

ИНТЕРНЕТ В ПРАКТИКЕ КОСМЕТОЛОГА

Отзывы лидеров мнений

Вы зарегистрированы в социальных сетях? Хотя бы в какой-нибудь одной? А чем вы в них занимаетесь? Общаетесь с друзьями и знакомыми? Собираете актуальную и оперативную информацию, альтернативную традиционным источникам? Или используете соцсети в качестве инструмента продвижения себя как специалиста? Мы обратились к двум известным в мире косметологии женщинам, которые рассказали, для чего еще они используют возможности виртуального общения и как это помогает им в профессиональной жизни



*Тийна ОРАСМЯЭ-МЕДЕР,
врач-косметолог, специалист по
разработке косметических протоколов,
эксперт по косметической безопасности
Meder Beauty (Франция)*

Около десяти лет назад я впервые приняла участие в общении на форуме, где обсуждались темы косметологии. Через некоторое время я обнаружила, что практически ничего не знаю о том, как представляют себе косметологию обычные люди – те, кто никогда не был у специалиста и просто покупает косметику в магазине. Достаточно быстро участники форума стали обращаться ко мне с вопросами, с просьбами о консультации, затем открыли отдельную тему, посвященную общению с профессионалами. Долгое время в качестве эксперта писала я одна, поскольку коллег в Сети было очень мало.

Затем мне пришла в голову идея начать вести блог. Я не веду бьюти-блог в классическом его понимании – не пишу о декоративной косметике или конкретных косметических средствах, не делаю обзоров косметики, как это сейчас принято. Более-менее регулярно я поднимаю темы косметического ухода, высказываю свое мнение о косметических процедурах, методиках, иногда

размещаю дайджесты прессы, ссылки на заинтересовавшие меня статьи. Несмотря на то что я веду блог в формате личного дневника и пишу в него не слишком часто, он достаточно известен, на него нередко ссылаются, а читают меня более шести тысяч подписчиков.

Что мне это дает? Конечно же, в первую очередь более ясное видение того, что волнует людей, заботящихся о внешности. Ведь косметолог работает с несколькими десятками или сотнями клиентов, а я через форум и блог общаюсь с тысячами людей и имею возможность услышать из первых уст их отзывы, мнения и впечатления. Кроме того, это возможность получить непосредственную обратную связь при высказывании своего мнения или узнать отзывы на статью. За последние годы в Сети стали появляться блоги коллег-косметологов, специализированные форумы, даже форумы с участием косметических химиков.

В 2013 году я провела более ста вебинаров для косметологов и непрофессионалов по темам косметологии: уход за лицом и телом, контроль веса, состав препаратов... Это очень интересный проект, достаточно тяжелый и требующий серьезной подготовки. Но он позволил мне подготовить несколько курсов лекций, которые я сейчас читаю и на «реальных» конференциях.

Я консультирую через скайп, что дает возможность живого общения с клиентами во всех уголках мира, получаю отзывы о своей косметике от клиентов из разных стран. Как ни странно, даже в Интернете можно работать косметологом!





Полина ЛАЙТЕР,
медицинский косметолог Р. М. Е.,
специалист в области восстановительной
косметологии и естественного
омоложения лица и шеи, автор метода
восстановительной послойной терапии
Reface Laitlift system (Израиль)

Для меня эффективность присутствия на Facebook заключается не совсем в том, сколько человек стали моими пациентами благодаря социальной сети, поэтому я не веду учет «друзей» и клиентов, пришедших ко мне через страницу на Facebook. На самом деле количество контактов на Facebook и численность реальной целевой аудитории – это совершенно разные вещи. Невозможно подсчитать на основании цифры в окошке «друзья» количество тех, кто действительно будет являться потребителем ваших идей или товаров. Чаще всего их гораздо меньше того числа, которое стоит в окошке. Но я обратила внимание, что со времени освоения мною Facebook значительная часть моих пациентов стала проходить большее количество процедур.

Чем же для меня является Facebook? Прежде всего, необыкновенной возможностью самовыражения, общения с единомышленниками, которые уже переросли привычку использовать социальные сети исключительно для саморекламы, – с коллегами, которые, как и я, видят в Facebook платформу для расширения взаимодействия с аудиторией, просвещения масс и продвижения своих образовательных инициатив. Не знаю почему, но многие косметологи считают, что пациент ничего не понимает (не должен понимать) в косметологии, – мол, не его

профиль. А на мой взгляд, гораздо логичнее объединить наши усилия. Мы ведь одинаково заинтересованы в успехе дела, ради которого клиент обращается к косметологу. Я всегда выступаю за то, чтобы сделать пациента единомышленником, а его обучение – естественной частью рабочего процесса, и это дает мне возможность построить домашний уход по более сложной схеме, чем это обычно принято. Системный домашний уход во многих случаях может быть почти таким же, как и косметологический уход в клинике, и включать в себя некоторые виды довольно сложного воздействия. Понятно, что их использование требует некоторого начального контроля с моей стороны, поэтому чаще приходится быть на связи со своими пациентами, особенно в сложных случаях, таких, например, как реабилитация после пилингов, пластических операций и так далее. Ведь не всегда возможно вместить в проводимую в кабинете процедуру всю необходимую восстановительную терапию. Или бывают случаи, когда программа построена только на использовании домашних препаратов, – например, когда пациент живет в другом городе или в другой стране. Совместная работа повышает взаимное уважение и доверие, а также помогает реализовать интересные проекты.

Ни для кого не секрет, что социальные сети давно и необратимо превратились в универсальные базы данных, кладезь полезной информации о личной жизни каждого пользователя. Любая запись, перепост, «лайк» или фотография могут сказать о пользователе больше, чем он сам о себе знает. И не зря психологи уже довольно давно тренируются в составлении на основе данных из социальных сетей полного психологического портрета «жителя» Всемирной паутины. Промоутируя образовательные инициативы, я понимаю, что интеллектуальный продукт продвигать сложнее, так как невозможно отделить его от продавца. Если я продаю вам

товары, то ваше решение о покупке зависит от их качества и цены, даже если лично я вам не понравлюсь и вы мне не доверяете. Но если продукт интеллектуальный, то доверие к продавцу означает и доверие к товару.

Как создать себе профессиональную репутацию в соцсети?

- **Держите слово.** Делайте все, что обещаете. Ничто не ценится так, как надежность и доверие.
- **Делайте больше.** За работу вы получаете деньги. За все, что сверх, – уважение и репутацию.
- **Играйте в команде.** Интересуйтесь тем, как идут дела у ваших коллег. Перенимайте опыт, общайтесь.
- **Предлагайте помощь.** Если видите, что можете чем-то кому-то помочь, предложите это сами. Добро возвращается.
- **Проявляйте инициативу.** Будьте первым, будьте активным, будьте везде.
- **Презентуйте сами.** Известный эффект свидетельствует о том, что идеи приписываются тому, кто о них рассказывает.
- **Отстаивайте свою точку зрения.** Люди с понятной, четко выраженной позицией привлекают, потому что их поведение предсказуемо.
- **Слушайте других.** Как бы вы ни были уверены в собственной точке зрения, слушайте других. Постарайтесь узнать, почему человек говорит именно так и именно об этом.
- **Следите за индустрией.** Будьте в курсе всех новинок. Вы не просто делаете свою работу, но и искренне ею интересуетесь.
- **Развивайтесь.** Спрашивайте. Лучший способ решить любую проблему – поговорить о ней. Если вам что-то непонятно – спросите. Если сомневаетесь – спросите.
- **Признавайте свои ошибки.** Будьте конструктивны и позитивны. Конструктивность позволяет отделить факты от эмоций. Позитивное мышление вдохновляет других людей.