyčajný cop. Po dosiahnutí zátylku ho zaistite elastickým pásom a vytvorte volumetrický zväzok. Môžete to opraviť pevne, ale môžete ho mierne uvoľniť. Všetko záleží na osobných preferenciách.

Vlasový cop

Jednou z variácií kladenia malviny je chvost. Môže byť umiestnený na boku alebo v strede, môžete chytiť tresk alebo na bokoch vytvoriť dve vrkôčiky, ktoré sa pripájajú vzadu na hlave. Hlavnou podmienkou sú uvoľnené vlasy. Zložitejšie a slávnostnejšie budú „francúzske vodopády". Nech to nie je tak jednoduché, ale účes nebude vyzerať veľkolepo ako príklad, čím sa pridá k obrazu tajomstva a romantiky. Je to vynikajúca voľba pre večerný alebo svadobný štýl.

Slappy vrkôčiky

Jedným z módnych trendov bola túžba po úmyselnej nedbanlivosti. Voľné a zrazené pramene získali v dnešnej dobe nebývalú popularitu. Najlepšia vec, ktorú môžete urobiť v tejto technike, je položiť cop do hlavy. Môže to byť francúzsky vrkoč, klátik alebo dva vrkoče, ktoré sú pokryté sponkami do vlasov alebo stuhami.

Rybí chvost
Začína oddelením zväzkov vlasov od strán chrámov. Pravý prameň sa križuje vľavo, od ktorého sa oddelí nový a znova sa prekríži s pravou stranou a prepletie sa až do konca.

Svadobný účes
Spikelet s dlhými vlasmi Spodok z drdolu a spodnej časti kabátu - skvelá voľba pre svadobný účes. Ak chcete zdôrazniť ženskosť a romantiku pomôže vrkôčiky s tkané kvety. Mali by byť harmonicky kombinované so svadobnou kyticou a celkovým štýlom oslavy.

Vrkoče a farebné variácie

Ak existuje účes, o ktorom možno povedať, že je (takmer) rovnako starý ako ľudstvo samo, tak je to vrkoč. To, aké sú zapletené vlasy krásne, nám opäť pripomenuli aj módni návrhári a vlasoví stylisti na prehliadkach , kde ich rôznym podobám móla doslova patrili. Avšak nenazývajme to comebackom. Jemné pletence z vlasov úradujú na hlavách žien už tisícky rokov. Sú stelesnením nadčasovej krásy v oblasti úpravy vlasov. Vždy tu boli, a vždy tu budú. Cesta to bola však strastiplná a poriadne dlhá.

Faraóni & Kleopatry

Náš krátky prierez ich históriou siaha približne do roku 3500 pred naším letopočtom. Približne do tohto obdobia sa zaraďuje vznik obrazov na skalách, ktoré zachytávajú egyptské tmavovlasé ženy s veľkým množstvom malých vrkôčikov. Podľa viacerých historických prameňov si v starovekom Egypte nechávali zapletať vlasy najmä ženy slúžiace na faraónovom dvore. Manželky faraónov mali dokonca zapletané nielen vlastné vlasy, ale aj parochne. Tie boli však, prirodzene, vyrobené z pravých ľudských vlasov. Vrkoče boli tak pravdepodobne dôležitým symbolom vysokého postavenia – mnoho kráľovských manželiek i ďalších významných žien bolo pochovaných aj s „náhradnými" vlasmi, ktoré im mali tento status zabezpečiť aj v posmrtnom živote.

Krása ženy sa neskrýva len v jej srdci a očiach, ale aj vlasoch

V temnom období stredoveku boli vrkoče rovnako populárne ako medzi mužmi, tak aj medzi ženami. Obojpohlavnosť nikomu neprekážala, nosili sa však zahalené kapucňou, a to až do konca renesancie, ktorá priniesla väčšiu slobodu v myslení i vystupovaní. Ich vplyv nemenej nachádzame aj v umení.

Stali sa súčasťou dominantných impresionistických motívov – veľký francúzsky maliar Auguste Renoir v jednom zo svojim známych diel zvečnil neznámu dámu zapletajúcu si vlasy. Už v tých časoch bol teda vrkoč považovaný za symbol jemnej ženskej krásy, nevinnosti a mladosti.

Vzostup, útlm a znovuzrodenie

Skutočný boom vrkočov nastal s príchodom dvadsiateho storočia, modernej doby, ktorá zmenila tradičné hodnoty životného štýlu tak, ako žiadna pred ňou. Najmä dvadsiate roky, doba divokého rozkvetu na americkom kontinente, sa zaslúžili o ich popularizáciu v čoraz početnejšej vyššej spoločnosti. Mladé ženy si obľúbili jemné pramene a nechávali si zaplietať vrkoče na jednu stranu predovšetkým na večerné spoločenské príležitosti. Avšak vývoj po oboch svetových vojnách poskytol priestor pre veľké zmeny v obliekaní a s ním spojenou vizážou a úpravou vlasov. Rebélia nastolila hipisácku voľnosť, boby a twiggyovské strihy a na krásu dlhých zapletaných vlasov sa zabudlo. Na svoje takpovediac znovuobjavenie museli čakať do príchodu nového milénia. A nebola to iba bývalá ukrajinská premiérka Julia Tymošenková, ktorá ich v reinkarnovanej podobe vrátila na scénu.

Ich ťažko definovateľné čaro objavili nielen vychádzajúce teen idoly a hviezdičky populárnej hudby (stačí si spomenúť na R'n'b divu Beyoncé, keď bola na prelome tisícročí ešte členkou kapely Destiny's Child), ale aj tí, ktorí ich mali objaviť už dávno – vlasoví stylisti a s ich pomocou aj módni diktátori. Za jeden z posledných dôležitých míľnikov histórie zapletania vlasov možno považovať módnu šou Alexandra Wanga na jar 2010, keď svoju kolekciu, na ktorú odborná kritika nešetrila chválou, predviedol na modelkách s nádhernými jemnými prameňmi vlasov, zapletenými do ležérne pôsobiaceho vrkoča, spusteného na jednu stranu.

Ženské vlasy ako pýcha muža

Zrejme by ste ani neverili, akú dôležitú úlohu hrali v minulosti vlasy. Tradičná kultúra Slovenska vníma veľmi striktne zahaľovanie vlasov u vydatých žien. Muži ukrývali dlhé vlasy svojich manželiek pod krásnymi, regionálne dekorovanými čepcami. Prečo si ich však ženy nemohli ostrihať? Aj napriek náročným a nie práve príjemným účesom, ktoré bolo potrebné zhotoviť pod čepiec, si slovenské ženy nechávali dlhé vlasy pre potešenie výlučne svojich mužov. Ženské vlasy sú pýchou muža. Žiaden z nich však nedovolil, aby krásne vlasy zočil cudzí, preto ich ženy starostilo ukrývali.

Dlhé vlasy? U žien chvála, u mužov hanba

Aké dlhé musia byť vlasy aby sa považovali za „dlhé“ ? Názory na primeranú dĺžku sa rôznia od kultúry ku kultúre. Podľa Nového zákona sú dlhé vlasy u mužov hanebné, zatiaľ čo u žien chvályhodné. V celom západnom svete sa v priebehu kultúrnych revolúcií šesťdesiatych a sedemdesiatych rokov 20. storočia stali dlhé mužské vlasy výrazným symbolom vzbury proti kultúrnym normám. U žien to bolo obrátene. Dlhé ženské vlasy boli znakom prijatia kultúry, zatiaľ čo vlasy kratšie, ako udáva norma, signalizovali vzburu proti nej.

Vlasy ako protest

V 60. rokoch 20. storočia s nástupom éry Beatles sa dlhé vlasy, hlavne u mužov, nosili ako politický alebo kultúrny symbol či protest. Od tej doby sa napríklad dredy stali súčasťou alternatívnych kultúrnych hnutí, usilujúcich sa o vymedzenie svojho životného štýlu. V celom tomto liberálnom desaťročí sa stali dlhšie vlasy všeobecným znakom vzbúrenej mládeže. Celosvetové rozšírenie dredov spopularizoval v 70. rokoch 20. storočia spevák jamajského reggae, Bob Marley.

Jánošík bol len jeden z miliónov dlhovlasých Slovákov

Jánošík nebol medzi ostatnými Slovákmi dlhovlasou výnimkou. Naopak, takýto účes bol celkom bežný. Toto je úplne normálny účes. Vlasy sa v tej dobe zvykli chrániť olejom alebo tukom, aby sa nelámali a aby ich popol, alebo prach nerozcuchal a aby „nezdredovateli“. Dnešná doba je naozaj kreatívna a vrkoče naberajú aj iný smer, odvážnejší. Sú veľmi vyhľadávané aj na módnych prehliadkach, na svadbách, či na festivaloch. Vo farbách sa taktiež medze nekladú.

Pre tie odvážnejšie generácie sú veľmi trendy semipermanentné farby na vlasy, ktoré v kombinácii s vrkočmi alebo spoločenským účesom vyzerajú naozaj odvážne a úžasne. Semipermanentná farba vám zaručí nekonečnú škálu farieb na vlasy. Ako sme už v úvode navrhli, nebojte sa experimentovať! Odtiene pastelové, dúhové, alebo vo farbách morskej panny? Sú vhodné pre všetky typy vlasov, je možnosť zafarbiť celú hlavu, malé tenké pramienky, alebo končeky je. Farba vydrží okolo 15 umytí, záleží od typu a kvality vlasov. Popustite uzdu svojej fantázii! Tvorte, inšpirujte sa, objavujte!

Popis modulu

Školiaci program, Implementácia spoločného kreatívneho profesionálneho výmenného programu „VOGUE CAMP„
Modul: Nové trendy vo farbení vlasov – vrkoče ponorené vo farbách

I. Obsah výcvikového modulu
- História vrkočov
- Vrkoče v súčasnosti
- Vrkoče a ich technika
- Semipermanetné farby

II. Cieľ, ktorý sa má dosiahnuť: Účastník by mal byť schopný
- Nahliadnuť do histórie vrkočov
- Zoznámiť sa s najnovšími trendami techniky vrkočov
- Zoznámiť a naučiť sa pracovať s semipermanentnými farbami
- Vedieť ich zakomponovať do účesov

III. Cieľová skupina školenia: študenti študujúci v kaderníckom priemysle / kaderníci /, odborníci v kaderníckom priemysle

IV. Počet školených v skupine: 12-15 ľudí

V. Doba trvania modulu: 16 hodín

VI. Rozvýjať osobné a spoločenské kompetencie
- Odborné vedomosti
- Zručnosť
- Profesionalita
- Kreativita
- Komunikácia
- Spolupráca

VII. Podrobný program modulu:

A. Samostatná príprava modulu 8 hodín
   Na základe metodického materiálu kapitoly Nové trendy vo farbení vlasov – vrkoče ponorené vo farbách prehľad a spracovanie témy
B. Predstavenie sa a oboznámenie s cieľom a obsahom tréningu:
   0,5 hodiny
C. Úvodné teoretické vzdelávanie 3,5 hodiny
   Podrobné vysvetlenie akú majú historiu vrkoče Techniky vrkočov zoznámenie sa s semipermanentými farbami
D. Tréning v malých skupinách 4 hodiny
   Praktická časť na modelkách. Ukážka jedneho účesu na modelke alebo cvičnej hlave praktická časť účastníkov v skupinkách na modelkách v skupinách 3-4 ľudí
   Diskusia, otázky
E. Predpoklad na dokončenie mdulu: účasť na úplnom počte hodín modulu odbornej prípravy v teoretickom vzdelávaní a tréningu malých skupín

DOPORUČENÁ LITERATÚRA

Laura Mendelin - Jenni Petänen: Hajfonás 2.
Corvina Kiadó, 2017
Laura Mendelin - Jenni Petänen: Hajfonás - Kezdőknek és haladóknak
Corvina Kiadó, 2019
Christina Butcher - Fonatok, kontyok és egy kis csavar! - 82 mesés frizura lépésről lépésre
Bioenergetic Kft., 2016

PLÁNOVANIE A VÝROBA:

BLÚPIXEL KOMUNIKAČNÁ A PRODUKČNÁ KANCELÁRIA

ODBORNÝ OBSAH:

KOZMETIKA MODRÝ PÚDER A ŠKOLA ŠTÝLU
PATAKI BEAUTY BOX
BLÚPIXEL KOMUNIKAČÁ A PRODUKČNÁ KANCELÁRIA
BLONDE STUDIO
2020