



Photo: Fotolia.com

Oggi si fa un gran parlare di benessere, wellness, Spa. Ogni struttura turistica che si rispetti, ogni centro dedicato all'estetica e alla bellezza, ogni studio fitness presenta a listino trattamenti, servizi e attività riconducibili alla sfera del benessere. Il benessere è diventato un concetto che permea il quotidiano, lo perseguiamo come obiettivo ma è anche un metodo di allenamento.

Wellness Coaching

Se sai chi sei, puoi allenarti ad esserlo al meglio, anche nel lavoro

Per capire di cosa si tratta abbiamo rivolto qualche domanda a Sara Cicolani, titolare di Manager del Benessere e depositaria del marchio Wellness Coaching, che ci parla del suo lavoro.

■ Cos'è il Wellness Coaching?

E' difficile trovare una definizione esaustiva di wellness coaching; in generale possiamo dire che è una metodologia attraverso la quale, il soggetto, in base ad obiettivi prefissati, **riacquista il suo equilibrio** raggiungendo una condizione di benessere; e lo fa in maniera attiva, quindi allenandosi e apprendendo a modificare, se necessario, alcuni comportamenti o atteggiamenti, lo stile di vita o le modalità di approccio al lavoro, le relazioni sociali o affettive, con l'obiettivo di stare meglio. A differenza di un massaggio shiatsu, o di

un qualsiasi trattamento al quale ci si sottopone passivamente, questo è un modo attivo per prendersi cura di sé in toto.

Le applicazioni pratiche sono tantissime e con esse variano anche il genere di obiettivi concreti che, chi si rivolge a noi, si prefigge. Si spazia dall'esigenza di un'azienda di incrementare la produttività dei propri

agenti, all'individuo che vuole migliorare la propria immagine; dall'imparare a parlare in pubblico, al saper lavorare in equipe, dal motivare il proprio team di lavoro, a incrementare le vendite dei prodotti magari in un centro estetico. Ancora più in generale aiutiamo le persone a migliorare le proprie performance come professionisti e





come individui, andando ad incidere sulla creatività, sulla propria autostima e la padronanza delle proprie emozioni.

■ **Com'è strutturato questo allenamento?**

Ogni caso va analizzato nelle sue caratteristiche specifiche sia in base all'obiettivo che il soggetto si prefissa, sia in base alla

Questo metodo, attraverso un allenamento mentale, fisico ed emozionale mira a migliorare le performance

complessità del soggetto stesso. In generale si lavora sulle **sette dimensioni della nostra vita** e, tramite un test preliminare, si va ad individuare quale o quali aree creano maggior squilibrio per poi sviluppare un iter di lavoro concentrato su quelle. Le sette aree sono: **lavorativa/formativa, sociale/relazionale, mentale/ culturale/intellettuale, fisica, emozionale, spirituale e ambientale**. E' da questa valutazione che, attraverso metodologie integrate, parte il processo di trasformazione dell'individuo. E' un allenamento che presuppone la consapevolezza del percorso che si compie e la volontà di agire per modificarsi.

■ **Che ruolo hanno i colori nell'elaborazione dei percorsi di allenamento?**

I colori sono fondamentali, ed esistono test specifici per questi che ci aiutano a capire meglio il soggetto, ma non solo. Colori e giochi cromatici hanno un ruolo determinante anche nella definizione e nella percezione di un luogo, che sia di lavoro o privato; a seconda della funzione che un luogo svolge e in base al soggetto che vive quel luogo, è infatti opportuno associare

alcuni cromatismi piuttosto che altri: blu e arancio ad esempio, che sono colori complementari, insieme hanno un effetto stimolante per la creatività e generano armonia. Noi addirittura abbiamo sviluppato **uno studio sulle opere d'arte**, che creiamo a misura della persona che abiterà il luogo nel quale vengono inserite.

■ **Quali sono gli step del wellness coaching?**

Facciamo l'esempio della persona che si rivolge a noi per migliorare la propria immagine, che è uno dei casi più frequenti. Ci concentriamo sulla sua sfera individuale e, tramite il test prima e un'analisi più approfondita poi, fatta di colloqui e interviste conoscitive, andiamo a capire come la persona si percepisce e come vorrebbe essere percepita, valutiamo le sette dimensioni e individuiamo le aree dove è più urgente andare a lavorare. Tenendo conto del suo obiettivo, cioè migliorare l'immagine, partiamo dal suo aspetto: l'abbigliamento, lo sguardo, il portamento, la postura che assume; è importante capire il suo stile di vita, come gestisce il suo tempo, che rapporto ha con la famiglia, gli



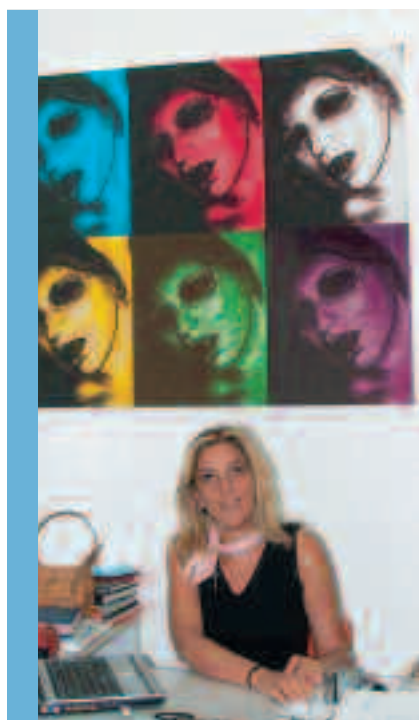


amici, che desideri ha. In questo modo andiamo a scavare e a capire che cosa genera insoddisfazione nel soggetto e costruiamo un percorso specifico per lui: esercizi fisici, massaggi, trattamenti che sfruttano le proprietà dei cristalli o degli olii essenziali; fissiamo incontri di carattere formativo nel corso dei quali lavoriamo con la cromoterapia, con la musica, ma anche con il disegno, la scrittura, e tutto ciò che favorisce l'espressione creativa.

■ **Volendo declinare questo tipo di training al personale di un centro estetico, come si può lavorare sul team?**

Intanto bisogna capire qual è l'obiettivo che si vuole raggiungere, per citare due esempi molto diversi, si può lavorare per creare spirito di squadra, o per puntare a incrementare le vendite. Si lavora molto con i giochi di ruolo. E' fondamentale che ognuno nella vita, e a maggior ragione in un contesto lavorativo, abbia la consapevolezza del proprio ruolo e sappia chi è; **conoscere se stessi**, pregi e difetti inclusi, è importante per imparare a gestire ogni lato della propria personalità, **è fondamentale per entrare in sinergia con gli altri!!**

In particolare se parliamo di un settore come l'estetica o il benessere, attività volte a "far star bene", dove chi opera vende emozioni, beh è fondamentale che questo "chi", impari a conoscere bene le proprie emozioni e ad usarle al meglio. Questa è la base, da qui parte tutto e poi si può andare ad analizzare l'aspetto commerciale del



lavoro di un'estetista o di un operatore di un centro abbronzatura e chiedersi: come si rapporta Giovanna con i fornitori, e con i clienti? Conosce tutte le figure con le quali interagisce nel luogo di lavoro: magari un naturopata, il massaggiatore, il fitoterapista? E ancora: Perché i prodotti per l'estetica si vendono in profumeria molto più che nei centri estetici?

■ **Questo metodo può avere una ricaduta sul cliente finale?**

Il cliente finale oltre a beneficiare di un clima positivo all'interno del centro può essere direttamente coinvolto dal metodo;

esistono versioni del test preliminare che l'operatore di un centro estetico può sottoporre direttamente ai propri clienti; in questo caso la valutazione viene realizzata da noi in un secondo momento. Al cliente si può quindi proporre un pacchetto che prevede un percorso, definito in base ai risultati del test, e che a seconda dei casi, può includere trattamenti estetici o esercizi fisici così come l'utilizzo di specifici prodotti, ma anche una sorta di consulenza sul piano emozionale. Per i primi il centro provvederà direttamente, perché di sua competenza, per l'aspetto emozionale saremo noi a fornire ad esempio i cd musicali o altro genere di indicazioni. Inoltre, proprio in questo periodo, sto lavorando all'introduzione di alcuni **trattamenti estetici specifici su ogni dimensione**, quale ulteriore step per il raggiungimento dell'equilibrio; un'appendice particolarmente adatta a istituti di bellezza che volessero introdurre questa metodologia nei confronti dei loro clienti.

B

Elena Mosca

Sara Cicolani

nata a Roma nel 1972, naturopata, estetologa, consulente d'immagine e coach. Ha inventato il Wellness & Holistic Coaching®. Suoi anche i marchi Manager del Benessere®, Trainer Olistico. www.saracicolani.it



Photos: SaraCicolani