

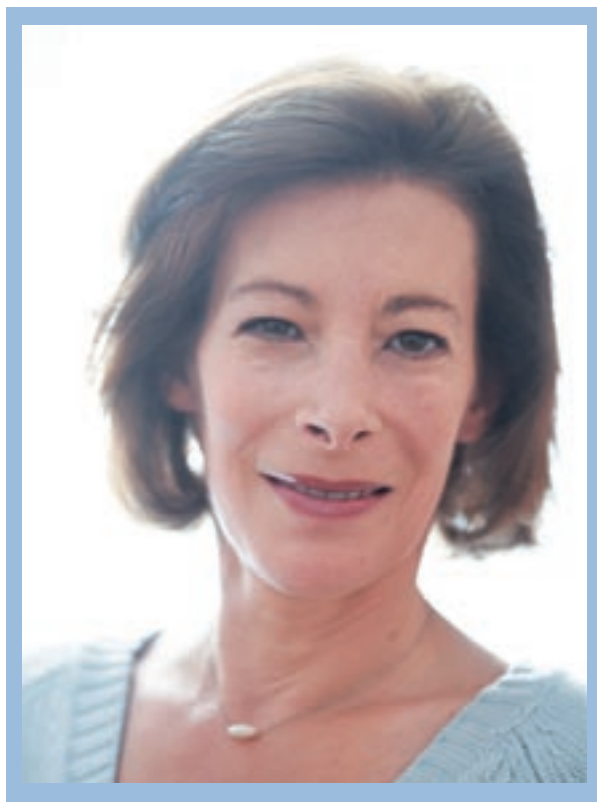
After the rain – дождь спа-идей из Женевы

Интервью с владелицей
спа-центра after the rain
Изабель Нордманн

Для жителей Женевы спа-центр after the rain – повод для особой гордости: первый в континентальной Европе городской спа-курорт, с самыми высокими показателями заполняемости, самым современным взглядом на систему и методики ухода, с собственной линией профессиональных и домашних препаратов. Идеологом и проводником новаторских идей after the rain стала владелица спа-центра Изабель Нордманн (Isabelle Nordmann), в прошлом эксперт в области информационных технологий и финансовых услуг.

Cabines: Как родилось такое поэтичное название бренда?

Изабель Нордманн: Словосочетание after the rain («после дождя») вызывает у всех одинаковую ассоциацию: свежесть после дождя, запах озона, приток и обновление жизненных сил. Именно эту задачу решают специалисты спа-центра, предлагая клиентам персонализированные восстанавливающие программы ухода и сервис экстра-класса. С марта 2002 года, когда спа-центр принял первых гостей, в его стенах побывало почти 100 тысяч посетителей, многие из которых приезжают сюда целенаправленно – получить персональные рекомендации от специалистов центра. По образцу и подобию женевского спа-центра был создан роскошный спа-курорт при отеле «Ренессанс Вандом» в центре Парижа – не менее успешный проект управляющей компании after the rain.



С: Насколько широко известен бренд after the rain за пределами Швейцарии?

И. Н.: По всему миру открываются спа-объекты, созданные на базе ноу-хау, разработанного в стенах ATR. Программы партнерских отношений предусматривают передачу всех операционных стандартов и регламентов ATR, методик и программ ухода, помощь на стадии проектирования и дизайна, подбора и обучения персонала, маркетинговую поддержку – полный спектр услуг по созданию спа-бизнеса, в том числе «под ключ». Ничто не может заменить практический опыт, наработанный многими годами творческих усилий сплоченной команды after the rain. На конец 2008 года партнерские отношения были заключены с 80 контрагентами.

Алхимические колбы, травяные мешочки, камушки, отшлифованные горными альпийскими потоками, – все это создает атмосферу алхимической лаборатории, где программы ухода создаются для каждого гостя индивидуально

С: Что лежит в основе понятия «персонализация программ ухода»?

И. Н.: Бренд предлагает около 40 программ по уходу за лицом и телом, однако их ценность не в большом количестве, а в возможности их адаптации и персонализации для каждого клиента. Названия процедур передают их аллегорический смысл – «Мистерия и алхимия», «Млечный путь», «Грезы», «Жемчуг и шелк», «Ботанический сад» и другие. И здесь на помощь приходят разнообразные спа-аксессуары, одинаково привлекательные как для специалистов, работающих с маркой, так и для клиентов.

Алхимические колбы, травяные мешочки, камушки, отшлифованные горными альпийскими потоками, – все это создает атмосферу алхимической лаборатории, где программы ухода создаются для каждого гостя индивидуально.

С: Помимо спа-модели бренд знаменит и собственной линией косметических препаратов. В чем заключается их специфика?

И. Н.: Неоценимый вклад в развитие бренда внес Пьер Ботильери (Pierre Bottiglieri) – исследователь в области прикладной химии, экс-президент (1990–2000 гг.) и почетный член Швейцарского общества химиков-косметологов. Именно он в 2006 году разработал интеллектуальные формулы препаратов *after the rain* на базе биоорганических ингредиентов и биоинженерных технологий и наделил их бесконечными комбинаторными возможностями. Суть его новаторского предложения – адаптация ежедневной программы ухода к постоянно меняющимся потребностям кожи. Составы базовых кремов обогащаются и персонализируются путем добавления сывороток-усилителей (их одиннадцать) и двух эликсиров настроения. Все сыворотки и эликсиры настроения идеально сочетаются и работают

в синергизме. Также, для персонализации массажных средств используются концентраты эфирных масел. Гамма из 73 средств для профессионального и домашнего ухода обладает бесконечными комбинаторными возможностями, оставаясь при этом лаконично выверенной.

С: Подготовка профессионалов, работающих с маркой, задача не из простых. Как вы оцениваете уровень их квалификации?

И. Н.: Сертификат специалиста, прошедшего обучение у профессионалов *after the rain*, свидетельствует о высокой квалификации спа-терапевта. В его арсенале – владение западными методиками массажа и основами восточной философии гармонизации организма, умение грамотно составить индивидуальную программу ухода для каждого гостя и рекомендации по применению домашних средств, желание работать в команде и постоянно приобретать новые знания – все, что поможет завоевать и удержать клиента.

С: Как удается постоянно обеспечивать высокий спрос на услуги вашего центра?

И. Н.: Мы все время стараемся работать на опережение и максимально заинтересовать наших клиентов. И если нам предоставляется такая возможность, нас не останавливают даже высокие затраты. Например, с моей точки зрения, в нашем спа-центре найдено очень удачное решение для зоны релакса, для которой мы приобрели шесть скульптурных шезлонгов из известняка. Каждый из них – настоящий симбиоз искусства и высоких технологий, поэтому их высокая стоимость – 11 тысяч евро за каждый – показалась нам вполне оправданной, с чем полностью солидарны наши клиенты.

