

Fornire i servizi del consulto nell'hairstyling

Fornire i servizi del consulto nell'hairdressing

Introduzione all'unità

Questa unità tratta la fornitura di un ampio consulto e dei consigli alla clientela. Si parlerà anche di come supportare i colleghi di fronte a problemi quali, l'abilità di consigliare un'azione alternativa, specialmente quando si deve fare riferimento a specialisti.

Contenuto dell'unità

Al fine di realizzare questa unità il candidato deve conoscere e comprendere:

1. I requisiti legali e del salone
2. Servizi, prodotti e prezzi
3. La crescita e le caratteristiche dei capelli
4. Analisi del capello e della pelle
5. Comunicazione

Totale ore necessarie per insegnare il contenuto

Per soddisfare tutte le esigenze per l'apprendimento e comprensione dell'intera unità si raccomanda che venga svolta in un periodo di circa 22 ore. Coloro che hanno necessità speciali per l'insegnamento, possono aver bisogno di tempo e supporto ulteriori.

Note 

[illegible]

[illegible]

Sessione 1

Note 

1.1 Le responsabilità secondo la legge sulla Privacy

NOTE:

Alcuni aspetti di quest'area di apprendimento sono trattate in altre unità. Le informazioni in questa unità sono più approfondite ed è importante fornire servizi di consulto per l'hairdressing

Spiegare ai candidati che è interesse di ciascuno capire la legge in relazione alla legge sulla Privacy.

D

Chiedere ai candidati se conoscono e hanno la legge sulla privacy nel loro luogo di lavoro

Le risposte a questa domanda possono variare. Alcuni candidati possono avere già fatto il Livello 2 NVQs/ SVQs e possono avere delle conoscenze sulla legge sulla privacy. Alcuni candidati possono lavorare in saloni che conoscono bene questa legge, altri invece possono lavorare in saloni dove i datori di lavoro non sono a conoscenza delle loro responsabilità.

Rif: Dispensa G9.1.1

Definire le linee base della legge e spiegare che essa è stata progettata per proteggere:

- Gli impiegati
- I clienti
- Il business

Spiegare ai candidati che si deve giustificare il perché si tengono le informazioni sui clienti e hanno l'obbligo di proteggerle. Le informazioni non devono essere viste come pretesto per danneggiare la reputazione del cliente.

Note

Ricordare ai candidati che chiunque può vedere i propri dati, ma non possono essere mostrati ad altri. Sottolineare che i dati da proteggere includono le valutazioni dei candidati, le procedure disciplinari, i curriculum e la scheda clienti.

Note 

Sessione 1

Spiegare ai candidati che chiunque non rispettare questa legge ne sarebbe responsabile e il garante per la privacy potrebbe intraprendere un'azione legale. Sottolineare che quest'azione legale influenzerà la reputazione e le finanze del salone.

Comunicare ai candidati che loro (o il proprietario del salone) devono scoprire se devono notificare (o comunicare) al centro elaborazione dati i dati gestiti all'interno del salone. Spiegare che non tutti sono obbligati a farlo, infatti, chi possiede e conserva informazioni personali per scopi relativi al marketing, all'amministrazione dello staff può non dover adempiere a questo dovere. Occorre che il proprietario del salone verifichi se è esente da ciò.

Informazioni mal riportate

Comunicare ai candidati che esistono enti che fingono di essere il Garante per la Privacy (Data Protection Agency) chiedendo alle varie aziende addirittura del denaro. Alcuni hanno anche biglietti da visita falsi e danno ricevute finte.

Tutto ciò non è legale e nel caso accadesse occorre avvisare la polizia o l'autorità.

Rif: Attività G9.1.1

Chiedere ai candidati di legger la scenetta e di lavorare in gruppo o individualmente, per promuovere la discussione di gruppo su come è stata gestita la situazione. Inoltre, chiedere ai candidati di stabilire quale punto della legge sulla privacy è stata violata.

Osservando le risposte dei candidati o durante la discussione sottolineare i seguenti punti:

- la legge sulla Privacy stabilisce chiaramente che le informazioni personali non devono essere dati ad altre persone
- questo si applica anche se c'è una terza parte coinvolta

Note

Note 

Inoltre, il candidato deve accertarsi che il cliente non abbia delle aspettative che non possono essere soddisfatte. Questo potrebbe portare ad una delusione da parte del cliente e al danneggiamento della reputazione del salone.

Ricordare ai candidati che una caratteristica di un prodotto e un servizio è:

- Cosa il prodotto e il servizio fa

Il beneficio di un prodotto o servizio è:

- Cosa si ottiene con il prodotto o il servizio

1.3 Le procedure del salone e le istruzioni d'uso in relazione all'esecuzione dei test

Rif: Dispensa G9.1.3

Attività G9.1.3

Attività G9.1.3 (guida alle risposte)

I candidati possono aver già affrontato l'argomento sui test durante lo studio di altre unità tecniche, o al Livello 2 NVQs/SVQs.

Ricordare ai candidati quali sono i requisiti per svolgere tutti i test necessari prima di iniziare i servizi e i trattamenti di hairdressing, e che occorre sempre seguire le istruzioni d'uso.

Usare la dispensa per ricapitolare sulle tipologie dei test necessari mentre, allo stesso tempo, chiedere ai candidati di completare la colonna dei risultati previsti come forma di revisione.

Confermare i loro risultati usando la guida alle risposte.

1.4 Le regole del salone e sulla privacy

Discutere coi candidati il concetto di privacy.

D

Chiedere ai candidati cosa intendono loro per riservatezza

Note

[illegible]

- Rif: Dispensa G9.1.4**

Diversi anni fa un apprendista firmava un contratto d'apprendistato in cui una clausola stabiliva che "l'apprendista non doveva rivelare i segreti del suo padrone". Tale filosofia dovrebbe rimanere anche oggi.

Note 

NOTE:

Comunicare che mantenere la riservatezza del business non significa tacere se succede qualcosa di illegale nel salone. Le attività illegali devono essere riferite alle persone interessate.

Comunicare che i saloni dovrebbero attuare dei sistemi per assicurarsi che le registrazioni sulle informazioni del cliente venissero custodite secondo i requisiti della legge sulla privacy. La custodia delle registrazioni si riferiscono sia alla clientela che allo staff.

I candidati devono essere consapevoli che talvolta i clienti confidano le loro cose più personali, i loro piani per il futuro e le loro relazioni. Evidenziare che è vitale custodire le informazioni riservate. Se il parrucchiere non rispetta la riservatezza perderà, oltre che la propria reputazione, anche quella del salone.

D

Chiedere ai candidati le conseguenze derivanti dal non rispettare le regole stabilite dal salone in materia di riservatezza

Le risposte potrebbero includere:

- Violare la legge (legge sulla privacy)
- Perdita di clientela
- Perdita di business
- Perdita della reputazione del salone

Rif: Attività G9.1.4

Chiedere ai candidati di pensare alle loro mansioni lavorative e alle occasioni in cui devono assicurare la riservatezza.

Note

Note 

Sessione 1

I candidati devono riconoscere che l'indirizzare i clienti verso altri saloni rappresenta un potenziale rischio di perdita di business.

D

Chiedere ai candidati se hanno idee su come possono organizzare servizi che normalmente non forniscono

Spiegare che possono usufruire dell'aiuto di esperti per queste aree. Alcuni saloni hanno stanze che possono affittare a consulenti. Ciò permette al salone di catturare le opportunità di crescita del mercato senza attendere che lo staff esistente riceva le competenze in altre discipline. Inoltre, sottolineare ai candidati che alcuni servizi richiedono esperti reali. Per esempio, i servizi di tricologia.

D

Chiedere ai candidati come possono fare questi rimandi ad altri saloni.

Comunicare ai candidati che mentre possono indirizzare il cliente altrove per servizi e trattamenti che non forniscono, devono comunque cercare di conservare il cliente per quei servizi e trattamenti che forniscono.

Quindi, prima di indirizzare ad altri saloni, occorre tenere in mente di:

- Cercare di conoscere il background del salone
- Conoscere la reputazione del salone
- Ricordare le raccomandazioni espresse da altre persone a riguardo
- Visitare il salone prima di raccomandarlo
- Instaurare un accordo reciproco tra il salone di riferimento e il proprio in modo che questo possa indirizzare a loro i clienti che non può gestire

NOTE:

I candidati non devono tentare di fare trattamenti e servizi per i quali non sono né competenti né qualificati. Qualsiasi assicurazione non sarà valida se il cliente dovesse richiedere eventuali risarcimenti

Note 

1.7 La politica dei prezzi del salone e le politiche di pagamento (es. requisiti per i depositi e come calcolare l'ammontare dei servizi)

I candidati devono essere consapevoli che la struttura dei prezzi varia da un business all'altro.

Depositi

Comunicare ai candidati che c'è sempre stato un dibattito in relazione a quando il salone dovrebbe prendere un acconto per i trattamenti o i servizi.

Spiegare che alcuni saloni chiedono l'acconto per quei servizi molto lunghi

Spiegare che se, ad esempio, il cliente si sbaglia e non si presenta all'appuntamento per un servizio di piega o taglio, ciò comporta la perdita dell'incasso, ma la perdita è minima paragonata alla perdita derivante da un servizio di extension.

Spiegare ai candidati che per proteggere se stesso, il salone deve sviluppare una politica o avere alcune forme di accordo scritto sulle modalità di accettazione e pagamento del deposito.

Per esempio:

- Il deposito deve essere restituito se il cliente non riesce a rispettare l'appuntamento - in tal caso - quanto preavviso deve dare?
- Devono restituire il deposito nel caso riescano a inserire un altro cliente?
- Il deposito non dovrebbe essere restituibile, anche se si è potuto inserire un altro cliente nel medesimo intervallo di tempo?

Rif: Attività G9.1.7

Chiedere ai candidati di lavorare in piccoli gruppi per discutere l'organizzazione sulle procedure per prendere i depositi.

Poi, chiedere loro di pensare ai vantaggi e agli svantaggi del prendere questi depositi.

Note

Ampliare il discorso sui fattori che si riferiscono alla politica dei prezzi del salone.

Innanzitutto, spiegare che uno dei fattori principali sono i costi diretti del salone o dello staff.

I costi diretti sono:

- lo staff impegnato in un trattamento o servizio
- il tempo impiegato per lo sviluppo di un trattamento o servizio
- il costo dei prodotti usati

in base a quanto sopra citato, i candidati devono essere consapevoli che il costo per lo staff non include solo l'attuale servizio o trattamento, ma anche i costi per:

- l'apprendista (che non contribuisce direttamente alle entrate nel salone, ma che aiuta lo stilista, assistendolo)
- lo stilista junior (che contribuisce in minima parte alle entrate, poiché ha un giro ristretto di clienti che sta creando)
- la receptionist (che non contribuisce direttamente alle entrate ma aiuta gli stilisti a organizzare attentamente gli appuntamenti)
- la persona addetta alle pulizie (che non contribuisce direttamente alle entrate ma aiuta a tenere pulito durante il lavoro dello stilista)

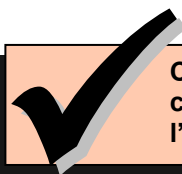
utilizzare poi la dispensa per vedere i costi indiretti, che servono anch'essi per calcolare i ricarichi sui servizi.

Per esempio:

- IVA
- stipendi
- materiali
- servizi
- affitto
- attrezzatura
- pulizia
- promozione
- cancelleria
- attrezzature informatiche
- assicurazione
- interessi sui prestiti bancari

Note

Note 



Completare la scheda di controllo del candidato per la sessione 1 per verificare l'apprendimento del candidato

Usare la ricerca G9.1 per incoraggiare l'apprendimento indipendente

Sessione 1

I requisiti legali e del salone Servizi, prodotti e prezzi (1° Parte)

Scheda di controllo del candidato

DOMANDE	RISPOSTE
1. Elencare almeno cinque dei principi della legge sulla privacy:	1. Qualsiasi delle cinque: • archiviare le informazioni in modo legale e giusto • archiviarle per scopi specifici • archiviare le informazioni rilevanti e non in eccesso • devono essere accurate e dove necessario, aggiornate • non devono essere conservate più del necessario • archiviarle in base ai diritti dell'individuo • devono essere tenute al sicuro non devono essere trasferite ad altri paesi senza la tutela della legge sulla privacy
2. elencare almeno 3 parti della legge sulla protezione del consumatore	2. tre risposte dalle seguenti: • la legge sulla protezione del consumatore • la legge sulla sicurezza del consumatore • la legge sui prezzi • la legge sulla descrizione del commercio • la legge sui prezzi di rivendita • la legge sulla vendita e fornitura di beni
3. Scrivere il nome della legge che fa riferimento alla descrizione delle caratteristiche e ai benefici dei prodotti e dei servizi	3. La legge sulla vendita e sulla fornitura dei beni
4. elencare almeno 6 test che vengono effettuati per i servizi e trattamenti di hairdressing	3. sei risposte dalle seguenti • test della pelle • test di elasticità • test della porosità • test della ciocca • test della incompatibilità • test del taglio • test di sviluppo del riccio

Notes

[illegible]

Note 

1.3 Le procedure del salone e le istruzioni d'uso in relazione all'esecuzione dei test

Ricordare che i test devono essere svolti su una gamma di servizi e trattamenti.

1.4 Le regole del salone sulla privacy

Ripetere che le conseguenze derivanti dalla violazione delle regole del salone sulla privacy sono:

- La violazione della legge (privacy)
- Perdita di clientela
- Perdita del business
- Perdita della reputazione del salone

Ricordare i risultati dell'attività per quest'area di apprendimento

1.5 La politica del salone per indirizzare i clienti ad altri saloni

Ripetere che talvolta i saloni devono indirizzare i clienti ad altri saloni o cliniche per consentire l'accesso a servizi o trattamenti che non possono offrire.

1.6 I servizi e i prodotti disponibili nel salone

Ricordare ai candidati i risultati dell'attività dove essi hanno identificato i servizi offerti e i prodotti usati.

1.7 La politica dei prezzi del salone e le politiche di pagamento (es. requisiti per i depositi e come calcolare l'ammontare dei servizi)

Ricordare ai candidati i vantaggi e gli svantaggi che sono stati individuati quando si discuteva sull'utilizzo di depositi per servizi e trattamenti.

Ricordare ai candidati i costi diretti e indiretti da considerare per il calcolo dei prezzi per i servizi.

Usare la ricerca G9.1 e stabilire una data per il completamento del progetto di ricerca

Note 

Note 

Sessione 1

I requisiti legali e del salone Servizi, prodotti e prezzi (1° Parte)

Opportunità sulle capacità chiave/principali

Si presenterà l'opportunità di promuovere discussioni affrontando i seguenti argomenti:

- G9.1.1** Discussione sulla violazione della legge sulla privacy
- G9.1.4** Discussione sulle regole della riservatezza
- G9.1.7** Discussione su come prendere l'acconto dai clienti

Si presenterà l'opportunità di usare capacità di calcolo affrontando li seguenti argomenti:

- G9.1.8** Calcolare il costo dei servizi del salone in base al tempo concesso per realizzarli

Si presenterà l'opportunità di migliorare l'apprendimento affrontando i seguenti argomenti:

- Ricerca G9.1** Completare la ricerca sull'indirizzamento della clientela ad altri saloni

- Unità G9** Fornire servizi di consulto sull'Hairdressing

Note 

Servizi, prodotti e prezzi (2° Parte) Caratteristiche e ricrescita dei capelli

2.1 I servizi dove occorre fornire alla clientela consigli speciali prima della visita, il tipo di consiglio da dare e le relative ragioni

Comunicare ai candidati che ciascun cliente necessita di consigli speciali su qualsiasi servizio o trattamento in qualsiasi momento. Spiegare anche che anche il servizio più semplice può sempre creare ansia nel cliente.

Per esempio:

- Il cliente potrebbe tagliare più corti i suoi capelli lunghi
- Il cliente potrebbe effettuare un colore per la prima volta
- Il cliente potrebbe valutare la permanente, ma non è sicuro che cosa comporta

Comunque, comunicare che ci sono alcuni trattamenti o servizi in cui occorre dare dei consigli al cliente precedentemente al loro appuntamento.

Rif: Attività G9.2.1

Rif: Attività G9.2.1(guida alle risposte)

Chiedere ai candidati di completare l'attività identificando il consiglio speciale che occorre dare al cliente prima del suo appuntamento e stabilire il perché occorre dare queste informazioni.

Usare la guida alle risposte per confermare i loro risultati.

NOTE:

I candidati possono avere altre risposte importanti

Riassumere dicendo che in base alle seguenti circostanze, occorrerà dare al cliente consigli speciali prima dell'appuntamento:

- Prima di un servizio colore permanente o semipermanente – per effettuare il test della pelle
- Prima di un'occasione speciale – per un consulto
- Se il cliente ha delle disabilità fisiche - per accertarsi che il cliente sia comodo

Note

- [illegible]

Pagina 29 di 80

Note

Le risposte possono includere:

- sviluppare nuove abilità di hairdressing e di barbering
- partecipare a delle dimostrazioni
- partecipare ai corsi dei produttori
- svolgere unità aggiuntive dell'NVQs/SVQs
- prendere ulteriori qualifiche di hairdressing e di barbering
- partecipare ai programmi di sviluppo per lo staff

2.3 La struttura basilare dei capelli e della pelle

NOTE: I candidati possono aver già trattato questo argomento durante il completamento del Livello 2 di NVQs/SVQs; in tal caso può essere necessario solo ricapitolare i concetti appresi in precedenza

Struttura dei capelli

Comunicare ai candidati che il capello è composto da tre livelli:

- la **cuticola** lo strato esterno protettivo
- la **corteccia** lo strato intermedio, che è la parte principale del capello
- il **midollo** la parte centrale, quella interna

Rif: Dispensa G9.2.3a
Diapositiva G9.2.3a

Mostrare la diapositiva e descrivere la struttura del capello. Usare la dispensa come riferimento e chiedere ai candidati di nominare le parti che compongono la struttura del capello.

Spiegare innanzitutto la struttura della cuticola.

La cuticola:

- composta da 7 a 11 strati di squame traslucide di cheratina
- forma uno strato protettivo per il capello
- regola l'entrata di sostanze chimiche all'interno degli strati del capello

[illegible]

Note

Sessione 2

Ricordare ai candidati che i ponti d'idrogeno sono molto deboli e possono essere facilmente spezzati dall'acqua, dall'umidità o dal calore, mentre altri ponti, detti bisolfuri, vengono rotti solo dall'applicazione di sostanze chimiche come la permanente.

Comunicare ai candidati che alla corteccia si trova il colore del capello - sia la melanina naturale che qualsiasi colore artificiale che penetra nella corteccia tramite un processo di ossidazione.

Infine, continuare spiegando la struttura del midollo.

Comunicare ai candidati che il midollo è essenzialmente uno spazio d'aria o composto da cellule spugnose soffici. Non è sempre presente nel capello: quando manca è sostituito dalla corteccia.

Il midollo non viene coinvolto nei trattamenti e nei processi chimici dell'hairdressing.

Comunicare ai candidati che gli elementi del capello sono:

- carbone 50%
- ossigeno 21%
- nitrogeno 18%
- idrogeno 7%
- zolfo 4%

Spiegare ai candidati che ci sono diverse tipologie di capelli/peli sul corpo.

- **Vello (vellus hair)** che cresce sul corpo
- **Peli terminali** crescono sul cuoio capelluto: ciglia, sopracciglia, barba e baffi
- **Pelo lanugo** si trova solo nei feti

Struttura della pelle

Rif: Dispensa G9.2.3b
Diapositiva G9.2.3b

Note

Sessione 2

La parte più profonda del derma è lo strato **reticolare** e giace sotto allo strato **papillare**. Questo contiene una rete densa di fibre di collagene per lo più in strati. Nel mezzo, le fibre di collagene sono strettamente intrecciate in una rete di fibre elastiche che consentono alla pelle di essere elastica.

Comunicare ai candidati che sotto al derma si trova il **tessuto sottocutaneo**. Questo è anche conosciuto come sottocute. È composto da un tessuto di cellule sparse che contengono grasso. Lo strato sottocutaneo riempie lo spazio tra il derma e il tessuto muscolare.

Il **follicolo pilifero** cresce da uno spazio tubolare nella pelle. Alla base del follicolo le zone intorno sono altamente ricche di rete nervosa e di vasi sanguigni. Questi nutrono l'attività cellulare e sono chiamate papille pilifere. Intorno a queste c'è la matrice germinativa che forma le cellule produttrici di sebo attive. Appena le nuove cellule crescono, la parte inferiore del pelo si forma all'interno del bulbo pilifero. Le cellule continuano a indurirsi e muoiono e il capello infatti è formato da tessuto morto ma continua a essere elastico per via della sua struttura e per la cheratina che contiene.

Il **muscolo erettore pilifero** si estende oltre la radice verso l'esterno di circa un terzo sul follicolo fino al lato interno dell'epidermide. Quando una persona sente freddo il muscolo si contrae e il follicolo si erge creando l'effetto "pelle d'oca". I peli delle sopracciglia e delle ciglia non hanno muscoli erettori piliferi.

La **ghiandola sebacea** produce una sostanza oleosa conosciuta come sebo. Esso è fatto principalmente di grassi, cere e acidi grassi. Le ghiandole si trovano su tutte le aree della pelle eccetto che nei palmi delle mani, dei piedi e tra le dita delle mani e dei piedi.

Le aree seborroiche (le aree più coinvolte dalla secrezione sebacea) sono il cuoio capelluto, il naso, le guance e tra le scapole e il petto.

Note 

2.4 Il ciclo di crescita del capello

NOTE:

I candidati possono aver trattato quest'area di apprendimento durante il Livello 2 di NVQs/SVQs nel cui caso occorrerà solo un ripasso

Rif: Dispensa G9.2.4

Diapositiva G9.2.4

Mostrare la diapositiva per illustrare il ciclo di crescita.

Il capello cresce continuamente, cade * permettendo al follicolo di riposare e di rigenerarsi prima di iniziare la crescita di un nuovo capello.

* si perdono circa 100 capelli al giorno.

Ci sono tre livelli di crescita:

- Anagen: Lo stadio di crescita attiva dei capelli
- Catagen: La fase cessante o di riposo (il cambiamento si verifica per 2 settimane)
- Telogen: La fase terminante (3-4 mesi)

Spiegare più dettagliatamente:

Anagen

- Crescita attiva dei capelli
- Dura tra 1½ e 7 anni
- Crescita media del capello tra i 1.25 cm al mese
- I capelli che hanno un ciclo di 2 anni crescono di 30 cm*
- I capelli che hanno un ciclo di 7 anni crescono di 1m*

NOTE:

NOTE: * Comunicare ai candidati che la fase di crescita attiva del capello è predeterminata. Quindi, quando il cliente si lamenta che i capelli non crescono mai oltre le spalle, è perché ha una fase anagena corta.

80% - 90% dei follicoli della cute sono nella fase anagena solo una volta.

Catagen

- Un periodo corto di cambiamento prima che il capello entri nella fase di riposo
- Dura per due settimane
- Il capello smette di crescere non appena cessa la divisione cellulare
- Il follicolo si accorcia di circa un terzo della sua lunghezza

L' 1% dei follicoli sono in fase catagena.

Telogen

- La fase di riposo del follicolo
- Questa fase dura da tre a quattro mesi
- Il follicolo rimane in una fase corta
- Il follicolo è ancora in contatto con la papilla del derma attraverso la radice germinativa. Quando la fase di riposo è completata, inizia la crescita del nuovo follicolo dalla radice germinativa.

Approssimativamente circa il 13% dei capelli ha una fase telogena.

Comunicare che la lunghezza del periodo di crescita attiva (anagen), il periodo di cambiamento (catagen), il periodo di riposo (telogen) sono determinati geneticamente ma possono essere influenzati da cambiamenti ormonali o da droghe.

Note



Note 

Sessione 2

2.5 Le caratteristiche delle diverse strutture e tipologie dei capelli

D

Chiedere ai candidati di indicare quali sono le tre tipologie di capelli

Le risposte dovrebbero essere:

- caucasici
- asiatici
- afro caraibici

Ampliare le caratteristiche dei tre tipi di capelli.

Rif: Dispensa G9.2.5

Capelli caucasici

Comunicare ai candidati che ci sono molti fattori storici che hanno condizionato il capello di tipo caucasico.

Per esempio:

- i Vichinghi hanno preso il colore biondo dei Nordici
- i Celti erano spesso rossi
- gli Spagnoli e i Romani erano scuri

Pertanto, il capello caucasico è un misto di colori e di strutture.

Inoltre, e nella storia più recente, abbiamo anche una varietà più ampia che mischia i capelli afro caraibici con quelli asiatici.

I capelli possono essere fini, medi o grossi e possono essere ricci, dritti o ondulati.

Sotto al microscopio la forma è ovale.

Capelli asiatici

Sono spesso dritti, marroni o neri. Occasionalmente può essere ondulato, ma tende a essere più grosso e più liscio.

La sezione del capello è rotonda.

Note

Comunicare ai candidati che nei capelli bianchi mancano la melanina e la feomelanina.

Note 

Sessione 2

Struttura e densità dei capelli

Spiegare che la struttura e la densità variano secondo la provenienza etnica della persona e dipendono dai suoi geni e dalla sua salute.

Spiegare che la struttura dei capelli può essere:

- fine
- media
- grossa

2.6 I fattori generali che contribuiscono alla salute dei capelli

Rif: Dispensa G9.2.6

Spiegare che i fattori che contribuiscono alla salute dei capelli sono:

- fattori ereditari
- età
- dieta
inclusione delle vitamine A, C e B
proteine
minerali: ferro, calcio, iodio
- malattie
- ormoni

Usare la Dispensa G9.2.6 per espandere questi punti.

Sommario

Affermare che la salute dei capelli è influenzata da:

- **Salute:** ciò che si mangia. Spiegare che la salute e la dieta sono fattori, insieme all'età che influenzano la condizione dei capelli
- **Sostanze chimiche:** cosa si mette sui capelli (tinte, permanenti, ecc.). Discutere gli effetti delle sostanze chimiche come permanente, decoloranti
- **Ambiente:** dove si abita. Gli effetti del tempo atmosferico, vento, mare, sole, caldo e freddo influenzano lo stato del capello

[illegible]

www.purchon.com/biology/diet.htm



Ricerca G9.2a e Ricerca G9.2b per incoraggiare l'apprendimento individuale

Sessione 2

Servizi, prodotti e prezzi (2° Parte) Caratteristiche e crescita dei capelli

Scheda di controllo del candidato

DOMANDE	RISPOSTE
1. Indicare quattro occasioni in cui è necessario dare al cliente consigli specifici prima di un appuntamento	1. 4 risposte dalle seguenti: • prima di un colore o un colore semi-permanente • prima di un'occasione speciale se il cliente ha delle disabilità fisiche • se il cliente è insicuro sul servizio o trattamento • se si richiedono dei test precauzionali da svolgere • precedentemente a un trattamento o a un servizio per cui occorre un tempo di esecuzione considerevole: per esempio, extension di capelli, alcuni servizi colore o permanente
2. Stabilire almeno tre modi per intraprendere uno sviluppo Professionale Continuo (CPD)	2. 3 risposte dalle seguenti: • sviluppare nuove abilità di hairdressing e barbering • partecipare a delle dimostrazioni • partecipare a dei corsi dei produttori • svolgere ulteriori unità dell'NVQs/SVQs • prendere qualifiche ulteriori di hairdressing e barbering • partecipare ai programmi di sviluppo per lo staff
3. Fornire una breve descrizione della cuticola	3. Includere i seguenti punti: • strato esterno traslucido del capello • squame sovrapposte di cheratina • determina la condizione del capello • consente il passaggio di sostanze chimiche alla corteccia • protegge la corteccia

Sessione 2

Servizi, prodotti e prezzi (2° Parte) Caratteristiche e crescita dei capelli

Scheda di controllo del candidato

DOMANDE	RISPOSTE
4. Fare una breve descrizione della corteccia	4. Includere i seguenti punti: • è lo strato intermedio e più largo del capello • è fatta da cellule che si sovrappongono • sono cellule dette macrofibrille, microfibrille, protofibrille e catene polipeptidi • contiene il pigmento detto melanina • le sostanze chimiche possono alterare la posizione dei ponti che tengono unite le strutture • è la parte più grossa del capello • è responsabile dell'elasticità del capello
5. Qual'è lo strato della pelle che contiene il muscolo erettore pilifero?	5. Il derma
6. Qual'è la funzione del muscolo erettore pilifero?	6. Sollevare il pelo quando si ha freddo o paura
7. Come si chiama la secrezione delle ghiandole sebacee?	7. Sebo
8. comunicare quali sono i tre livelli di crescita del capello	8. fornire tutte e tre le risposte: • anagen • catagen • telogen
9. Qual'è la fase di crescita attiva?	9. Anagen
10. Nominare i tre tipi di capelli	10. I seguenti: • caucasici • asiatici • afro-caribici

Note



2.3 La struttura basilare dei capelli e della pelle

Ricapitolare la struttura dei capelli:

- cuticola
- corteccia
- macrofibrille
- microfibrille
- catene polipeptidiche
- midollo

e la pelle e i suoi annessi

- epidermide
- derma
- ghiandole sudoripare
- muscolo erettore pilifero
- ghiandole sebacee
- sistema nervoso
- sistema sanguigno

2.4 Il ciclo di crescita dei capelli

Ricordare ai candidati le tre fasi di crescita del capello:

- anagen
- catagen
- telogen

2.5 Le caratteristiche delle diverse strutture e tipologie dei capelli

Ricordare ai candidati i tre tipi di capello:

- caucasico
- asiatico
- afro-caraibico

Ricapitolare le differenze tra loro.

Note

Stabilire una data per il completamento dei progetti di ricerca

Note 

Sessione 2

Opportunità sulle capacità chiave/principali

Si presenterà l'opportunità di promuovere discussioni quando si tratterà:

G9.2.1 i consigli speciali di cui il cliente potrebbe necessitare prima della sua visita nel salone

G9.2.2 come si consegue lo Sviluppo Professionale Continuo (CPD)

Si presenterà l'occasione di migliorare il proprio apprendimento, completando:

G9.2a Creare un portfolio contenente i look attuali e di moda

G9.2b I cibi per capelli sani

Ci sarà l'opportunità di sviluppare le proprie conoscenze informatiche completando la ricerca:

G9.2a Creare un portfolio contenente i look attuali e di moda

G9.2b I cibi per capelli sani

Note

Note 

Analisi dei capelli, della pelle e del cuoio capelluto

- 3.1** Perché è importante identificare i fattori che possono limitare o influenzare i servizi e i prodotti che possono essere usati
- 3.2** In che modo i seguenti fattori limitano o influiscono sui servizi e sui prodotti che possono essere offerti ai clienti:
- Stile di vita
 - Condizione avverse di capelli, pelle e cute
 - Incompatibilità verso prodotti e servizi precedentemente usati

Rif: Dispensa G9.3.1

Spiegare ai candidati che è importante identificare i fattori che possono limitare i servizi e i prodotti che possono essere usati per le seguenti ragioni:

- Per assicurare la sicurezza del cliente
- Per assicurare che vengano seguite le istruzioni d'uso
- Per prevenire incidenti o ferite
- Per assicurare che il risultato coincida con le aspettative del cliente

Comunicare ai candidati che i fattori che possono limitare servizi e prodotti sono:

- Stile di vita
- Condizioni avverse della pelle e del cuoio capelluto
- Incompatibilità a precedenti servizi e prodotti usati

Discutere e spiegare ognuno dei fattori sopra elencati.

Stile di vita

D

Chiedere ai candidati di pensare a delle parole che esprimano il concetto di stile di vita

Le risposte possono includere:

- impegnato
- rilassato
- agitato
- pigro
- in salute
- in pensione

Sessione 3

I batteri e i virus causano malattie se entrano nei tessuti, dove si moltiplicano. I batteri possono produrre tossine che distruggono le cellule, mentre i virus si moltiplicano all'interno delle cellule, fino a distruggerle. I microrganismi possono entrare dalla bocca, dal naso infettando la gola, i polmoni e il tratto digestivo.

Ripetere che l'identificazione di tali condizioni può avvenire se si effettua un consulto completo col cliente.

Note 

Incompatibilità verso prodotti e servizi precedentemente usati

Comunicare ai candidati che alcuni servizi e i prodotti possono essere incompatibili con futuri servizi e prodotti, limitando e influenzando i servizi di hairdressing e barbering.

Per esempio:

- il cliente può chiedere la permanente, ma i suoi capelli sono in pessime condizioni.
- il cliente desidera le extension, ma dopo la nascita del figlio soffre di una leggera perdita di capelli
- il cliente desidera i colpi di luce, ma essendo stata in vacanza in estremo oriente si è fatta l'hennè.

Pertanto i candidati devono guardare le potenziali incompatibilità durante il consulto con il cliente.

3.3 Come riconoscere visivamente i segni di tricofizia, impetigine, scabbia, eczema, alopecia, psoriasi, follicolite, forfora, cheloidi, peli incarniti e pidocchi

Rif: Dispensa G9.3.3a

Usare la dispensa come riferimento per descrivere i sintomi visibili delle condizioni elencate.

Rif: Dispensa G9.3.3b

Note 

Sessione 3

3.6 L'importanza di svolgere i test e le potenziali conseguenze derivanti dall'eseguirli in modo errato

3.7 Come e quando sono svolti i test sui capelli e sul cuoio capelluto

Ricordare ai candidati che quest'area di apprendimento è già stata svolta nella Sessione 1 e nelle relative unità NVQs/SVQs Livello 3.



Completare la scheda di controllo del candidato per la sessione 3 per verificare l'apprendimento del candidato

Sessione 3

Analisi del capello, della pelle e del cuoio capelluto

Scheda di controllo del candidato

DOMANDE	RISPOSTE
1. Stabilire almeno tre ragioni per le quali è importante identificare i fattori che possono limitare o influenzare i servizi e i prodotti	1. Tre risposte dalle seguenti: • per assicurare la sicurezza del cliente • per assicurare che vengano seguite le istruzioni d'uso • per prevenire incidenti e ferite • per assicurare che il risultato combaci con le aspettative del cliente • altre risposte attinenti
2. Cosa significa il termine infettivo?	2. Una condizione che può essere diffusa da una persona all'altra tramite il trasferimento di microrganismi
3. Elencare tre cause d'infezione	3. I microrganismi possono essere classificati in: • funghi • batteri • virus
4. Qual'è la causa della tricofizia del cuoio capelluto?	4. Un'infezione fungina
5. Come si chiamano le uova dei pidocchi della testa	5. Lendini
6. Qual'è il risultato di una rasatura continua sulla pelle scura?	6. Cheloidi
7. A chi si deve indirizzare un cliente con la scabbia?	7. A un farmacista
8. Qual'è lo scopo di svolgere il test dell'elasticità	8. Per controllare la forza della struttura interna del capello (corteccia)
9. Qual'è conseguenza si ha se si eseguire in modo errato il test della ciocca?	9. Il colore o non è abbastanza sviluppato o lo è troppo
10. Nominare le sostanze chimiche necessarie per svolgere il test dell'incompatibilità	10. Il perossido d'idrogeno e l'ammonio di idrossido

Ricapitolare i metodi di riferimento

Note

Ricordare ai candidati il lavoro trattato nella Sessione 1.

[illegible]

Note 

Analisi dei capelli, della pelle e della cute

Opportunità sulle capacità chiave/principali

Si presenterà l'opportunità di promuovere discussioni quando si tratterà:

- G9.3.1** L'attività in riferimento allo stile di vita del cliente
- G9.3.4** Come supportare un membro junior che individua capelli con problemi e certe condizioni di pelle e cuoio capelluto
- G9.3.5** Le conseguenze di una diagnosi sbagliata sulle condizioni avverse di capelli, pelle e cute

Note 

Sessione 4

Comunicazione

4.1 L'importanza di una comunicazione efficace

D

Chiedere ai candidati di dare una definizione per comunicazione

La risposta potrebbe essere:

“è dare e ricevere informazioni, comprendere ed assicurare che si è capito ciò che ci dicono.”

Rif: Dispensa G9.4.1

Spiegare ai candidati che la comunicazione è una parte integrante dell'industria dell'hairdressing e del barbering.

Comunicare che la maggior parte dei parrucchieri diventano dei buoni comunicatori perché sono sempre a contatto con i clienti. La relazione tra un parrucchiere e il cliente è basata su una buona comunicazione, fiducia, servizio eccellente e di una persona che ascolta.

D

Chiedere ai candidati quali altri tipi di comunicazione ci potrebbero essere

Le risposte dovrebbero essere:

- **Scritta** lettere, promemoria, contratti, orari e progetti
- **Non verbale** espressioni del volto, gesti, linguaggio del corpo
- **Verbale** tono della voce, velocità del discorso, volume della voce
- **Immagini** fotografie, riviste, video e foto
- **Multimedia** televisione, radio, giornali, poster, volantini, internet and intranet (sito web)

Rif: Dispensa G9.4.1 (seguito)

Sessione 4

Note 

Le differenze culturali

I candidati devono essere consapevoli che ci sono molte differenze culturali su ciò che è positivo e negativo in relazione al linguaggio del corpo. Ciò significa che qualcosa è accettabile in una cultura ma può essere offensivo in un'altra.

Sottolineare ai candidati che è importante sapere questo, poiché molti clienti possono essere di culture diverse.

Per esempio:

- Alcune culture non stringono le mani, i latino americani spesso abbracciano e in Thailandia incrociano le mani sul petto.

Creare una buona impressione

Comunicare ai candidati che è noto, che i primi cinque secondi di un primo incontro, sono fondamentali per farsi un'idea e un'opinione su un'altra persona.

Pertanto, ciò che i candidati dicono, come guardano e come si comportano è fondamentale nell'industria dell'hairdressing e del barbering. Sottolineare che è ciò è particolarmente importante quando s'incontra un cliente per la prima volta.

Gestualità

Spiegare che, gli speaker abili e pubblici usano la gestualità per enfatizzare il loro punto di vista, così devono fare i parrucchieri perché parlano al pubblico ogni giorno.

Comunicare loro che gesticolare con le mani aperte spesso aggiunge enfasi alla comunicazione verbale, sebbene, sbattere il pugno sul tavolo può esprimere aggressività.

La gestualità positiva che esprime empatia può avvenire con il contatto con gli occhi, il sorriso o con l'annuire con la testa.

Comunicare che altre gesta sono:

- Dare attenzione – contatto visivo e corpo piegato in avanti mostrando allerta e interesse
- Noia - sguardo gelido, la persona si guarda intorno, sbadiglia, fa scarabocchi
- Interesse - spesso le persone inclinano la testa da un lato

Note

Note 

4.6 Come usare un vocabolario vario ed espressioni adatte allo scopo

e

4.4 Come adattarsi alle diverse situazioni

Rif: Dispensa G9.4.3

Ricordare ai candidati l'importanza della comunicazione verbale e come, l'uso delle parole o il proprio vocabolario assisterà, allo stesso tempo, il parrucchiere o il barbiere a trovare quante più informazioni importanti dal cliente, mentre lo farà sentire rilassato ed a proprio agio.

Ricordare che la comunicazione sarebbe molto semplice se si dovesse comunicare solo con la stessa tipologia di persona tutto il giorno. Ma non è così. Ricordare ai candidati che c'è un'ampia gamma di clientela con la quale occorre comunicare.

Per esempio:

- Giovani
- Anziani
- Bambini
- Adulti
- Uomini
- Donne
- Lavoratori
- Ricchi
- Poveri
- Ragazzi
- Ragazze
- Con /senza disabilità
- Intelligenti
- Con problemi di apprendimento

La lista può essere infinita.

Spiegare che questo è il motivo per il quale devono essere in grado di usare un ampio vocabolario (ad esempio):

- Presentare un argomento
- Esprimere idee o opinioni
- Scambio d'informazioni

Rif: Attività G9.4.3

[illegible]

Note 

- Tenere una distanza giusta da chi parla: non invadere lo spazio altrui

Spiegare che alcune persone sono ascoltatori nati, mentre altri necessitano d'imparare come ascoltare in modo appropriato.

Le capacità di ascolto includono:

- Ascoltare senza tentare d'interrompere la conversazione
- Ascoltare in modo attento: pensare ma ascoltare
- Pensare sulla prossima domanda basata sulle informazioni raccolte da chi parla

Ricordare ai candidati che come parrucchieri o barbieri, devono essere preparati ad ascoltare una varietà di clientela. Dire che ascoltare non è solo ascoltare le risposte del cliente alle loro domande, ma anche dimostrare una certa sensibilità. La ragione per cui alcuni clienti tornano volentieri al salone è perché c'è qualcuno con cui possono conversare.

4.6 Come identificare le intenzioni di chi parla

Rif: Dispensa G9.4.6

Spiegare ai candidati che devono identificare le intenzioni di chi parla. Spiegare che ciò significa identificare ciò che desidera il cliente. Questo può avvenire ascoltando il tono della voce e il vocabolario usato e osservando i modi usati dal cliente.

Questo processo è meglio conosciuto come lettura del linguaggio del corpo. Indicare che le persone spesso lo fanno senza capire ciò che sta accadendo, descrivendolo spesso come una sensazione, una percezione.

Identificando le intenzioni di chi parla è più facile per i candidati rispondere in modo adeguato.

Per esempio:

- Un cliente parla del nuovo stile di capelli di un amico, ma non menziona mai che anch'egli vorrebbe effettuare un cambiamento

Note

- NOTE:** Questo problema può essere bilanciato se c'è più di un parrucchiere che lavora su un cliente. Per esempio, ci può essere una situazione dove un cliente ha appuntamento per i colpi di luce e poi per taglio e piega

Note

Sessione 4

Il consulto inizia con lo stilista principale... poi il cliente passa al tecnico colore che svolge il consulto sul colore ... a questo punto il cliente verrà passato al parrucchiere junior che applicherà il colore; il tecnico colore supervisionerà il processo e l'apprendista toglierà il colore. Alla fine il cliente tornerà allo stilista principale per finire il lavoro.

Comunicare ai candidati d'immaginare un cliente che monopolizza il tempo di tutto uno staff: il cliente rimarrebbe nel salone per molto tempo.

Pertanto, ogni membro dello staff deve essere in grado di riconoscere come far avanzare la discussione senza ridurre la qualità del consulto e far sentire il cliente servito di fretta.

Riassumere il consulto

- È importante essere in grado di andare avanti con il consulto
- Riassumere i punti principali della discussione col cliente
- Inserire i dati sulla scheda cliente
- Cominciare il servizio o chiedere al cliente di prenotare l'appuntamento

Discutere con i candidati su quale pensano sia un tempo ragionevole per il consulto col cliente.

4.8 Come e quando partecipare alle discussioni con il cliente

Rif: Dispensa G9.4.8

Comunicare ai candidati che l'industria dell'hairdressing e del barbering è unica in questo e che come lavoratori, hanno un costante flusso di conversazioni con gente diversa ogni giorno.

A volte le conversazioni avvengono con gente sconosciuta, altre con gente che conoscono bene, ma il fatto significativo è che mentre conversano toccano la testa, la faccia, il collo e le orecchie del cliente. Mentre massaggiano il cliente, cambiano la sua immagine e lo rilassano.

[illegible]

Note 

Infatti devono essere in grado di esprimere al cliente:

- simpatia
- empatia
- comprensione
- pazienza
- tolleranza

Inoltre, dire loro che non devono entrare in discussione col cliente altrimenti rischiano un conflitto.

D

Chiedere ai candidati quale tipo di discussione porta a un conflitto

La risposta ovvia riguarda la politica, il sesso e la religione; ma il conflitto nasce se una parte ha uno schieramento molto diverso dall'altra.

Quindi può succedere anche su cose più frivole come:

- giardinaggio biologico contro l'uso di fertilizzanti chimici
- i cani sono animali che dovrebbero vivere in casa contro il fatto che invece dovrebbero stare fuori
- la lotta che comporta la disoccupazione contro i diritti del benessere economico
- i giovani sono maleducati e i giovani si divertono

4.9 Fornire opinioni durante le conversazioni per incoraggiare i clienti a parlare e l'importanza di confermare che si è compreso ciò che il cliente ha detto

Rif: Dispensa G9.4.9

Ricordare che la reputazione che hanno i parrucchieri/barbieri sulle chiacchiere, ma allo stesso tempo ricordare che essi sono dei buoni comunicatori.

Note

Comunicare ai candidati che è particolarmente importante che, durante il consulto, lasciano al cliente l'opportunità di dare il suo contributo.

D

- accertare che i desideri dei clienti vengano soddisfatti
- accertare che il candidato interpreti le istruzioni del cliente prima di iniziare il trattamento e il servizio

Note 

Sessione 4

Ricordare ai candidati che devono chiedere conferma al cliente di ciò che egli ha detto durante l'intero servizio, per assicurarsi che mentre si progredisce verso il risultato finale, s'incontrino le aspettative del cliente.

D

Chiedere ai candidati come possono accertarsi che abbiano capito i desideri del cliente

Le risposte possono includere:

- usare una varietà di tecniche per formulare domande: aperte, chiuse, investigative
- ripetere ciò che il cliente ha detto
- mostrare fisicamente al cliente qual'è la massa di capelli che verrà tagliata
- usare aiuti visivi come, libri stilistici e cartelle colore



Completare la scheda di controllo del candidato per la sessione 4 per verificare l'apprendimento del candidato

Sessione 4

Comunicazione

Scheda di controllo del candidato

DOMANDE	RISPOSTE
1. Dare la definizione di una comunicazione efficace	1. Una definizione simile a: • è dare e ricevere informazioni. È anche comprendere e assicurarsi che sia compreso
2. Nominare almeno tre diversi tipi di comunicazione	2. Qualsiasi delle seguenti: • scritta • non verbale • verbale • immagini • multimedia
3. Quali sono le probabili conseguenze derivanti dal violare le regole di riservatezza del salone?	3. Sono: • violare la legge sulla privacy • perdita di clientela • perdita nel business • perdita della reputazione del salone
4. Nominare almeno sei modi per mostrare che si sta ascoltando il cliente	4. Qualsiasi sei dei seguenti: • stabilire un contatto visivo diretto con chi parla • sorridere ma non sogghignare • gesticolare con le mani aperte • annuire per mostrare che si sta ascoltando • ripetere ciò che viene detto per ribadire la comprensione delle informazioni • fare domande per mostrare interesse in ciò che l'interlocutore comunica • rispondere con un linguaggio appropriato alle domande di chi ci parla • tenere una giusta distanza, non invadente, con chi si sta parlando
5. Indicare come si stabilisce l'intenzione di chi ci sta parlando	5. Deve includere: • guardare il linguaggio del corpo • ascoltare ciò che viene detto • ascoltare il tono di voce • confermare che il linguaggio del corpo e che il tono di voce siano adeguati

Note

[illegible]

- Violare la legge sulla privacy
- Perdita di clientela
- Perdita nel business
- Perdita della reputazione del salone

Note

Note 

4.3. Come usare un vocabolario vario ed espressioni adatte allo scopo

4.4. Come adattarsi alle diverse situazioni

Ricordare ai candidati che le differenze nella varietà della clientela determineranno il tipo e il livello del vocabolario da usare.

Ripetere che è necessario avere un vocabolario vario per:

- Presentare un argomento
- Esprimere idee e opinioni
- Scambiare informazioni

Ricapitolare i risultati dell'Attività G9.4.2.

4.5. Come mostrare che si sta ascoltando con attenzione e rispondere in modo pertinente

Ricordare ai candidati cosa occorre mostrare per far capire che stanno ascoltando attentamente:

- stabilire un contatto visivo diretto con chi parla
- sorridere ma non sogghignare
- gesticolare con le mani aperte
- annuire per mostrare che si sta ascoltando
- ripetere ciò che viene detto per ribadire la comprensione delle informazioni
- fare domande per mostrare interesse in ciò che l'interlocutore
- rispondere con un linguaggio appropriato alle domande di chi ci parla
- tenere una giusta distanza, non invadente, con chi si sta parlando

4.6. Come identificare le intenzioni di chi parla

Ripetere che si possono identificare le intenzioni di chi parla:

- Osservando il linguaggio del corpo
- Ascoltando ciò che si dice
- Ascoltando il tono con cui viene detto
- Confermando in tono adeguato tramite il linguaggio del corpo

Sessione 4

4.7. Come far proseguire la discussione

Ricordare ai candidati il delicato equilibrio che serve per lasciare al cliente il tempo di parlare, accertandosi che vengano però rispettati gli appuntamenti.

4.8. Come e quando partecipare alle discussioni con il cliente

Ripetere l'importanza di riconoscere ciò che si può dire al cliente.

Ricordare ai candidati può nascere un conflitto anche su argomenti mondani, se una delle due parti ha punti di vista fortemente in opposizione.

4.9. Fornire opinioni durante le conversazioni per incoraggiare i clienti a parlare e l'importanza di confermare che si è compreso ciò che il cliente ha detto

Ripetere che l'apertura di una conversazione può avvenire:

- lasciando un tempo sufficiente all'inizio del consulto per lasciare al cliente la possibilità di esprimere ciò che desidera
- lasciando delle pause durante la conversazione col cliente
- ponendo domande al cliente
- lasciando un tempo sufficiente per rispondere alle domande
- lasciando un tempo sufficiente al cliente per fare delle domande
- controllando che il cliente abbia capito ciò che gli si dice

Ribadire che per confermare che il cliente abbia capito, i candidati dovrebbero accertarsi di:

- usare una quantità di tecniche per formulare domande: chiuse, aperte e investigative
- ripetere ciò che il cliente ha detto loro
- mostrare fisicamente al cliente quanti capelli verranno tagliati
- usare aiuti visivi come libri stilistici e schede colore.

Note 

Note 

Sessione 4

Opportunità sulle capacità chiave/principali

Si presenterà l'opportunità di promuovere discussioni quando si tratterà:

- G9.4.2** L'attività per presentare un argomento
- G9.4.8** Le potenziali aree di conflitto
- G9.4.9** Fornire l'opportunità al cliente di parlare