

Premessa		XIII
	La farmacia&beauty	XIII
Capitolo 1	L'appassionante mondo della cosmesi	1
	Il valore sociale dei cosmetici: prima si è visti, poi si è ascoltati	2
	La ricerca scientifica da cui nascono i prodotti sicuri e di qualità	5
	La green cosmetology	9
	L'attenzione all'etica e alla sostenibilità dei brand	11
	Le marche di dermocosmesi della farmacia	12
	La fedeltà cliente-farmacia-marca: una sinergia d'azione	14
	Il consiglio del trattamento nutri-cosmetico in farmacia	15
Capitolo 2	Il viso	21
	La pelle giovane	23
	<i>Studio di un caso – Pelle grassa/mista/impura, con imperfezioni, a tendenza acneica (12-18 anni)</i>	24
	Il check-up – Saper leggere i segni	26
	Le domande aperte	26
	Il protocollo di consiglio	26
	<i>Studio di un caso – Pelle disidratata/mista, stressata, sensibile, colorito spento, segni di stanchezza, acne tardiva (18-30 anni)</i>	29

Il check-up – Saper leggere i segni	31
Le domande aperte	31
Il protocollo di consiglio	31
La pelle matura	34
<i>Studio di un caso – Prime rughe di espressione, dinamiche (30-40 anni)</i>	38
Il check-up – Saper leggere i segni	39
Le domande aperte	40
Il protocollo di consiglio	40
<i>Studio di un caso – Rughe profonde, statiche e rilassamento cutaneo (40-55 anni)</i>	42
Il check-up – Saper leggere i segni	43
Le domande aperte	43
Il protocollo di consiglio	44
<i>Studio di un caso – Perdita di densità cutanea postmenopausa, discromie, secchezza (da 55 anni in poi)</i>	47
Il check-up – Saper leggere i segni	49
Le domande aperte	49
Il protocollo di consiglio	49
La pelle ipersensibile, intollerante e patologica	52
I dermocosmetici come complemento alla terapia farmacologica	52
<i>Studio di un caso – Donne e uomini con pelle ipersensibile, intollerante e patologica (tutte le età)</i>	53
Il check-up – Saper leggere i segni	55
Le domande aperte	55
Il protocollo di consiglio	56
Il trucco e il camoufflage	59
Il check-up – Saper leggere i segni	62
Le domande aperte	62
Il protocollo di consiglio	62
La pelle dell'uomo	66
<i>Studio di un caso – Pelle maschile sensibile e rasatura</i>	67
Il check-up – Saper leggere i segni	68
Le domande aperte	68
Il protocollo di consiglio	68
Capitolo 3 Il corpo	71
<i>Studio di un caso – Cellulite, adiposità localizzata, controllo del peso</i>	72
Il check-up – Saper leggere i segni	76
Le domande aperte	77

	Il protocollo di consiglio	78
	<i>Studio di un caso – Smagliature</i>	82
	Il check-up – Saper leggere i segni	84
	Le domande aperte	85
	Il protocollo di consiglio	86
	<i>Studio di un caso – Rilassamento e invecchiamento cutaneo, perdita di densità, secchezza (da 55 anni in poi)</i>	88
	Il check-up – Saper leggere i segni	89
	Le domande aperte	90
	Il protocollo di consiglio	90
	<i>Studio di un caso – Mani screpolate, unghie fragilizzate, piedi secchi</i>	92
	Check-up – Saper leggere i segni	93
	Il protocollo di consiglio	97
Capitolo 4	I capelli e il cuoio capelluto	101
	<i>Studio di sei casi</i>	
	• Alopecia androgenetica uomo	
	• Alopecia androgenetica donna in menopausa	
	• Telogen effluvium lieve (stagionale), acuto e cronico	
	• Forfora, seborrea, irritazioni del cuoio capelluto	
	• Capelli devitalizzati, spenti, secchi, senza volume	
	• Pediculosi	104
	Il check-up – Saper leggere i segni	105
	Le domande aperte	108
	Il protocollo di consiglio	109
Capitolo 5	La protezione solare	115
	<i>Studio di due casi</i>	
	• Protezione solare	116
	• Eritema e protezione solare della pelle intollerante	117
	Il check-up – Saper leggere i segni	121
	Le domande aperte	122
	Il protocollo di consiglio	122
Capitolo 6	L'igiene	131
	L'igiene personale	131
	<i>Studio di due casi</i>	
	• Iperidrosi, bromidrosi (sudorazione maleodorante)	
	• Epilazione/depilazione	133

	Il check-up – Saper leggere i segni	134
	Le domande aperte	134
	Il protocollo di consiglio	134
	L'igiene orale e l'oral care	138
	<i>Studio di due casi</i>	
	• <i>Prevenzione della carie</i>	
	• <i>Patologie parodontali</i>	139
	Il check-up – Saper leggere i segni	140
	Le domande aperte	141
	Il protocollo di consiglio	141
	L'igiene intima e la cosmesi vulvare	145
	<i>Studio di due casi</i>	
	• <i>Bruciori, irritazioni, prurito e fastidi intimi</i>	
	• <i>Secchezza e invecchiamento vulvare</i>	147
	Il check-up – Saper leggere i segni	148
	Le domande aperte	148
	Il protocollo di consiglio	148
Capitolo 7	Baby care – La paidocosmesi	151
	<i>Studio di quattro casi</i>	
	• <i>Dermatite da pannolino</i>	
	• <i>Crosta latte</i>	
	• <i>Dermatite atopica</i>	
	• <i>Irritazioni localizzate</i>	153
	Check-up – saper leggere i segni	154
	Le domande aperte	155
	Il protocollo di consiglio	155
Capitolo 8	La cosmetolinguistica e l'analisi sensoriale del prodotto cosmetico	163
	Parole dalle potenzialità straordinarie: le parole neutre e le parole emozionali	163
	Le parole per definire l'identità del prodotto cosmetico	164
	Le parole per definire la funzionalità e l'efficacia/risultati del prodotto cosmetico	168
	Le parole per definire la tollerabilità del prodotto cosmetico	172
	Le parole per definire la gradevolezza della texture del prodotto cosmetico. Lo skinfeel	172
	Polisensorialità e cosmetici	173

	L'analisi sensoriale	174
	Le parole per definire gli ingredienti del prodotto cosmetico.	
	La lettura dell'etichetta	176
	Durata di utilizzo	176
	INCI	177
Capitolo 9	I servizi beauty in farmacia	181
	Il beauty bar. La degustazione sensoriale dei cosmetici: la prova del prodotto è decisiva per il riacquisto	184
	Le consulenze beauty e le giornate a tema autogestite.	
	Le animazioni di marca	185
	La pianificazione	185
	Le schede consiglio	190
	L'atelier di trucco e camouflaje	197
	L'estetica professionale in farmacia	199
	Il corner dei servizi e la cabina di estetica	200
	Le condizioni per l'esercizio in farmacia	201
	I servizi esclusivi	203
Capitolo 10	La farmacia&beauty: 5 mosse per specializzarsi	205
	1. Creare legami emotivi con i clienti	205
	Poni le persone al centro, altrimenti vincerà sempre la logica economica	205
	L'approccio cliente-centrico, farsi amare, creare una relazione	206
	L'attenzione al sociale in farmacia	207
	L'attenzione all'ambiente in farmacia	208
	2. Perfezionare il dialogo tra il banco del farmaco etico e il reparto prevenzione/benessere/bellezza. Reclutare sulla dermocosmesi grazie al farmaco	208
	3. Innovare lo stile di comunicazione del beauty: trasmetti ciò che ti rende diverso e migliore; non esiste messaggio senza destinatario	209
	La comunicazione uditivo-empatica	210
	La comunicazione cinestesica, il linguaggio del corpo	211
	La comunicazione visiva: la percezione dell'ambiente (attrattiva o triste) è spesso decisiva per la scelta del punto vendita da parte del consumatore	212
	La comunicazione digitale per generare traffico giovane e gestire la relazione postvendita	213

4. Generare più traffico in farmacia con la nutri-cosmetica	214
Approfittare degli investimenti pubblicitari dell'industria	214
Rendere il cliente autonomo verso settori che non riguardano direttamente il consiglio e aumentare il tempo medio trascorso in farmacia	215
La farmacia dinamica	217
5. Formarsi e aggiornarsi continuamente	218
Come strutturare un percorso di formazione efficace per il settore beauty&wellness della farmacia: il sapere e il saper fare	219
Bibliografia	223
Sitografia	223