

# NT

ESTETICA ●

BENESSERE ●

COSMETICA ●

nature trade professional

36



NEOGLIS®  
I DERMOCEUTICI®

momenti più caotici, come per esempio 5 secondi per inserire un appuntamento dettagliato, 20 secondi per creare una scheda anagrafica cliente con i dettagli anatomici più importanti, 10 secondi per inserire un prodotto in magazzino e stampare il relativo codice a barre, stampa di report periodici o annuali in soli 2 secondi!

## Budget e formazione

Il vantaggio principale, offerto dall'utilizzo di un software gestionale, è rappresentato dall'effettiva possibilità di avere il controllo costante, attraverso veloci e semplici comandi, di ogni fase dell'attività quotidiana del Centro.

Questo porta una conseguente ottimizzazione dei tempi e delle risorse economiche, che deriva

dalla capacità di monitorare gli incassi e di ridurre gli sprechi.

Ma qual è il budget che il titolare dell'Istituto deve preventivare per aggiornare e rendere più efficiente la propria attività?

Molto dipende, ovviamente, dalle dimensioni del Centro, come ribadisce il titolare di Amerigus; tuttavia, ipotizzando una realtà di piccole dimensioni, che deve gestire fino a quattro cabine, l'investimento per il software si può stimare intorno ai mille euro.

Se l'Istituto è un po' più grande o se si rende necessario ampliare le funzionalità di base con moduli aggiuntivi la spesa può salire a poche migliaia di euro. In queste cifre non è considerata la dotazione hardware necessaria per informatizzare il punto vendita che viene gestita da altri fornitori.

Anche per quanto riguarda la formazione, l'offerta si articola in funzione delle dimensioni e delle esigenze del Centro. Tuttavia, la semplicità di utilizzo di questi programmi, rende la formazione online quella più utilizzata.

"Se l'operatrice che utilizza il software è una sola - precisa il titolare di Amerigus - si preferisce suggerire una formazione online; mentre se il software viene utilizzato da almeno 6/7 persone diverse si preferisce optare per una giornata di formazione presso il Centro. È disponibile anche un servizio di help-desk telefonico. Grazie al grande lavoro svolto proprio per rendere il programma estremamente semplice, in genere, dopo la formazione riceviamo richieste di aiuto solo per i primi cinque o sei giorni successivi all'installazione".



Daniele Tringale

La richiesta di software semplici da utilizzare, dunque, rappresenta l'elemento cruciale che consente di rendere facile e veloce anche il periodo di formazione e apprendimento.

"Volendo realizzare un prodotto da distribuire su larga scala - spiega il manager di Design e Grafica - era necessario raggiungere due obiettivi: costi ridotti per gli operatori e facilità di acquisizione delle metodologie di utilizzo. Ad oggi l'80% dei clienti acquisisce con semplicità tutte le tecniche di lavoro in una settimana avvalendosi delle istruzioni in formato digitale rilasciate all'acquisto. Inoltre, grazie al certificato di licenza, una volta registrato il prodotto, si può usufruire di assistenza telefonica di un operatore dal lunedì al venerdì e online 7 giorni su 7".

Ribadisce, infine, l'importanza della prova del prodotto, il manager di Soluzioni Informatiche.

"Il miglior corso di formazione - sottolinea Tringale - è senza dubbio l'utilizzo sul campo. A tale scopo viene offerta una prova gratuita di 30 giorni, supportata dal servizio di assistenza. In seguito, acquistando il programma, i clienti potranno usufruire di un ulteriore corso di formazione a domicilio, di un giorno, oppure online, in teleassistenza".

Sabina Rosso

## Soluzioni Informatiche - Venere



Un nome evocativo per il gestionale proposto da Soluzioni Informatiche che, con il software Venere, propone una soluzione 'chiavi in mano'.

"Questo permette a ogni operatore - spiega il responsabile tecnico di Soluzioni Informatiche - di poter sfruttare al 100%, fin dal primo momento, tutte le potenzialità del programma".

Studiato per ottimizzare la gestione del Centro estetico, Venere mette a disposizione numerose funzionalità. È possibile, per esempio, compilare l'anamnesi completa della consumatrice, che comprende un'indagine generale del soggetto e le relative abitudini alimentari ed estetiche. È presente, inoltre, un test per scoprire il fototipo, la sensibilità della pelle e l'eventuale presenza di eritemi. È anche possibile inserire le foto dei clienti, con la possibilità di confrontarle prima e dopo i trattamenti.