

BARBER EXPERT

MAGAZINE

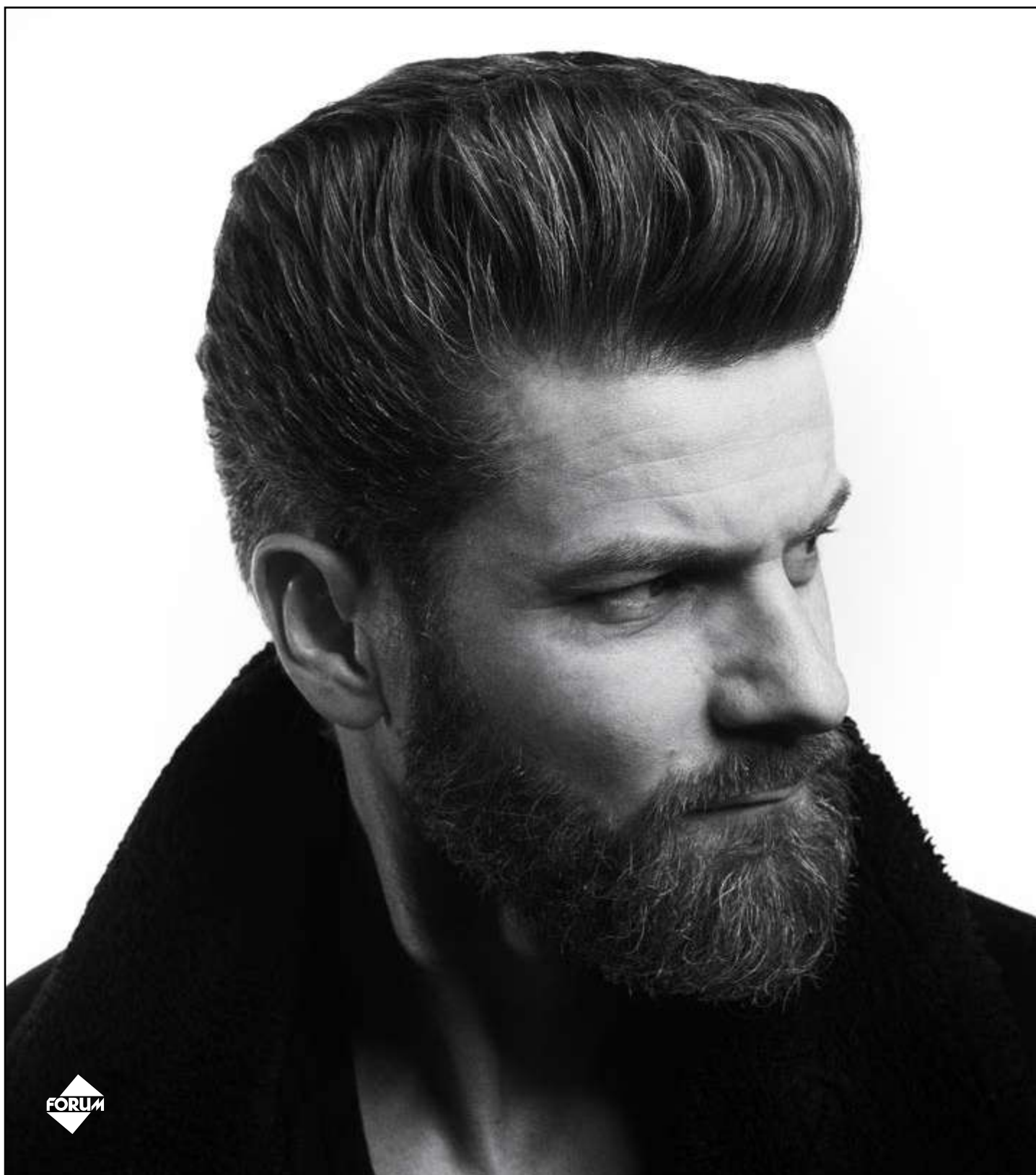
Nº 4/21

475109

ISSN 2450-7377



Czasopismo dostępne
w prenumeracie



NAJLEPSZE KOSMETYKI OD LUCJAN'S BARBERSHOP...

Est.
LUCJAN'S
BARBERSHOP
2014

*Twoja Kobieta nareszcie
powie **WOW!***



SEA SALT

ANGEL PUSSY JUICE TO SÓL MORSKA DO STYLIZACJI WŁOSÓW. KTÓRA DOSKONAŁE PORADZI SOBIE RÓWNIŻ Z BRODĄ. W SKŁADZIE POSIADA MIĘDZY INNYMI SÓL Z MORZA MARTWEGO, EKSTRAKT Z LIŚCI ALOESU ORAZ MIĘTĘ PIEPRZOWĄ. NADAJE WŁOSOM ŚREDNIE UTRWALENIE, DODAJE OBJĘTOŚCI, WYDOBYWA WYSOKĄ TEKSTURĘ ORAZ ZAPEWNIĄ MATOWE WYKOŃCZENIE. SPRAY IDEALNIE NADAJE SIĘ DO BUDOWANIA I UTRWALANIA LUŻNYCH, WAKACYJNYCH FRYZUR. BARDZO DOBRZE SPRAWUJE SIĘ JAKO PRESTYLER.



ZAMÓW NA:
BARBEROWNIA.PL

KEMPKIEWICZ.BARBEROWNIA@GMAIL.COM

EL DANDITO
DEL PUDDO

NATURAL
MATT

EAU DE
COLOGNE

ANGEL
PUSSY JUICE

WET
HEAVY

FUCKING LEGEND

WYPRÓBUJ wszystkie NASZE PRODUKTY.

SPIS TREŚCI

STREFA BARBERA

- 4 Adam Szulc – Dlaczego i jak powstały *Fryzjer męski* i *Następny proszę!*?
- 7 Adam Szulc – Para, punk, pokora, praca



- 14 Lady Barber – Domek z czerwonej cegły
- 18 Bartosz Lubczyński – Najpierw było hobby – czyli jak spełniać marzenia
- 22 Marcelina Szulc – „Rudolf w Jamie”
- 24 Ireneusz Harbuz – Polska kadra CMC najlepsza na świecie!
- 26 Marcin Głuszyński – Czy planowanie biznesu ma sens?
- 28 Piotr Sierpiński – Fryzjerstwo to moje powołanie
- 40 Anna Podsiadło – Metody kształcenia przyszłych fryzjerów



- 44 Marta Szarogroder-Rosiak – Nie klient jest trudny, a sytuacja. Czy aby na pewno?

STREFA BRODACZA

- 49 Anna Zenkovska – Pielęgnacja męskich włosów



- 61 Sensus-covery – Koloryzacja z myślą o mężczyznach

NOWOŚCI I PREZENTACJE

- 21 Progress Września – Artistique male co.
- 32 CULUMNATURA® – Naturalna pielęgnacja dla mężczyzn
- 33 CULUMNATURA® – Świątuje współpracę z zespołem szkół zawodowych nr 5 we Wrocławiu
- 39 Progress Września – Koloryzacja męskiej brody nie jest już tematem tabu

TRENDY

- 10 Adam Szulc Collection
- 34 Paweł Babicz – trendy we fryzjerstwie męskim 2022
- 46 Kontext Collection
- 52 Zenkovska Collection
- 58 Hermitage rd Collection by Siëro

WYDAWCA

Forum Media Polska Sp. z o.o.
ul. Polska 13, 60-595 Poznań
tel. 61 66 83 112
www.forum-media.pl

PREZES ZARZĄDU, DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY

Magdalena Balanicka

PROKURENT

Radosław Lewandowski

REDAKTOR NACZELNA

Małgorzata Szadkowska
tel. 607 563 894
malgorzata.szadkowska@forum-media.pl

LAYOUT, SKŁAD

Studio Graficzne DART STUDIO
Dariusz Tuszyński

NADZÓR GRAFICZNY

Edyta Mirecka

REDAKTOR TECHNICZNY

Piotr Korytowski

DRUK

Poligrafia Janusz Nowak Sp. z o.o.

OKŁADKA

Autor zdjęcia: Maciej Bogaczyk

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych
oraz zastrzega sobie prawo do skrótów i redakcyj-
nego opracowania tekstów przyjętych do druku.

Drodzy Czytelnicy,

Grudzień. Zima. Święta. Nowy Rok. Nowe postanowie-
nia, zmiany, wkraczamy w nieznane z pytaniem,
które wciąż towarzyszy naszej codzienności: co może
nas jeszcze zaskoczyć? Choć chcemy żyć pełnią życia,
jesteśmy wciąż hamowani przez zaskakujące sytua-
cje zarówno w naszym kraju, jak i na świecie. Na szczęście mamy
wspólną odskocznnię! Jest nią zamięłowanie do barberstwa i fryzjer-
stwa męskiego. I chociaż dla wielu była lub nadal jest to droga ucząca
pokory, nie warto się poddawać!

W tym numerze wysyłamy garść motywacji i siły do działania
poprzez to, co robimy najlepiej, czyli treści zawarte w artykułach.
Na początek zerknijcie do artykułu Bartosza Lubczyńskiego, który
postawił wszystko na jedną szalę, by walczyć o swoje marzenia.
Następnie zachęcamy do przeczytania artykułów Adama Szulca,
który przedstawia, w jaki sposób zmieniał się zawód barbera, co go
w nim fascynuje oraz jak dywersyfikuje swoje produkty w tym biz-
nesie. A może myślisz o napisaniu książki? Zrób to! A jeśli nadal się
wahasz, to artykuł Adama Szulca pomoże Ci podjąć decyzję!

Chcecie więcej? Oczywiście, że mamy jeszcze coś w zanadrzu! Jest
to pełen odwagi i samozaparcia wywiad z Piotrem Staszewskim.
Odmienność i walka o swoje to jest to! A następnie kolejne spełnione
marzenia i wywiad z Lady Barber o jej jedynym w swoim rodzaju,
nietuzinkowym domku z czerwonej cegły. Kto by nie chciał takiego
barber shopu?!

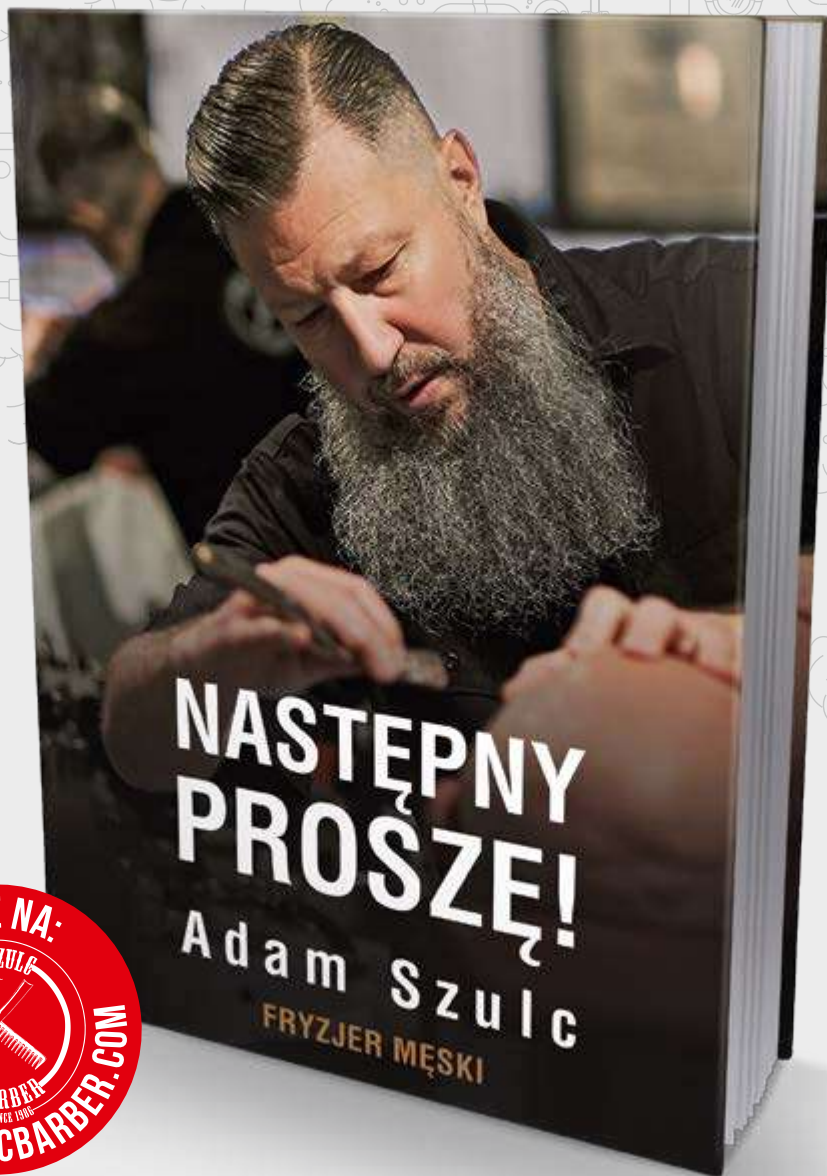
Nowy rok to nie tylko nowe postanowienia i wyzwania owiane peł-
nią nadziei i motywacji do działania, ale także nadchodzące trendy
w branży! Paweł Babicz napisał krótko, ale rzeczowo o nadchodzą-
cych zmianach. Królować będzie różnorodność i odważne stylizacje.
Uwierzcie, w 2022 r. będzie się działo! W tym wydaniu przedstawiamy
kolekcję Babicza „Diveristy” oraz wygrane stylizacje w tegorocz-
nej edycji konkursu Figaro, kolekcję HERMITAGE RD COLLECTION
autorstwa Siëro.

Na koniec życzenia dla Was. Z okazji zbliżających się Świąt życzymy
Wam ogromu samozaparcia, odwagi, siły, pomysłów do realizacji
swoich celów i marzeń. A co za tym idzie – dużo szczęścia! Bądźcie
zdrowi i do usłyszenia w nowym roku.

Milej lektury,
Redakcja „Barber Expert Magazine”

NASTĘPNY PROSZĘ!

nowa książka Adama Szulca



Po bestsellerowym „Fryzjerze Męskim” Adam Szulc wraca z zestawem opowieści, wiedzy i historii o fryzjerstwie, na których poznanie, zebranie i zrozumienie poświęcił setki godzin i tysiące kilometrów w podróżach.

Poznański fryzjer zebrał i opisał historię 20 najstarszych, emerytowanych barberów z całego świata, w tym najstarszego z nich, ujmującego skromnością 108 – letniego Anthony Mancinellego. Autor poznał i przeanalizował przyczyny rozkwitu i upadku amerykańskich barber shopów. Jako praktyk, który od kilkadziesiąt lat, codziennie od 6-tej do 18-tej zaprasza Klientów na fotel fryzjerski, który sam zaprojektował, Szulc przekazuje sprawdzoną wiedzę i opinie o składnikach kosmetyków.

Wiedzieliście, że wąsy mogą wywołać zamieszki? Zwróciliście uwagę na najciekawsze fryzury polityków i gwiazd popkultury z całego świata? Adam Szulc przez ich pryzmat ogląda świat i ludzi. Ta książka kipi od ciekawostek.

Do 100 sztuk limitowana edycja książki z niepowtarzalną okładką, specjalnymi pieczętami, dodatkową zakładką i miejscami na podpisy!



ZYSK I S-KA
WYDAWNICTWO

BARBER **EXPERT**
MAGAZINE

ESTETICA
Magazine



FRYZJERSKI
EXPERT FIOKNYCH WŁOSÓW





DLACZEGO I JAK POWSTAŁY

FRYZJER MĘSKI i NASTĘPNY PROSZĘ!?

Fryzjerzy powinni pisać książki. Dziesiątki razy słyszałem to zdanie od klientów. Ludzie, prowadząc rozmowę z ciekawym według nich fryzjerem podpytują lub sugerują: „a może byś o tym napisał? To jest materiał na książkę”. Najczęściej oczywiście chodzi o plotki, ploteczki. I o tym oczywiście też należy pisać. Bo w męskim zakładzie fryzjerskim rozmawia się cały czas. Klienci uzewnętrzniają się, rozwodzą się na różne tematy. Załącza im się gadulstwo, od którego zawodowo i rodzinnie często stronią. Barber shop skłania do wyznań.

Nie raz miałem klientów, którzy przyszli się wygadać i to właśnie, a nie strzyżenie, było pierwszym powodem pojawienia się w zakładzie. Wyrzucić z siebie, ale też usłyszeć radę – to nierzadko są motywy przewodnie wizyty u fryzjera.

W Stanach Zjednoczonych na temat zawodu fryzjera męskiego powstało 25 tys. książek. Pierwsze z nich napisano ponad sto lat temu. Bo w Stanach o barberingu piszą wszyscy, przede wszystkim fryzjerzy. Wspominają życie, opowiadają anegdoty, piszą szczegóły z zawodowego życia czy kategoryzują nowe zjawiska w branży. Autorami są też dziennikarze, obserwując ciekawostki o długowiecznych

fryzjerach, zauważając fenomen nowych mód czy oddając hold czyjejś pasji. Hobbyści tworzą albumy fotograficzne o starych zakładach czy zbieractwie artefaktów. Nauczyciele zawodu układają meandry rzemieślniczych pętli w przejrzysty obraz fryzjerskiej wiedzy. Tematów jest bez liku. Rzec by można, że ilu jest fryzjerów, tyle różnych wrażliwości i poruszanych wątków.

Wiosną 2014 r. skontaktowano mnie z nowo powstającym zakładem barberskim w Warszawie. Zostałem przedstawiony jako osoba o sporym doświadczeniu i wiedzy o zawodzie. Poproszono mnie o kompleksowe przygotowanie konspektu wiedzy na temat zawodu fryzjera męskiego.

Takie ABC wszystkiego, co powinno się o nim wiedzieć. Spotkałem się z osobami zarządzającymi, wymieniliśmy uprzejmości i w konkretnych słowach ustaliliśmy, co komu jest potrzebne. Po wakacjach miałem już dla nich zbindowane egzemplarze pierwowzoru *Fryzjera Męskiego*. Raptem kilkanaście stron. Wtedy jeszcze nie wiedziałem, że taki tom powstanie, ale to na tych pierwszym projekcie oparłem concept przyszłej książki. Już wtedy mocno kielkowała we mnie myśl, że coraz większe zainteresowanie zawodem młodych ludzi, którzy nie mają formalnego wykształcenia ściśle z nim związanego, może mieć konsekwencje szukania byle jakiej wiedzy i gdzie bądź. Trzeba było więc znaleźć rozwiązanie, żeby dobry fundament procentował w przyszłości dobrym rzemiosłem.

Głównym powodem edukacji jest zdobycie wiedzy. Czerpie się ją z różnych źródeł: internetu, mediów papierowych i książek. Dodatkowo dochodzą spotkania z ciekawymi ludźmi, warsztaty, pokazy i szkolenia. Po spotkaniu w Warszawie wiedziałem już, że spisane podstawy wiedzy tradycyjnego fryzjerstwa męskiego są nam niezbędne dla zachowania tożsamości, ugruntowania i zrozumienia swojej pozycji oraz swobodnego patrzenia w przyszłość. Wiedziałem też, bo żyję tym zawodem od początku swojej zawodowej drogi, że nie ma na ten temat w bibliotekach i księgarniach wielu publikacji. Zdarzały się pojedyncze rozdziały tu i ówdzie, pojawiały się nieliczne opracowania historyczne, a źródła biblioteczne miały bardzo skąpą literaturę sprzed lat. Trzeba zatem było złapać byka za rogi i spisać wiedzę, żeby to wszystko poukładać.

Wiosną 2018 r. dumny i błady oddałem do Wydawnictwa Zysk i S-ka skrypt z gotowym tekstem, rysunkami i projektem okładki. Po wakacjach ukazał się *Fryzjer Męski*. Od początku miał świetną sprzedaż i dobre recenzje. Zaprocentowały lata systematycznej pracy, spisywania notatek, zbierania źródeł, przygotowywania prezentacji na pokazy, rozmów z fryzjerami i ciągłej edukacji. Bo ta książka, która kilka tygodni temu doczekała się wydania rozszerzonego, poukładała wiedzę barberską od A do Z. Wszystko w niej jest ważne. Jest tam silny rys historyczny od starożytności do dziś czy może, jak to nazywam, demokratyczna wersja historii przez pryzmat włosów, dokładny opis, jak urządzić nowoczesny zakład fryzjerski dla mężczyzn, szczegóły o ozdabianiu włosów, narzędziach, akcesoriach, produktach i preparatach. Znalazło się też sporo detali technicznych o stryżeniu włosów i zarostu, o goleniu twarzy na mokro, myciu włosów czy higienie. Dziesiątki rysunków ilustratora Pawła Garwola dopełniają wartości tej pozycji.

Fryzjer Męski powstał z konieczności, z potrzeby, z silnego przekonania, że ktoś to musi zrobić i z tych puzzli poukładać wreszcie gotowy obrazek.

***Fryzjer Męski* powstał z konieczności, z potrzeby, z silnego przekonania, że ktoś to musi zrobić i z tych puzzli poukładać wreszcie gotowy obrazek.**

Moja ogromna miłość do zawodu sprawiła, że nie zatrzymałem się ani na jeden dzień po wydaniu tego almanachu – tak już jest teraz traktowany *Fryzjer Męski* – ale wziąłem się od razu do pracy nad kolejnym tomem. Nasz zawód rozwija się dynamicznie i dzięki klientom cały czas trzyma rękę na pulsie codziennego, społecznego życia obywateli. To właśnie klienci podpowiadają, naciskają, inspirować i nakłaniają do kolejnych działań. Tak było i w moim przypadku, jeśli chodzi o pisanie kolejnych rozdziałów. Cały proces przebiegał sprawnie, więc dwa lata po debiucie w księgarniach pojawiła się kolejna gratka dla czytelników w postaci drugiego fryzjerskiego tomu: *Następny Proszę!*



Większość czytelników traktuje go jako lekkostrawnego, młodszego brata *Fryzjera Męskiego*. Na pierwszy rzut oka mogłoby się wydawać, że kaliber *Następny Proszę!* rzeczywiście jest odrobinę lżejszy i bardziej popkulturowy. Lub po prostu do czytania przed snem. Wrażenie takie robi zwłaszcza obszerny pierwszy rozdział opowiadający o moim życiu. Zależało mi na tym, żeby zawrzeć w nim najważniejsze treści i wydarzenia z mojego życiowego szlaku, które miały wpływ na to, kim jestem teraz.

Inspiracje są wszak oczywiste: fryzjerstwo męskie miesza się w nim z rodziną, punk rockiem, książkami, filmami czy graniem na perkusji. Jednakże wciąż najważniejszym bodźcem do pisania jest ten pierwszy element, czyli moja rodzina plus wąskie grono przyjaciół i moja ekipa w Jamie. Te najbliższe mi osoby wspierają mnie na każdym kroku i dopingują do działania. W takich warunkach, mimo dużego nakładu pracy, aż chce się pracować.

Następny Proszę! powstawał bez ciśnienia czasowego. Nie musiałem się z nim spieszyć. Nie gonił mnie żaden deadline, a wydawca spokojnie czekał, aż zakończę wszystkie prace. Tym bardziej pisałem z wielką przyjemnością. Pomysły na rozdziały powstały bardzo szybko i sprawnie wypełniały się merytoryczną treścią. Wszystkie dotyczą fryzjerstwa męskiego, ale zahaczają o różne jego aspekty. Potężna wiedza o historii amerykańskich barber shopów z dziesiątkami informacji zbieranych u źródła, czyli w Stanach Zjednoczonych. To absolutne *novum* na naszym runku. Pisałem ten rozdział w bibliotekach i muzeach na podstawie książek, artykułów prasowych i rozmów z tamtejszymi fryzjerami, wśród których postać 108-letniego Antoniego Mancinello to brylant na firmamencie światowego fryzjerstwa męskiego. Opowieść o różnicach między tamtejszym barberingiem a europejskim oraz dokładna analiza rozwoju, renesansu, upadku i ponownego podźwignięcia się tradycyjnego zawodu w Ameryce są kluczem do zrozumienia zmian zachodzących w całej branży na przestrzeni ostatnich 200 lat. W tej pozycji jest szczególnie ważny dla mnie fragment. To życiorysy starych mistrzów fryzjerstwa męskiego napisane na podstawie rozmów z nimi. Pokazały mi, że po pierwsze nic nie jest dane nam raz na zawsze i że aktualny boom na barbering może szybko się skończyć, jeśli potraktujemy go tylko jako biznes i nie będziemy reagować na zmiany zachodzące na rynku i w modzie. Pokazały mi też, że ten zawód jest wciąż niezmienny. Ale jego tradycyjność i historyczność mogą być zarówno trampoliną, jak i pułapką. Musimy być wyjątkowo wyczuleni, etyczni i dobrze wyedukowani, żeby przetrwać i rozwijać się. Piękne słowa barberów seniorów z całego świata przypominają też o przemijającym świecie, ale i o tym, że emeryt w naszym zawodzie to klasa sama w sobie, wiedza, kultura osobista i szacunek otoczenia. Sami musimy i możemy na to zapracować.

W tej książce są też dwa rozdziały bardziej techniczne. Jeden z nich mówi o rodzajach fryzur, których opisałem tam prawie 50. Spisane są alfabetycznie i zawierają historię każdej z nich, ciekawostki i sposoby wykonania. Drugi jest „szczegółancki” w zakresie składników kosmetyków z kilkoma tematycznymi podziałami na miejsce czy rodzaj użycia produktu. Uważam, że warto i pisać, i czytać. A także dzielić się wiedzą – nie chować jej zazdrośnie za pazuchą. Przecież na co dzień wychodzimy do ludzi,

pracujemy transparentnie i na widoku. Nie ma więc żadnego powodu, żeby trzymać wszystko w tajemnicy. Jeśli my tego nie zrobimy, to zrobi to za nas ktoś inny, np. ciekawski dziennikarz, który opíše to, co widzi, na podstawie rozmowy z kimś, kto chce z nim akurat rozmawiać. I chwała mu za to, niech to zrobi, niech to opíše.

A my też opowiadajmy swoją historię. Bądźmy jej częścią i centralnym punktem tej opowieści.

Jak powiedział brytyjski historyk Carl Chinn: „gorąco wierzę w demokratyzację historii, ponieważ każdy zaznaczył swoją obecność w dziejach i każdy ma swoją opowieść”. Też w to wierzę. Mamy swój głos, więc mówmy. ■

Adam Szulc



Adam Szulc

Od 35 lat w zawodzie fryzjera męskiego. Prekursor barberingu w Polsce. Autor jedynej w kraju książki – elementarza o podstawach i fundamentach zawodu pt. *Fryzjer męski* oraz jej najnowszej kontynuacji pt. *Następny proszę!* Ma swoją linię kosmetyków Steam Punk, która jest dedykowana mężczyznom. Adam Szulc był nauczycielem w poznańskiej branżówce, w grupie Fryzjer Męski Barber. W swoim barber shopie zwanym Jamą organizuje sesje zdjęciowe i filmowe fryzur męskich oraz imprezy o tematyce barbersko-historyczno-muzycznej. Jego pokazy na scenach całego kraju: „Most”, „Steam Punk Show”, „Neon & Punk”, „RockaPinUp” czy „Bestia” przeszły już do historii fryzjerstwa.



PARA. PUNK. POKORA. PRACA

Fot. Maciej Bogaczyk

Ileż dobrego przyniósł XIX wiek naszej branży. Im więcej o nim czytam i im bardziej go odkrywam, tym coraz mocniej obserwuję, że nazwanie tamtego stulecia prekursorem męskiej pielęgnacji i nieznanego wcześniej stylu nie jest na wyrost. W zasadzie najwięcej w tym temacie zmieniło się za czasów królowej Wiktorii, czyli w okresie największych odkryć geograficznych, podbojów nowych ziem, zmian technologicznych i społecznych oraz nowego myślenia o człowieku. Ta epoka nazywana jest erą maszyny parowej. Co to ma wspólnego z fryzjerstwem męskim?

Dużo. Nieznane wcześniej migracje na wielką skalę, jakie miały miejsce w kierunku wielkich miast, sprawiły, że tysiące młodych mężczyzn ze wsi i miasteczek nagle pojawiły się w nowym świecie w dużych aglomeracjach. Miasta rozrastały się, wchłaniały i w pewnym sensie pożerały nowych przybyszów. Takie nagromadzenie ludzi powodowało też rozmaite patologie, ale nie o nich tu mowa. Mężczyźni ci przybyli w poszukiwaniu pracy w nowo powstających jak grzyby po deszczu fabrykach. Tworzyli nowe. Nowa klasa, nowi robotnicy, nowy człowiek. Ci ludzie musieli się ubrać, umyć i zjeść, ale też ogolić i ostrzyć!

Tam, gdzie wcześniej było ściernisko, teraz powstały tanie czynszówki ze sklepikami, straganami i zakładnikami usługowymi. To sprawiło, że po pierwsze zakłady fryzjerskie dla mężczyzn zaczęły się pojawiać w miejscach im wcześniej nieznanach, a po drugie musiały zmienić swoją ofertę pod nowe fryzury, nowe mody i większą liczbę zupełnie nowych i innych klientów. To w tych zakładach następowały epokowe zmiany w wyglądzie nowego człowieka. Moda na męskie fryzury zaczęła zmieniać się co dekadę. Wymyślano nowe narzędzia i nowe kosmetyki.

Wszystko to zaczęło być lepsze, ale i bardziej dostępne. Ludzie pracowali, więc zarabiali. Jak zarabiali, to mogli wydawać. Zapoczątkowano więc wtedy pewien cykl, który trwa do dziś, a który wcześniej, przed tymi ogromnymi zmianami, był niespotykany.

Pierwszym XIX-wiecznym arbitrem europejskiej elegancji był George Bryan Brummell, który zmarł w 1840 r. To brytyjski ekstrawagancki dandys, hedonista. Jednym z jego dziwactw było polerowanie swoich butów szampanem, ale nie to budziło największe zdziwienie. On codziennie mył się i regularnie samodzielnie golił! To w rozpoczynającym swoją ekspansję wiktoriańskim królestwie zaskakiwało najbardziej, bo bieżąca woda dostarczana do domostw dopiero miała się pojawić. Brummell regularnie podcinał też i układał włosy w barber shopie w Londynie. Uważany jest również za pierwszego mężczyznę noszącego pierwowzór dzisiejszego garnituru. Taki strój stał się szybko obowiązującym w każdej klasie społecznej. Zarówno arystokracja i bogaci mieszczenie, jak i wielkomiejscy pracownicy fabryk czy szumowiny społeczne – wszyscy od tego czasu mogli wyglądać podobnie. To była ogromna zmiana: demokratyzacja życia wymuszona wspólnym mieszkaniem w jednym mieście, podobnymi problemami, nowymi ideami, obowiązkową szkołą, ale też szerokim dostępem do szybkiej, codziennej informacji i reklamy. To przecież media w dużej mierze odpowiadają za zmiany w ówczesnym męskim wizerunku, a co za tym idzie za poprawę jego jakości poprzez samodzielne myślenie o sobie. W tej sytuacji i barber shopy musiały przejść zmianę.

Wiktoriański klimat zakładów fryzjerskich pozostaje w moim wyobrażeniu, ale też w mojej pamięci jako archetyp czasu i miejsca. Jako szczególna lokalizacja dla mężczyzn, w której gwar rozmów przerywany nabożną ciszą łączył się z sykiem parowych żelazek, a kurz był naturalnym, ale niezbywalnym i koniecznym elementem wystroju wnętrza, dodającym patyny przedmiotom pieczołowicie zbieranym na ciężkich regałach. Do dziś dla wielu badaczy branży fryzjerskiej wizerunek tamtejszych zakładów to niedościgniony wzór, ale też początek tego nurtu zmian, do którego często odnosimy się w swoich rozważaniach. Bo wszystko było wtedy takie nowe, inne, nowoczesne i rewolucyjne. Świat zmieniał się na oczach ludzi i nawet słynny „król fryzjerów – fryzjer królów”, czyli Antoni Cierplikowski z Sieradza, w swoim ostatnim radiowym wywiadzie mówił o tym, jak w Łodzi zakład fryzjerski jako instytucja zmienił się w tamtym okresie.

Chłonałem ten świat i fascynowałem się nim w literaturze i filmie od dziecka. Jako młodzieniec zaczytywałem się w książkach Juliusza Verne'a. Jest on nazywany ojcem steampunkowej fantastyki i choć niektóre z jego pomysłów przestały być futurologią, wchodząc później do

normalnego użytkowania, to ja przede wszystkim zakochałem się w niesamowitym klimacie opisywanych przez niego czasów. W nich bezkresna przygoda, eksploracja nieznanymi terenami, odwaga, wyższość rozumu nad ciemnotą oraz elegancja, kultura osobista i męski szyk dżentelmena z podkreślonym wąsem i długą brodą wyznaczały granicę męskości.

Moda na męskie fryzury zaczęła zmieniać się co dekadę. Wymyślano nowe narzędzia i nowe kosmetyki. Wszystko to zaczęło być lepsze, ale i bardziej dostępne.

Dlatego kiedy przyszedł na to czas, nie musiałem w ogóle zastanawiać się nad nazwą kosmetyków z Jamy – wybrałem Steam Punk. Bo w nim jest wszystko, co mnie definiuje. W ogromnym skrócie to punk, para, pokora i praca. Jakkolwiek zmieniać szyk tych słów bo wszystkie te elementy tworzą spójną całość. To nie jest czcza komercyjna gadka dla potrzeb reklamy, ale głęboka wiara w to, że jeśli robisz swoje i jesteś sobą, to musisz być nim cały czas.

Pierwszym kosmetykiem był olej do brody. Bo para to wiek nieskrepowanego zarostu. Jako druga pojawiła się hybrydowa pomada do włosów. Bo punk to postawione włosy, a elegant to przylizany zaczes. To tak jak Dr Jekyll i Mr Hyde. Wiek par z XIX stulecia i punkrockowa rewolucja mająca miejsce wiek później. Pasjonuje mnie, jak te zdarzenia wiele zmieniły we współczesnym postrzeganiu świata. Niby dwa zupełnie różne zjawiska. A jednak ciągną do siebie. Bo czy patrząc na rysunek na następnej stronie na tę ładną, dandysowatą twarz ze schludną kosią bródką, wygolonym jednym bokiem z pięknie zarysowanym „hair tattoo”, zaczesaną grzywą i eleganckim kapeluszem, widzimy dużą rozbieżność między tymi stylami? W czasie kiedy wymyślono subkulturę Steam Punk, czyli na początku lat 80. XX w., był to być może szok, choć tak naprawdę wtedy, czyli kilka lat po punkrockowej rewolucji, niewiele już ludzi szokowało. Jednakże okazało się, że są ludzie, dla których zmiksowanie dwóch odmiennych stylów jest możliwe. Zwłaszcza w Anglii, gdzie pamięć zarówno o brodatych ekscentrykach z czasów przemysłowego boomu jak i o rozczapierzonych młodzieńcach szarpających struny gitary jest wciąż żywa. Fascynację tym kierunkiem obserwujemy też na wielkim ekranie. Takie serie jak *Mad Max* i *Powrót do przyszłości* czy film *Hugo i jego wynalazek* to Steam Punk w czystej postaci, gdzie galanteria, towarzyski szlif i nienaganne manier



wraz z odrobiną konserwatyzmu i epokowym, trochę teatralnym strojem łączą się z wynalazkami, rockową muzyką i młodzieżową rewoltą, a przynajmniej niezgodą na zastany porządek. Tym jest właśnie dla mnie fryzjerstwo męskie: zabawa konwencją, czerpaniem z różnych wzorców, sięganiem do nieprzebranych zasobów historycznych i wyciąganiem z nich ukrytych tam skarbów i ciągłą niezgodą na zastany porządek, bo kontestacja i następujące zmiany pchają nas do przodu. Mniej lub bardziej dynamicznie, ale musi się to również dziać w naszym zawodzie. Przede wszystkim to staram się przekazywać moim uczniom i młodym ludziom, z którymi mam styczność na szkoleniach i pokazach. Po pierwsze, nic nie jest na zawsze. Po drugie, że to oni odpowiadają za to, żeby nic nie było na zawsze. Nauczyć ich, że ciągła zmiana to jedyny stały fragment gry, który powinien ich spotkać w życiu fryzjera. Po trzecie, stabilizacja – choć wszyscy do niej dążymy – nie jest niczym dobrym. Uczy nas gnuśności i niechęci do walki. A to w dłuższej perspektywie doprowadzi cały zawód do zatrzymania, a stanie w miejscu to, jak wiemy, zaciągnięty hamulec. Ponowne naładowanie paliwa do pieca to kilka lat działań, żeby wszystko wróciło na stare tory. Ale tamtych starych torów już nie będzie. Trzeba się będzie przedzierać przez nowe szlaki i wyrąbywać sobie maczetą drogę w dżungli. Jak

ci pierwsi eksplorery z książek przygodowych Kiplinga. Podobną sytuację mamy teraz w Polsce, gdzie po latach zastoju i zaniedbań nas wszystkich powoli ruszamy ze zmianami w zawodzie. Ale z drugiej strony patrząc, może tak miało właśnie być. Hasło tamtych odważnych odkrywców brzmiało: „Beaten paths are for beaten men”, co luźno można tłumaczyć jako: „Ubite trakty są dla poddanych/pobitych/upadłych facetów”. Tu właśnie mamy tę łączącą paralelę z wczoraj i dziś.

Nasz klient to mężczyzna. Czyli lubi zmieniać świat, ale najbardziej chyba lubi, kiedy może pochwalić się światu posiadaniem, z pozoru zupełnie niepotrzebną nikomu, wiedzą, jaką się zachłystuje. W każdym zakątku Jamy staram się pokazać szczerość i rockandrollową pasję w połączeniu z dobrym, fryzjerskim rzemiosłem i etyką zawodową. Zachęcam wszystkich do tego, że najpierw siebie dobrze poznać, a potem po prostu być sobą. Bo nie ma znaczenia, czy lubisz Sida Viciouisa czy różowe jednorożce. Pokaż to wszystkim w swoim zakładzie. ■

**To jest Twoje.
To jest oryginalne.
I nikomu nic do tego.**

Adam Szulc

ADAM SZULC

Collection

Hair: Adam Szulc
Fotograf: Maciej Bogaczyk
Model: Arkadiusz Radtkowski

Hair: Adam Szulc
Fotograf: Maciej Bogaczyk
Model: Arkadiusz Radtkowski



Hair: Adam Szulc
Fotograf: Maciej Bogaczyk
Model: Arkadiusz Radtkowski



Hair: Adam Szulc
Fotograf: Maciej Bogaczyk
Model: Arkadiusz Radtkowski



DOMEK Z CZERWONEJ CEGŁY –

WYWIAD

Z ŁADY BARBER

Wywiad przeprowadzony przez
redakcję „Barber Expert Magazine”

Fot. Krzysztof Dziekan

O Lady Barber czytaliście nie raz w naszym czasopiśmie! Tym razem chcieliśmy przyjrzeć się bliżej miejscu, w którym pracuje. Jej barber shop mieści się w historycznym domu z czerwonej cegły w Tychach. Niewątpliwie jest to nietuzinkowy pomysł, który zaskakuje i przyciąga uwagę! Jak wygląda funkcjonowanie jej barber shopu?



Redakcja „Barber Expert Magazine”: Na początku nie urzędowałaś w Polsce, swoją markę założyłaś w Wielkiej Brytanii. Jak to się stało, że ostatecznie wróciłaś i postanowiłaś właśnie tutaj rozkręcić biznes?

Lady Barber: Początkowo przyleciałam do Polski z myślą, że wrócę do Anglii. Wtedy idea barber shopów dopiero się tutaj rozwijała, a ja już jakiś czas prowadziłam swój profil, na którym dzieliłam się swoją pracą w angielskim barber shopie.

Przede wszystkim docierały do mnie zaproszenia od ludzi z branży, co było bardzo miłe i cieszyłam się, że będę miała okazję poznać tak wielu fryzjerów męskich z różnych części Polski.

Przyleciałam do Polski, aby przeżyć zawodową przygodę, poznać ciekawych ludzi, odbyć trochę barberskich podróży i podzielić się doświadczeniem. Chciałam jednak wrócić na Wyspy, chociaż ostatecznie los zdecydował inaczej.

Po dwóch latach spędzonych „na walizkach”, co oczywiście miało swój urok, stwierdziłam, że dość już odkładania niektórych spraw na potem i czas najwyższy podjąć konkretną decyzję, przed którą tak długo uciekałam.

Redakcja BEM: Twoje lokum jest nadzwyczajne! Mało kto decyduje się na otworenie swojej działalności w osobnym budynku. Dlaczego wybrałaś akurat domek z czerwonej cegły?



Lady Barber: Od zawsze wiedziałam, że jeśli zdecyduje się coś otworzyć, to tylko w tym domku. Myślę, że każdy postąpiłby tak samo, gdyby był na moim miejscu.

Redakcja BEM: Jest to miejsce z duszą. Czy ono ma dla Ciebie wartość sentymentalną?

Lady Barber: Tak, i to niesamowitą. Chyba nawet nie mogę tego opisać słowami. Jest to domek, który wybudował mój pradziadek w 1937 r. Wychowała się w nim moja babcia, mój tata ze swoim rodzeństwem. Później domek należał do mojego ojca chrzestnego, który podarował mi go w spadku.



Zdjęcie z dnia ślubu dziadków Lady Barber

Ten budynek to nie tylko mury, ale też wielka historia, za której dalszy ciąg czuję się teraz odpowiedzialna. Cieszę się, że mogłam nadać mu drugie życie.

Redakcja BEM: Jakie największe wyzwania spotkały Was podczas przerobienia „ruiny” w barber shop?

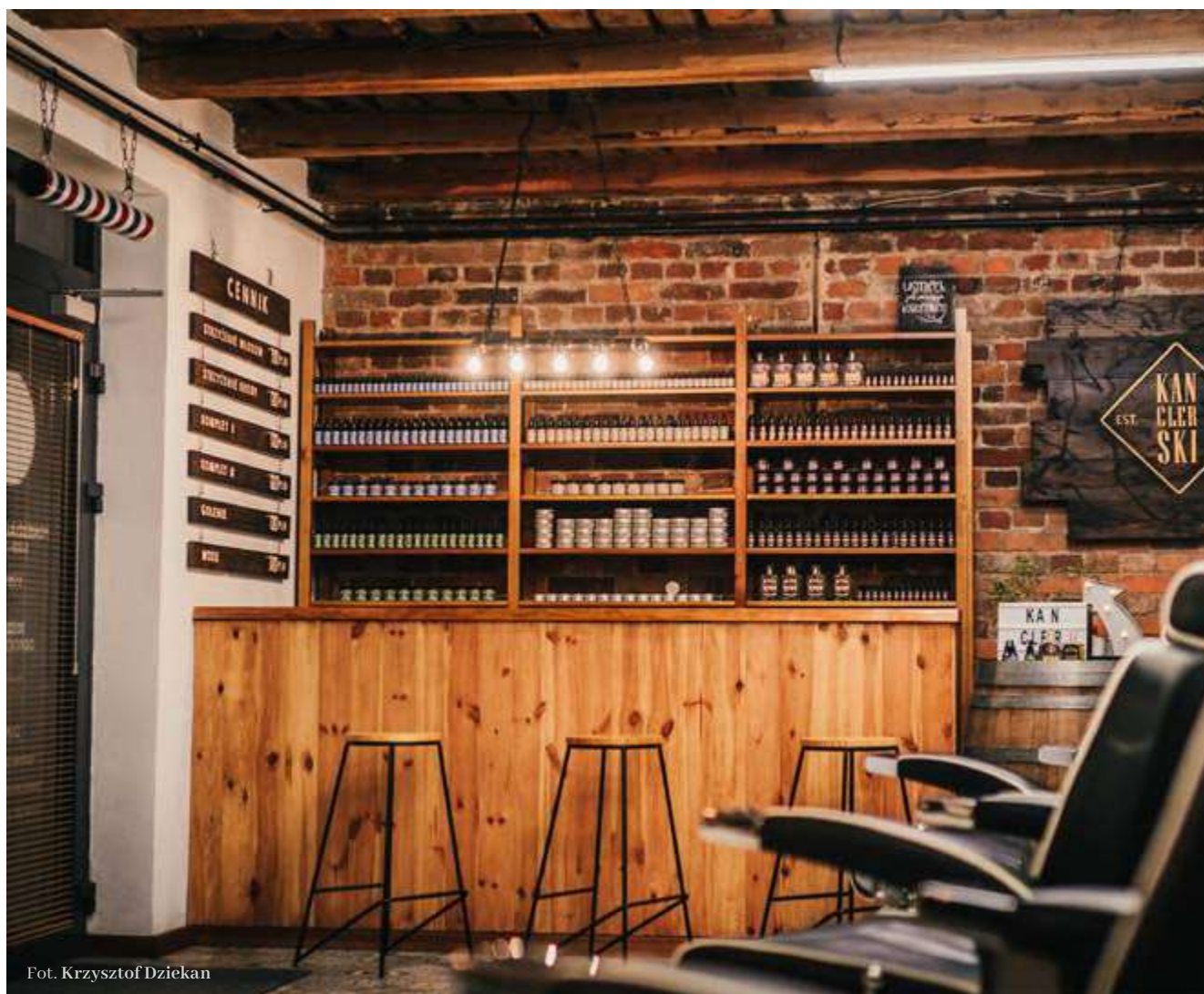
Lady Barber: Największym wyzwaniem było podjęcie decyzji. Pomijając fakt, że na parterze nie było podłóg, wody ani prądu, a więc zaczynałam naprawdę od zera, to wszystko było nic w porównaniu do tego, gdy zderzyłam się z rzeczywistością i dowiedziałam się, ile trzeba w Polsce przejść etapów i pozwoleń, aby przekształcić stary dom w lokal użytkowy. To nie był remont, to była odbudowa. Cieszę się, że mam to za sobą. Teraz pozostaje dbać o całą resztę na bieżąco.

Redakcja BEM: To teraz plusy! Jakie zalety zauważasz w sytuacji, że to niezależny dom, a nie lokum tradycyjnie wynajmowane?

Lady Barber: Plusem, którego nie da się podważyć, jest to, że nikt mi nie wypowie umowy i mogę robić u siebie, co zechcę, bez stresu, że ktoś mi zabroni. Dodatkowo posiadając dom z ogrodem, w którym prowadzi się działalność, można ją rozwinąć i realizować pomysły na różną skalę.



Fot. Krzysztof Dziekan



Fot. Krzysztof Dziekan

Redakcja BEM: Czy korzyści związane z posiadaniem własnego barber shopu w postaci domu są wystarczające, by pokryć związane z utrzymaniem koszty i sprostać napotykanym wyzwaniom?

Lady Barber: Myślę, że najważniejsze to potrafić odpowiednio zarządzać firmą. I nieważne, czy jest to wolnostojący dom, czy wynajmowany lokal. W obu przypadkach są koszty i wyzwania, które trzeba wcześniej przemyśleć i rozplanować według własnych możliwości.

Przy wynajmowanym lokalu trzeba płacić czynsz, a przy własnym domu tego comiesięcznego czynszu nie ma. Za to są gigantyczne koszty, związane z utrzymaniem starego domu w dobrym stanie. Zazwyczaj w takich budynkach trzeba wymienić dach, piec, wzmocnić fundamenty, wymienić ogrodzenie, elewację etc. Przy wynajmowanym lokalu nie ma tego problemu. Coś za coś.

Bardzo dużo już zrobiłam. Doprowadziłam budynek w środku do stanu wstępnej użyteczności, przede mną jednak jeszcze sporo inwestycji i napraw, aby dom mógł funkcjonować kolejne lata.

Redakcja BEM: Jako podsumowanie naszej rozmowy: czy poleciłabyś fryzjerom, by stawiali na tego typu rozwiązania?

Lady Barber: Wszystko zależy od sytuacji, a każda sytuacja jest inna.

Moim zdaniem, stare budynki są niezwykle urokliwe, a będąc kreatywnym, można wykorzystać powierzchnię domu oraz ogrodu na wiele sposobów. ■



Fot. Krzysztof Dziekan



Lady Barber® – Edyta Kłos-Kanclerska

Jedna z prekursorów barberingu w Polsce. Doświadczenie zawodowe zdobywała m.in. w Wielkiej Brytanii zyskując swój przydomek „Lady Barber”. Aktualnie prowadzi swój Barber Shop w Tychach oraz współtworzy markę kosmetyczną KANCLERSKI.

NAJPIERW BYŁO HOBBY –

CZYLI JAK SPEŁNIAĆ MARZENIA

Fot. Mateusz Gabryś

Historia, którą chcę się dziś z Wami podzielić, jest dla mnie bardzo ważna i mocno osobista. Każdy ma w życiu jakieś marzenia, czasem dążymy do nich latami. Niektóre się spełniają, inne pozostają w sferze marzeń. Moje marzenie o zostaniu barberem spełniło się kilka lat temu i to całkiem niespodziewanie.

Moja barberska historia jest ściśle połączona z moją pasją i hobby, jakim od wielu lat jest branża kosmetyczna. Kiedy do Polski przyszła moda na brody i w całym kraju zaczęły pojawiać się pierwsze barber shopy, gdzie można było w końcu odpowiednio zadbać o swój zarost, na rynek wpłynęły nowe kosmetyki zagranicznych marek, takie jak olejki czy balsamy do brody. Wtedy sam nosiłem bujną brodę i jak dziś pamiętam swój pierwszy kosmetyk do brody, który zamówiłem ze sklepu internetowego. Był to balsam norweskiej

manufaktury. Zadowolony z działania balsamu postanowiłem podzielić się opinią o nim w internecie. Prowadziłem wtedy fotograficzny blog i to właśnie tam opublikowałem wpis razem ze zdjęciami produktu i swojej brody. Ku mojemu zdziwieniu ogromna liczba osób polubiła moje zdjęcie oraz dopytywała o sam produkt, jak i wskazówki dotyczące pielęgnacji brody. W tym momencie podjąłem decyzję o stworzeniu projektu beardrust. Początkowo był to blog poświęcony szeroko rozumianej męskiej pielęgnacji. Testowałem coraz to nowsze kosmetyki, również te do

stylizacji włosów, recenzowałem je, tworzyłem poradniki dla mężczyzn którzy dopiero zaczynali swoją przygodę z brodą. Później założyłem kanał na YouTube, gdzie zastąpiłem zdjęcia ruchomymi obrazami i mogłem w jeszcze ciekawszy sposób pokazywać efekty lawinowo pojawiających się na rynku specyfiki dla mężczyzn. Moje hobby mocno się rozwinęło, podejmowałem współpracę z różnymi markami kosmetycznymi, ze sklepami internetowymi, producentami sprzętu. Odwiedzałem barber shopy w całej Polsce, jeździłem po imprezach branżowych. Coraz bardziej wkręcałem się w kosmetyczno-barberski świat. Zacząłem być dobry w tym, co robię, i sądzę, że zyskałem w pewnym momencie całkiem spory autorytet w kwestii męskiej pielęgnacji. Moi widzowie i obserwatorzy zasypywali mnie pytaniami o porady, dobór konkretnych kosmetyków, o problemy związane z pielęgnacją włosów czy brody. Zacząłem pojawiać się na targach w roli eksperta w tej dziedzinie. Postanowiłem więc pójść o krok dalej i przekuć zebraną wiedzę w praktykę. Już wtedy urodził się w mojej głowie pomysł zostania fryzjerem męskim/barberem.

zaledwie kilka, z niepewnych źródeł, które kosztowały krocie, a do tego nie były to warsztaty z typowo męskich strzyżeń. Długo wahałem się, gdzie i jak zainwestować pieniądze, żeby się nie przejechać, a faktycznie zdobyć jakieś umiejętności.

Byłem bez pracy, z dwójką dzieci na karku i tylko jednym głównym celem – chciałem zostać barberem z krwi i kości. Brzmi bardzo patetycznie, ale tak to właśnie wyglądało.



Początki są zawsze trudne

Z wykształcenia jestem magistrem filologii angielskiej. Wówczas pracowałem w korporacji i innych firmach, w których miałem styczność z angielskim, żeby go nie zapomnieć i żeby móc rozwijać się w tym kierunku. Byłem specjalistą ds. obsługi klienta zagranicznego, ale szybko praca przy biurku zaczęła mnie nużyć i zacząłem ambitniej interesować się zmianą branży. Moje pierwsze kroki były mało udane. Nie za bardzo mogłem pójść do szkoły fryzjerskiej. Każda moja wizyta w jakimkolwiek salonie fryzjerskim i chęć przyuczenia się do zawodu spotykała się z odmową. W tamtym czasie nie było również tak wielu szkoleń barberskich jak obecnie. W internecie znalazłem

Podjąłem decyzję o zakupie swojej pierwszej maszynki. Wpadłem na pomysł, że sam nauczę się strzyc mężczyzn. Inspirowałem się zagranicznymi filmami na YouTube, gdzie barberzy z USA pokazywali, jak robić fejdy itd. Pod maszynkę wpadał często mój szwagier i inni znajomi, na których ćwiczyłem to, co zobaczyłem w internecie. Nie zawsze efekty wychodziły takie jak na wideo. Nie zniechęcałem się jednak, bo czułem, że to jest to, co chcę robić. Czułem ogromną przyjemność ze strzyżenia, byłem głodny wiedzy i chciałem być coraz lepszy. Niestety, praca wypełniała mi całe dni i zostawało mi zbyt mało czasu na marzenie o zostaniu barberem. Pewnego dnia podjąłem chyba jedną z najgłupszych, ale też najważniejszych decyzji w moim życiu i zrezygnowałem ze swojej obecnej pracy. Postawiłem wszystko na jedną kartę. W tej chwili byłem goły i wesoły. Byłem bez pracy, z dwójką dzieci na karku i tylko jednym głównym celem – chciałem zostać barberem z krwi i kości. Brzmi bardzo patetycznie, ale tak to właśnie wyglądało.

Pojechałem się ostrzyć, zostałem do dziś

I tu sprawy zaczynają nabierać tempa. Mam dużo czasu na myślenie o barberingu, ale jednocześnie szukam desperacko nowej pracy, bo życie codziennie mocno mnie weryfikuje. I przychodzi ten dzień, kiedy umawiam wizytę w nowo otwartym salonie barberskim w Kaliszu – w Hovel Barber Shop. Umawiam się do mojego znajomego, Miłosza (@miloizio), z którym nie raz rozmawialiśmy przez internet o branży barberskiej i fryzurach. Wtedy jeszcze nie wiedziałem, że ta wizyta będzie przełomowa w moim życiu. Ci z Was, którzy mnie obserwują, pewnie kojarzą film/relację z tej wizyty, którą opublikowałem

na swoim kanale YouTube (beardrust official). Wchodząc do salonu, nagle znalazłem się w totalnie innym świecie. Poczułem azyl, prawdziwy męski klimat, uderzyły mnie piękne zapachy. Pomyślałem, że chciałbym kiedyś pracować w takim miejscu. Strzyżenie przebiegło w miłej atmosferze, a efekt końcowy naprawdę pozytywnie mnie zaskoczył. Próbowałem wylapać jakiś techniki strzyżenia podczas tej wizyty i z podekscytowaniem rozprawiałem z Miłosem o jego pracy. Po wizycie, jako że miałem dużo czasu, a chłopaki z Hovel Barber Shop świętowali kolejny miesiąc od otwarcia salonu, zostałem na mały poczęstunek i rozmowę. Okazało się, że reszta teamu – Alan (@maszszlabannarower) i Artur – kojarzyli mnie z internetu i wywiązała się sympatyczna rozmowa, w której padły słowa, że byłoby fajnie, gdybym dołączył do ich zespołu. Zaświeciły mi się oczy, ale nie do końca byłem przekonany, czy się w ogóle nadaję, czy mam to coś i czy nie brak mi umiejętności, żeby stanąć za fotelem.

Po powrocie do domu byłem mocno zajarany myślą o tym, że mógłbym w końcu spełnić swoje marzenie. Postanowiłem wykorzystać daną mi szansę i pokazać, że się nadaję na barbera. Zacząłem się szkolić pod okiem ekipy Hovel Barber Shop. Codziennie przez kilka miesięcy dojeżdżałem do Kalisza, aby uczyć się zawodu. Początkowo były to obserwacje, nauka pracy z klientem, obsługa itd. Chłonałem wszystko jak gąbka. Informacji było dużo. Ciągle uzupełniałem braki i wykorzystywałem to, co już wiedziałem z czasów bycia samoukiem. Kiedy pierwszy raz stanąłem za fotelem, czułem stres, ale i ogromną radość, że to się dzieje. Każda kolejna ostrzyżona głowa i broda przybliżały mnie do zdobycia większej pewności siebie, zrobienia warsztatu i zyskania lepszych umiejętności. W końcu mogłem wykorzystać swoją wiedzę na temat kosmetyków w pracy z klientem. Czułem się spełniony. Robiłem to, co lubię, czym się interesuję i w czym jestem dobry, jak się okazało.

Od tamtego czasu minęło kilka lat. Przeszedłem szereg szkoleń z polskimi i zagranicznymi edukatorami. Cały czas jestem pokorny, ciągle się uczę i nie osiadam na laurach. W tej pracy trzeba być na bieżąco z nowinkami w branży, trzeba śledzić nowe trendy, nowości sprzętowe. Trzeba ciągle budować swój warsztat, wyznaczać sobie nowe cele, uczyć się nowych technik itd. Jestem ogromnie wdzięczny za tak niespodziewany, ale jednak potrzebny obrót wydarzeń. Kocham to, co robię, mogę z tego żyć, czuć satysfakcję każdego dnia. Nie jest to łatwa praca, ma swoje plusy i minusy, ale temu można by poświęcić osobny artykuł. Po pewnym czasie zacząłem dostawać wiadomości od ludzi, którzy zainspirowani moją historią poczynili podobne kroki w kierunku spełniania swoich marzeń o zostaniu barberem/barberką. To nieopisane uczucie, kiedy ktoś dziękuje Ci za bycie inspiracją.

Podsumowując, moja droga do zostania barberem nie była łatwa. W moim przypadku wiązała się z podjęciem z pozoru drastycznych i może nawet nieodpowiedzialnych decyzji. Wiązała się też z wieloma wyrzeczeniami i trudnościami, ale ostatecznie będąc w tym miejscu, w którym jestem dzisiaj mogę powiedzieć, że było warto i zachęcam każdego żeby walczył o swoje marzenia. Ponieważ nigdy nie będzie odpowiedniego czasu, dopóki sami nie postawimy tego pierwszego kroku. Co więcej, chciałbym bardzo zaprosić was na swój fotel w kaliskim Hovel Barber Shop (@hovelbarber). Zapraszam was na mojego Instagrama @beardrust oraz @miedziobrody_barber. ■

Bartosz Lubczyński



Fot. Kamil Cichoń

Bartosz Lubczyński

Znany w świecie barberskim jako beardrust – blogger/vlogger, twórca internetowy, założyciel jednego z pierwszych w Polsce blogów o tematyce pielęgnacji brody i włosów (beardrust.pl), który w 2017 roku zajął 1. miejsce w plebiscycie Men's Health na Męski Blog Roku, autor wielu poradników dla mężczyzn, prowadzący kanału beardrust official na YouTube skupiającego się głównie na recenzjach kosmetyków do brody i włosów oraz sprzęcie barberskim. Współpracował z wieloma sklepami i markami kosmetycznymi. Regularnie pojawia się na targach i imprezach branżowych w roli specjalisty. Na co dzień pracuje jako fryzjer męski/barber w kaliskim Hovel Barber Shop (@miedziobrody_barber).

ARTISTIQUE



ARTISTIQUE MALE CO.

Nowa linia kosmetyków dla mężczyzn przeznaczona do stylizacji oraz pielęgnacji włosów i brody

Holenderska marka **Artistique** stworzyła linię kosmetyków **Male Co.** z myślą o pielęgnacji oraz stylizacji włosów i zarostu w profesjonalnych salonach fryzjerskich lub barberskich. Oferta jest bardzo bogata. Panowie mają do wyboru wiele produktów: balsamy do brody, pomady, woski, pasty, żele, szampony oraz spraye. Jest w czym wybierać, z pewnością każdy znajdzie coś dla siebie. Wszystko zależy od potrzeb oraz tego, jaki efekt chcemy uzyskać.

W skład serii Male Co. wchodzi:

- Produkty pielęgnacyjne, które zachowują włosy oraz skórę głowy w odpowiedniej kondycji.
- Produkty do stylizacji włosów, które dają nieograniczone możliwości kreacji fryzur.
- Produkty do stylizacji oraz pielęgnacji brody oraz skóry twarzy.

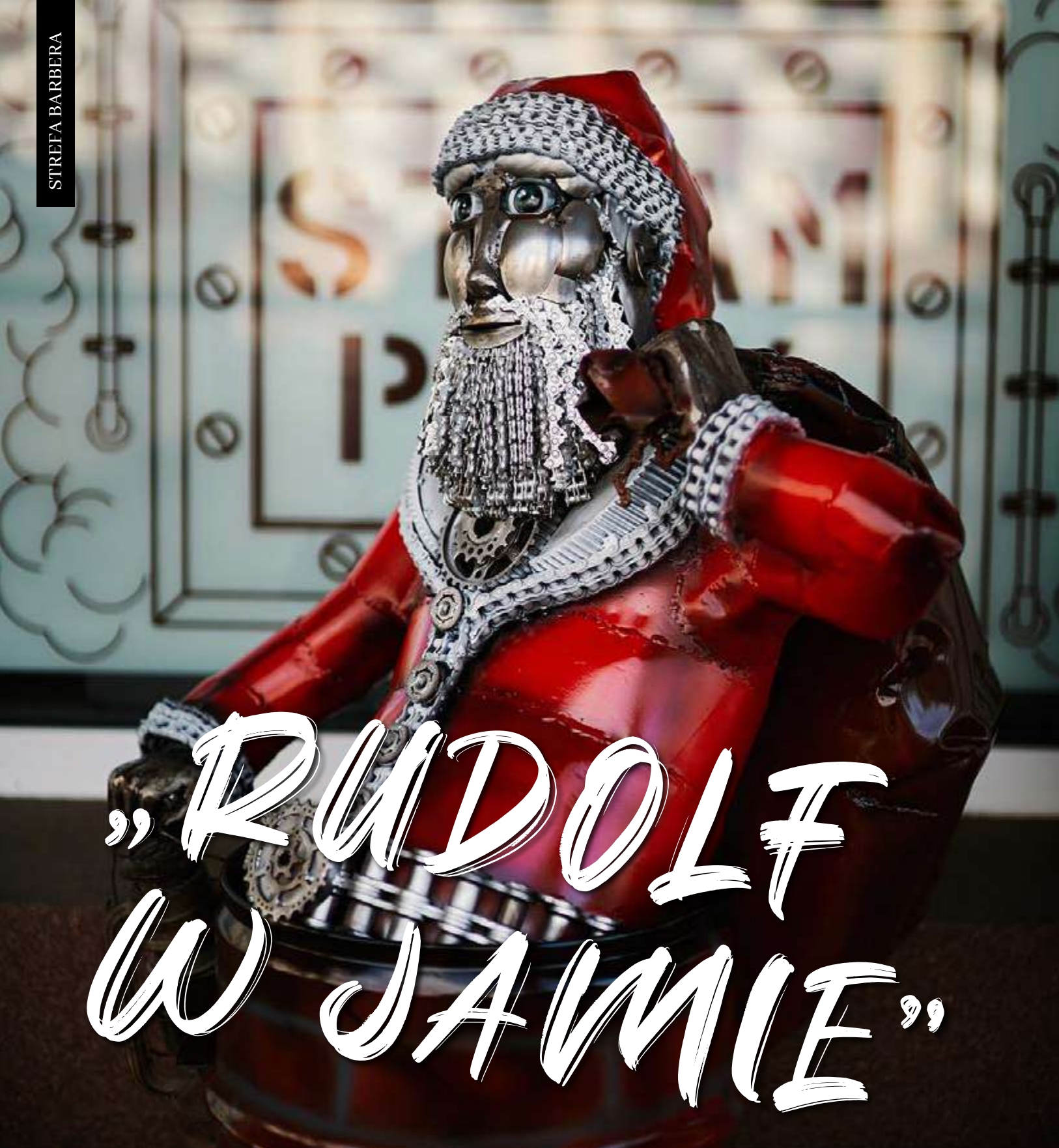
PEŁNA GAMA PRODUKTÓW SERII MALE CO. ZNAJDUJE SIĘ TUTAJ > https://issuu.com/progress_wrzesnia_pl/docs/male_co_ulotka_issue

Więcej informacji na temat marki znajdziesz na:

www.artistique.pl
FB @ArtistiquePolska
IG @artistique_pl

Oficjalny partner marki:

PH Progress Września
www.ph-progress.pl



„RUDOLF W JAMY”

Tanecznym krokiem, w rytmie świątecznych kolęd wchodzimy w grudzień, czyli w jeden z najintensywniejszych okresów w roku w naszej branży. Cały ten proces zimowych przygotowań jest dla nas i dla całej Jamy bardzo szczególny. Zorganizowanie pewnych tematów, żeby zdążyć z deadline'ami musi być zaplanowane już kilka miesięcy wcześniej.

Jama zawsze angażuje się w okres świąteczny bardzo mocno. Co roku szykujemy dla naszych klientów, obserwatorów socialowych i fryzjerów jakąś niespodziankę. W tym przygotowaliśmy coś szczególnego, ponieważ całą naszą bandę możecie w tym roku usłyszeć w świątecznym projekcie muzycznym „Rudolf w Jamie”. Zachęcam do obejrzenia i posłuchania premierowego utworu na naszych socials!

Zapytacie pewnie, skąd w ogóle taki pomysł, dlaczego muzycznie, o co tutaj chodzi? Jama w całej swojej działalności z muzyką jest związana bardzo mocno. Muzyka to jeden z filarów naszej działalności z wielu powodów: Adam Szulc jest perkusistą od wielu lat, stąd taki, a nie inny pomysł naszej recepcji, w którą wmontowana jest podświetlana perkusja; oprócz tego muzyka odtwarzana do codziennej pracy nie jest przypadkowa. Mamy przygotowane playlisty naszych ulubionych utworów i zespołów, muzyka musi być mocna, z ostrym brzmieniem, pasująca do klimatu, ale także wpasowująca się w nasze gusta. Tutaj wszystko musi grać: dosłownie i w przenośni. Poza tym to nie będzie pierwszy projekt muzyczny, jaki robimy. Od wielu lat współpracujemy z DJ-em Mentalcutem, który akompaniuje utwory specjalnie pod nasze filmy instruktażowe, relacje z wydarzeń czy inne wideo. Większość tych dzieł możecie obejrzeć i posłuchać na naszym Facebooku i YouTube. A wracając do wątku: skąd pomysł na taki projekt? Chcemy się cały czas rozwijać, nie tolerujemy nudy, próbujemy nowych rzeczy, wymyślamy, sprawia nam to radość i chcemy wspólnie coś stworzyć. A że świąteczny czas to jeden z naszych ulubionych czasów w roku, to próbujemy swoich sił w różnych działaniach. „Rudolf w Jamie” już do odsłuchu!

Grudzień to bardzo ciekawy czas w branży. Zapisy na ten miesiąc kończą się praktycznie w dniu, kiedy się zaczęły. Wielu klientów, którzy w normalnym trybie chodzą do fryzjera maksymalnie raz w miesiącu, to w grudniu przychodzą nawet do trzech razy: na początku miesiąca, przed świętami i oczywiście przed Sylwestrem. Ten czas to okres bardzo krótki, ponieważ wypada wiele dni wolnych, ale w swojej lapidarności jest niesamowicie intensywny. Usłyszałam kiedyś anegdotę od pewnego starszego fryzjera, że miał klienta, który odwiedzał go tylko raz w roku, w Wigilię o godzinie 15:00, żeby być nienagannie wystrojonym do wigilijnego stołu. To był jego stały termin. Można i tak, prawda?

Co jeszcze jest ciekawe w grudniu? Widać dużą tendencję wzrostową sprzedaży w tym czasie, wiele osób kupuje vouchery na usługi, produkty do pielęgnacji czy inne gadzety na prezenty dla swoich bliskich. Nasz zakład staje się w tym czasie niczym siedziba Świętego Mikołaja. Ja jako elf przygotowuję świąteczne pakunki dla naszych

klientów, a pozostała część bandy dwoi się i troi, żeby wszystkich pięknie wyfryzować. Przystrajamy również nasze jamowe wnętrze. Wyciągamy z otchłai zaplecza wszystkie schowane ozdoby i dekoracje. Wielu z Was może miało już okazję zobaczyć na żywo lub chociaż online naszego Gwiazdora, który co roku wchodzi przed komin i zajmuje szczególne miejsce w naszym zakładzie, umilając nam pracę, a Wam stwarza okazję do zrobienia świątecznego zdjęcia Waszym pociechom. Dodatkowo co roku 1 grudnia odpalam online i stacjonarnie swoje „pakowalnicze” stanowisko i opcję wyboru zapakowania każdej kupionej u nas rzeczy na prezent. Staram się urozmaicać i co roku poszerzać swoją ofertę o nowe pudełka, wymiary, ozdoby czy zestawy, ale szerzej w tym temacie może opowiem Wam innym razem. Niemniej pakowanie prezentów i cały ten magiczny czas przygotowywania paczek sprawia mi ogromną radość.

Nie pozostaje nam nic innego jak być przygotowanym w szykach bojowych i zmierzyć się z falą klientów, ilością sprzedaży i świątecznym zamieszaniem, a wszystkie codzienne zmartwienia znikną jak ręką odjął przy wigilijnym stole w towarzystwie karpia i kompotu z suszek. **Wesołych Świąt dla wszystkich! ■**

Marcelina Szulc



Marcelina Szulc

Absolwentka zarządzania kreatywnego na uczelni Collegium Da Vinci. Aktualnie studentka na dwóch kierunkach studiów podyplomowych: technik usług fryzjerskich oraz przygotowanie pedagogiczne do nauczania przedmiotów zawodowych w Wyższej Szkole Kształcenia Zawodowego. Autorka felietonów do branży fryzjerskiej. Od 2016 r. prowadzi biznes rodzinny Adam Szulc Barber w Poznaniu.

POLSKA KADRA CMC



NAJLEPSZA

NA ŚWIECIE!

W październikowy weekend w Paestum (Włochy) odbyła się najważniejsza impreza dla światowych barberów. World Barber Champion 2021. Najlepsi fryzjerzy z 36 państw zrzeszonych w CMC World zjeżdżają się, by stanąć do rywalizacji o tytuł mistrza świata. Nie mogło zabraknąć tam naszej reprezentacji, bo to zawody, do których Kadra Polski CMC przygotowuje się cały rok.

Warto było, bo Polacy byli w czołówce większości konkurencji oraz zdobyli drużynowy tytuł mistrzów świata oraz brązowy puchar za 3. miejsce w pokazach. Każdy miał swój wkład w ten sukces, bo każdy zdobyty punkcik liczył się w kwalifikacji generalnej.

Oto wyniki:

Konkurencja Creative Sprint

1. Złoty medal – Natalia Lietz
2. Srebrny medal – Łukasz Matykiewicz

Konkurencja Old School

1. Złoty medal – Beata Lewczuk
2. Srebrny medal – Natalia Lietz
3. Brązowy medal – Wojciech Karwat

Konkurencja Razor Fade

3. Brązowy medal – Łukasz Matykiewicz

Konkurencja Salon Look

1. Złoty medal – Natalia Lietz
2. Srebrny medal – Anna Sternik



Nasi zawodnicy zdobyli również wyróżnienia za miejsca w pierwszej piątce:

- Anna Węgiel,
- Anna Sternik,
- Wojciech Karwat
- Dariusz Sygentowski.

Trener Kadry Męskiej CMC Poland Lucjan Szajbel został uhonorowany specjalnym Oscarem za zasługi dla rozwoju światowego barberingu. Dziękujemy wszystkim, którzy mieli swój wkład w ten ogromny sukces naszej reprezentacji: od prezydentów, wiceprezydentów, zawodników, modeli i rezydenta CMC World w Polsce – Ireneusza Harbuza. Duma nas rozpiera, że możemy razem współpracować, ale mamy też świadomość ogromnej odpowiedzialności i z pokorą już myślimy o przyszłym roku. 8 medali wywalczonych indywidualnie i dwa drużynowo. To bardzo dużo. Dodając do tego medale Kadry Damskiej CMC w Internazionali Moundiale Coiffure, wyjazd jest bardzo udany. Specjalne podziękowania dla Irina Pidgayna za ciężką pracę i tłumaczenie. Dziękujemy sponsorom Kadry i sponsorom indywidualnym oraz wszystkim, którzy nas wspierali. Fotorelacja Sara Stima (www.sarastima.xyz). ■

Ireneusz Harbuz



Ireneusz Harbuz

Pasjonat fryzjerstwa oraz orędownik na rzecz rozwoju tego zawodu. Rezydent CMC World w Polsce. Dyrektor federacji CMC Poland, Manager Kadry Polski Fryzjerów CMC Poland. Dyrektor NAH sp. z o.o., Manager Kreator Academy. 25 lat doświadczenia w zarządzaniu firmami branży fryzjerskiej. Absolwent Wydziału Zarządzania Górnośląskiej Wyższej Szkoły Handlowej. Ukończony Kurs Pedagogiczny dla nauczycieli przedmiotów zawodowych. Edukator z 25 letnim doświadczeniem w branży fryzjerskiej o specjalizacji zarządzanie salonem fryzjerskim, budowaniem marki oraz stylizacji i wizualizacji wizerunku. Kilkaset przeprowadzonych szkoleń dla fryzjerów, uczniów oraz nauczycieli w zawodzie fryzjer. Komisarz konkursów festiwalu fryzjerskiego HAIR FAIR w Katowicach. Odpowiedzialny za regulaminy oraz przebieg zawodów. Posiada doświadczenie w edukacji młodzieży szkolnej, przez dwa lata nauczyciel w TUF oraz KKZ. Uczestnik w forum partnerów społecznych podczas modyfikacji podstawy programowej dla zawodu fryzjer i technik usług fryzjerskich. Gdzie zostały wypracowane rekomendacje do podstawy programowej. Projekt był realizowany przy współpracy z KOWEZIU następnie ORE. Współpraca na platformie edukacyjnej i podczas sesji zjazdowych. Współorganizator targów i konkursów fryzjerskich. Laureat Złotej Odznaki im. J. Kilińskiego za zasługi dla fryzjerstwa przyznanej przez Ogólnopolską Komisję Fryzjersko-Kosmetyczną ZRP. Sędzia konkursów fryzjerskich. Autor programu spotkań dla kobiet po chorobie nowotworowej pt. „Jestem Kobietą – piękna w chorobie.”



CZY PLANOWANIE BIZNESU MA SENS?

Koniec roku w biznesie to często czas na podsumowanie, analizę i zaplanowanie nowego roku. W branży fryzjerskiej mało kto to robi. Po co planować i analizować, przecież jest ok. Przez takie działanie nie jest możliwy rozwój biznesu, a kiedy jednak to się uda, jest on zazwyczaj niepokładany i niekontrolowany. To samo dotyczy planowania celów w dalszej perspektywie. Samo postanowienie zrobienia czegoś nie wystarczy.

Postanowienia to jedno, a dążenie do ich realizacji to zupełnie co innego. Łatwo bowiem jest wypisać na kartce wszystko to, co chcielibyśmy zmienić bądź osiągnąć. Co jest trudnego w wypisaniu, że będę wcześniej wstawał czy lepiej się odżywiać? Realizacja tych celów też nie jest czymś szczególnie trudnym. Chcesz wstawać wcześniej? Ustaw budzik 30 minut wcześniej niż zwykle. Pytanie, po co chcesz to robić?

Ważna jest motywacja tego postanowienia. Jak ta zmiana wpłynie na moje życie? Jeśli robię to tylko dla samego ukończenia celu czy pokazania innym, to chyba lepiej sobie podarować. Co innego, jeśli ma to jakikolwiek związek z polepszeniem życia, np. będę wstawał wcześniej, by móc przebiec z rana kilka kilometrów, co przełoży się na moją lepszą kondycję, większą wytrzymałość w pracy czy po prostu dobry wygląd. Wczesne wstawanie może posłużyć również edukacji, nauce nowych rzeczy, czy przeczytaniu książki. Wystarczy nawet 30 minut, by obejrzeć interesujące video czy uczestniczyć w kursie online. Ten czas przybliży Cię do osiągnięcia także innych celów. Pomysłów jest mnóstwo, trzeba tylko systematycznie nad tym pracować. Z czasem przyzwyczaisz się i wejdzie to w nawyk. Dzięki temu możesz wyrobić sobie bardzo przydatne nawyki.

Warto wyznaczać sobie cele. Zwłaszcza biznesowe. Wizja celu motywuje do działania. Bez wyznaczonego celu ciężko jest nawet zacząć. Nowy rok to idealny czas na zaplanowanie sobie realizacji celów. Choć sami wiemy, jak to jest z tymi noworocznymi postanowieniami... Statystyka mówi, że zaledwie 5% osób, które wyznacza sobie noworoczne postanowienia, w 100% dotrzymuje wszystkich.

Jedni wiecznie narzekają, inni biorą się do roboty. Według badań naukowców z Uniwersytetu Stanforda narzekanie zmniejsza hipokamp – część mózgu odpowiedzialną m.in. za rozwiązywanie problemów, inteligencję i pamięć? To głównie ten obszar jest niszczonej przez chorobę Alzheimera. Chyba zależy Ci, by w dobrym zdrowiu jeszcze trochę pożyć?

Co może być celem w naszym biznesie?

Tutaj możliwości jest bardzo wiele. Możemy podzielić sobie te cele na kategorie, np.

- dotyczące salonu (remont, wymiana sprzętu, zmiana wystroju itp.);
- odnoszące się do pracowników (rekrutacja, podniesienie kompetencji, zmiana zarządzania, plany urlopowe itp.);

- biznesowe (marketing salonu, optymalizacja kosztów, zmiana cennika usług, nawiązanie współprac na lokalnym rynku itp.);
- osobiste (moje szkolenia, moje wakacje, mój czas wolny, moje cele finansowe, moje zdrowie, moja rodzina itp.).

Mógłbym tak jeszcze wymieniać kolejne obszary, dla których można zaplanować cele. Na podstawie analizy poprzednich okresów jesteśmy w stanie przewidzieć mniej oblegane terminy i zaplanować w tych dniach spotkania całego zespołu, szkolenia wewnętrzne czy zwyczajnie wspólne wyjścia integracyjne.

Powinniśmy też wcześniej zaplanować zatrudnienie kolejnej osoby. Zbyt pochopne zatrudnianie nie jest dobrym pomysłem. Tutaj warto poświęcić czas na przygotowanie i wyemitowanie ogłoszenia w różnych mediach, zebranie potencjalnych kandydatów, ustalenie terminów spotkań, wcześniejszą weryfikacją po rozmowie telefonicznej, ustalenie warunków współpracy, sprawdzenie kandydata pod kątem posiadanych umiejętności i podpisanie stosownych dokumentów, uwzględniające okres wypowiedzenia, zakres obowiązków i dodatkowe zapisy co do zakazu konkurencji, poufności czy lojalności. To jest bardzo obszerny temat.

Jak widzisz, takich kategorii jest trochę. Są tam cele zawodowe, czyli co chcę osiągnąć w tym roku, jakich kompetencji nabyć, które kwalifikacje zdobyć, jakie wyniki chcę osiągnąć i temu podobne. Nie zabrakło też kategorii rodzinnej, czyli wszystko to, co przełoży się na lepsze relacje i na przyszłość.

Tak naprawdę wszystkie te kategorie są ze sobą ściśle powiązane i wszystkie pracują na wspólne cele. Ciężko się realizować zawodowo, jeśli zdrowie fizyczne i nasze samopoczucie nie jest na odpowiednim poziomie. Rodzina też oddziałuje na to, w jaki sposób podchodzimy do pracy, jak mocno jesteśmy się w stanie zmotywować i jak dużo możemy osiągnąć.

Każdy z wypisanych przez Ciebie celów rozpisz na czynniki pierwsze, czyli dokładnie opisz, jaki jest cel, w jakim terminie chcesz go osiągnąć i jak go zmierzyć. To ważne, by cel był mierzalny, ponieważ w jakiś sposób musisz sprawdzić, czy został osiągnięty.

Brzmi trochę coachingowo? Być może. Sprawdź. Jeśli Twoim celem jest zarabianie więcej, to jak zarobisz 100 zł, to właśnie został osiągnięty cel, ale chyba nie o stówkę chodziło? Dlatego cel musi być wyraźniejszy, np. będę zarabiał tysiąc złotych więcej miesięcznie, czy więcej o 10% niż w roku ubiegłym itp. Ważne jest, żeby ten cel był realny, w zasięgu Twoich możliwości.

Jak się nie zniechęcić?

Nie patrz na to jak na wielki, nieosiągalny cel, tylko rozpisz sobie wszystko na mniejsze zadania czy mniejsze cele. Tak będzie łatwiej dojść do tego końcowego wyniku. Ustal sobie ścieżkę, jaką musisz pokonać, by ten cel osiągnąć. Potraktuj to jak podróż, która ma wiele przystanków. Każdy przystanek jest ważny i każdy trzeba zaliczyć. Do wielu zadań potrzeba przygotowania. Zaplanuj sobie dobrze tę podróż, tak aby przed końcem roku być już na mecie. Zatem jeśli jeszcze nie masz wypisanych postanowień, to jak najszybciej to zrób. Przenieś wszystko na papier, bo pamięć jest zawodna. Jeśli potrzebujesz mojej pomocy czy wsparcia przy realizacji planów, to pisz, chętnie pomogę.

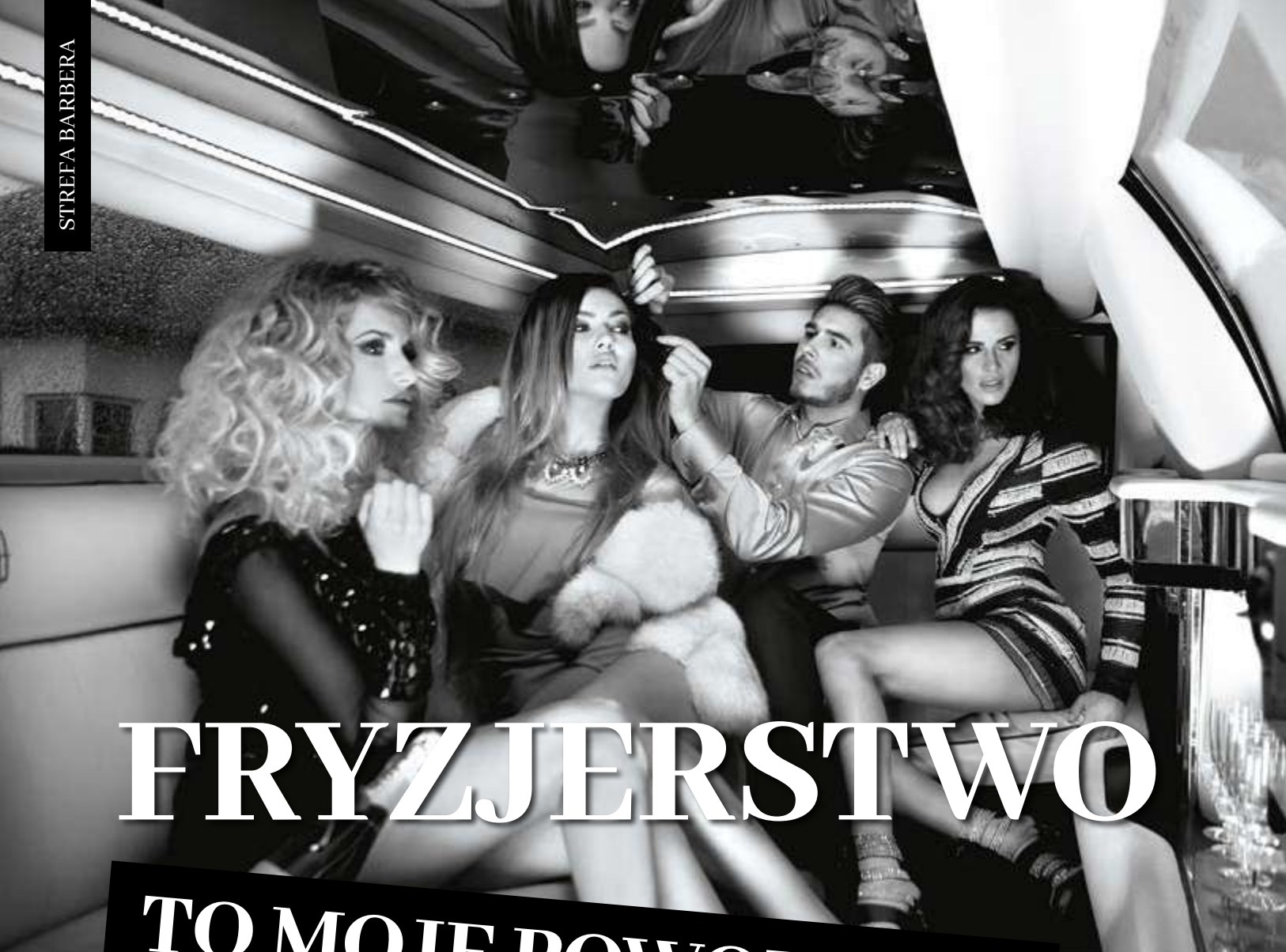
Życzę zrealizowania w 100% swoich celów. ■

Marcin Głuszyński



Marcin Głuszyński

Autor bloga www.MartinStone.pl. Od 2009 r. związany z prowadzeniem salonów fryzjerskich. Specjalizuje się w logistyce, reklamie, marketingu, mediach społecznościowych, motywacji i rozwoju osobistym. Na przestrzeni lat miał okazję rekrutować i przyglądać się pracy kilkunastu fryzjerów. Ma swoje przemyślenia na ten temat, którymi bardzo chętnie dzieli się na swoim blogu. Wciąż szuka jak najbardziej skutecznych metod na osiąganie lepszych wyników. Uczy innych, jak z powodzeniem prowadzić salon fryzjerski. Jego misją jest zmiana na lepsze salonów fryzjerskich. Autor projektu emeryturaafryzjera.pl, w ramach którego można zasięgnąć informacji o bieżącej sytuacji, prognozach, artykułach na temat m.in. zabezpieczenia środków finansowych na czas emerytury. Na stronie zapewnia też indywidualną, bezpłatną analizę sytuacji finansowej i pomaga użytkownikom wdrożyć skuteczną strategię, która zaowocuje komfortową emeryturą.



FRYZJERSTWO

TO MOJE POWOŁANIE

Z Piotrem Sierpińskim
rozmawiała Małgorzata Szadkowska

„Kiedy rozpoczynałem swoją poważniejszą przygodę z fryzjerstwem i pracowałem już po praktykach i po przygodach w innych salonach »na swoim«, nie oglądałem się na innych, nie obchodziło mnie, co robią inni fryzjerzy, nawet często nie znałem tych najbardziej znanych (guru fryzjerskich), skupiałem się tylko na sobie, na swojej pracy i na tym, żeby wywołać uśmiech u każdej klientki, która odwiedza mój salon – to był priorytet. Dziś, kiedy czasy są inne i kiedy w mediach społecznościowych zobaczyć można wiele, czy się tego chce czy nie, jest to znacznie trudniejsze. Kiedy każdy fryzjer chwali się szkoleniami, certyfikatami i tym wszystkim innym na pewno jest trudniej. Jednak udaje mi się” – Piotr Sierpiński.

Redakcja „Barber Expert Magazine”: Jak zaczynałeś przygodę z fryzjerstwem? Czy od początku Twoim znakiem rozpoznawczym był uśmiech i pasja absolutna?

Piotr Sierpiński: Moja przygoda z fryzjerstwem wynikała wyłącznie z mojej pasji i obsesji na punkcie damskich włosów. Od najmłodszych lat uwielbiałem czesać, zaplatać warkocze i układać włosy koleżanek. Na początku była to bezinwazyjna zabawa – kiedy już opanowałem podstawy koloryzacji, to moimi pierwszymi „klientkami” były właśnie znajome, koleżanki itp. Później ich mamy i ich znajome. Wszystko szło bardzo naturalnie – jedna pani polecała mnie drugiej, a ja po szkole z kuferkiem biegałem po osiedlu.

Kiedy fama się rozniosła, że „Piotrek od włosów” jest „fryzjerem”, telefony do domu się rozdzwaniały. Wtedy jeszcze była to bardziej nauka – dzisiaj jestem wdzięczny tym wszystkim kobietom, że mogłem na nich ćwiczyć i tak pewnie czuję się w koloryzacjach. Byłem stałym klientem w osiedlowym sklepie „Roman” – to właśnie tam specjalnie dla mnie zamawiano miseczki i akcesoria fryzjerskie, które często dostawałem w gratisie do zakupów farb. Tak, sklepowych! Mój ojciec nie był zadowolony z tego powodu, że po szkole pracowałem zamiast się uczyć. W pewnym momencie powiedział „stop” i otrzymałem zakaz. Widział jednak, że nie potrafię bez tego żyć i szybko wróciłem do mojej „pracy”. Myślę, że uśmiech i pozytywna aura to właśnie ja. W dużym stopniu pomaga mi to w pracy. Mam łatwiejszy kontakt z klientem i kobiety otwierają się przy mnie. Poza tym uwielbiam to, co robię a połączenie tego z moją energią to mieszanka wybuchowa. Myślę, że gdybym był mechanikiem samochodowym, to byłoby podobnie: w tle leciałaby głośna muzyka, a ja naprawiałbym samochody, tańcząc i śpiewając.



Redakcja BEM: Słyszałam, że z wyborem szkoły fryzjerskiej wiąże się ciekawa historia. Opowiesz naszym Czytelnikom coś więcej na ten temat?

PS: Kiedy przyszedł czas wyboru szkoły średniej, postanowiłem złożyć papiery do dwóch liceów ogólnokształcących oraz jednego technikum. Mimo że fryzjerstwo było moją pasją, to cały czas z tyłu głowy miałem presję społeczną, by nie iść do szkoły zawodowej. W ostatniej chwili jednak zmieniłem zdanie i stwierdziłem, że fryzjerstwo to moje powołanie – do dziś nie wiem, jak wyblagałem panie ze szkoły zawodowej, aby przyjęły ode mnie papiery i zapisały mnie do szkoły fryzjerskiej... Był koniec sierpnia, a nauka rozpoczęła się z początkiem września.

W momencie zapisu do szkoły trzeba było mieć wybrane i zatwierdzone miejsce odbywania praktyk. Nie byłoby w tym nic dziwnego, gdyby nie fakt, że od razu po złożeniu papierów wyjechałem do babci na Mazury. Z moimi CV został w Poznaniu mój tata, który dostał zadanie zanieść papiery do salonu Enzo. W tamtym czasie był to jeden z najlepszych salonów w okolicy. Nie zdawałem sobie sprawy z prestiżu tego salonu, z tego, kto tam pracuje i jakich ma klientów. W nieświadomości wystartowałem do najlepszych jako uczeń.

Tata chodził, a raczej biegał po Poznaniu cały długi dzień, szukając salonu Enzo... W tamtych czasach nie było internetu i nie było możliwości wpisania w mapy Google „salon Enzo Poznań”... Nawet takie wpisanie nic by jednak nie dało. Bo salon nazywał się KENZO, ale o tym dowiedziałem się gdy tata zadzwonił do babci, że mnie „zabije i że mam nie wracać do domu”. Do teraz takie przekręcanie nazw jest dla mnie rzeczą normalną, ale tłumaczę sobie, że artyści tak mają. Nawet dziś, kiedy jadę na wakacje i ktoś pyta mnie po jakimś czasie, gdzie byłem, potrafię przekręcić nazwę z Toskanii w Albanię.

Wracając do Enzo-Kenzo – dostałem się. Pojechałem tramwajem z siatką z Biedronki na pierwsze praktyki. Dopiero wtedy zrozumiałem, że wkraczam w wielki świat. Wszystko było WOW. W Kenzo szybko zdjęto mi plaketkę „uczeń” i pomimo praktyk zostałem fryzjerem.

Redakcja BEM: 6 listopada ustanowiłeś rekord Guinnessa i rekord Polski w najszybszym przedłużaniu włosów. Gratulujemy serdecznie! Wynik 6 minut i 12 sekund jest imponujący. Opowiedz proszę, jak Twoja historia z przedłużaniem włosów właściwie się zaczęła?

PS: Moje pierwsze przedłużanie włosów wykonałem w Kenzo! Kiedy klientka salonu zdjęła przedłużone włosy, uznając, że nadają się do śmieci, ja jako uczeń, wynosząc śmieci, postanowiłem położyć je obok śmietnika i przyjść

po nie po pracy. Tak też się stało. W głowie miałem już, jakie piękne, długie włosy będą miały moje koleżanki. Pojawił się jednak problem, bo pomimo posiadania włosów nie miałem maszyny i akcesoriów, które pozwoliłyby je przymocować do włosów naturalnych. Problem jednak szybko się rozwiązał – poszedłem do sklepu papierniczego, kupiłem masę ołówków, ściągnęłam z nich te sreberka, do których przymocowana była gumka. I już chyba wszystko wiadomo... Moja koleżanka miała długie włosy przymocowane sreberkami od ołówków. Wtedy chyba liczył się efekt, a nie komfort „klientki”, ale tak właśnie wyglądało moje pierwsze przedłużanie.

Redakcja BEM: Pozytywnymi doświadczeniami każdy chętnie się dzieli, natomiast doskonale wiemy, że w tej branży są również trudne momenty i sytuacje zwątpienia. Jak w takich sytuacjach sobie radzisz?



PS: Kiedy rozpoczynałem swoją poważniejszą przygodę z fryzjerstwem i pracowałem już po praktykach i po przygodach w innych salonach „na swoim”, nie oglądałem się na innych, nie obchodziło mnie, co robią inni fryzjerzy, nawet często nie znałem tych najbardziej znanych (guru fryzjerskich), skupiałem się tylko na sobie, na swojej pracy i na tym, żeby wywołać uśmiech u każdej klientki, która odwiedza mój salon – to był priorytet. Dziś, kiedy czasy są inne i kiedy w mediach społecznościowych zobaczyć można wiele, czy się tego chce czy nie, jest to znacznie trudniejsze. Kiedy każdy fryzjer chwali się szkoleniami, certyfikatami i tym wszystkim innym na pewno jest trudniej. Jednak udaje mi się. Mimo tego, że nie pracuję już sam, a mam cały team ludzi, z którymi razem współtworzę to wspaniałe miejsce na mapie Poznania, i realia się trochę zmieniły, bo z małego saloniku zrobił się biznes i wymaga on tego, aby wiedzieć, co się dzieje na rynku, ja nadal skupiam się na swojej pracy i nie rozglądam się na boki. Dalej jestem fryzjerem stylistą i staram się temu poświęcać.

Jestem bardzo emocjonalny i wszystko „biorę na klatę”. Często kiedy coś mogłem zrobić lepiej albo klientka nie do końca była zadowolona (zdarza się), nie mogę spać po nocach – analizuję, rozkładam na czynniki pierwsze i rozmyślam.

Chwile zwątpienia są. Wynika to z przepracowania, bo nie pracuję jak normalny człowiek, raczej jestem pracoholikiem, bo jeśli pracujesz po 12 godzin codziennie, to chyba możesz się tak nazwać. Wtedy „krzyczę”, że mam tego dosyć i zaczynam szukać wakacji. To dla mnie jedyna równoważnia psychiczna. Oczywiście już pod koniec wypoczynku odczuwam brak pracy, chcę już wracać do moich klientów, współpracowników, do mojego życia. Dostaję kolejny power na kolejnych kilka miesięcy i tak w kółko. Mój fantastyczny team i ludzie, z którymi pracuję, oraz projekty, które realizuję, dają mi power do dalszego rozwoju.

Redakcja BEM: Zatrudniasz wiele osób, na pewno w tak dużym salonie każdy dzień jest inny i bywają trudne sytuacje, a klienci bardzo wymagający. Czy jest taki obszar, który wymaga od Ciebie najwięcej zaangażowania, jest najbardziej wymagający, może nawet problematyczny? Podziel się proszę z naszymi Czytelnikami Twoim sposobem – jeżeli działa – na radzenie sobie w takich chwilach.

PS: Miejsce, w którym obecnie pracujemy, to następstwo tego wszystkiego, co działo się wcześniej. Powstało z chęci ugoszczenia klienta w jak najlepszy sposób. To nie miejsce, w które ktoś zainwestował pieniądze i czekał, aż się zwróci. Wszystko budowałem ze swoim teamem od podstaw. Mam fantastycznych, oddanych i pełnych pasji ludzi, z którymi tworzę to miejsce.

Zawsze myślę o tym, że wcześniejsza praca w innych salonach oprócz oczywiście doskonalenia zawodowego i praktyki była po to, żeby pokazać mi, jak nie należy traktować drugiego człowieka. Jakim będę chciał być liderem, a jakim nie... i jak nie będzie wyglądała praca w moim salonie.

Szanujemy każdego pracownika. Oczywiście pierwsze wrażenie jest bardzo ważne, ale jesteśmy zdania, że każdemu należy dać szansę – jeśli jest otwarty na nasze wskazówki i chce się rozwijać, to jest dla niego miejsce w naszym salonie.

Ten sposób na „sukces” to bycie człowiekiem! Traktowanie każdego tak jak sami chcielibyśmy być traktowani, docenianie, rozmowa (dobra komunikacja) i należyte wynagradzanie. W większości prac spędzamy większą część swojego życia. Nie wyobrażam sobie przychodzić do pracy (jako szef i jako pracownik) codziennie ze skwaszoną miną, bo mało zarabiam, bo atmosfera jest zła, bo nikt



nie liczy się z moim zdaniem, bo czuję, że ktoś robi mnie w konia, a niestety kiedyś czułem takie emocje.

Jeśli chodzi o obszary problematyczne, to oczywiście jest ich kilka. Myślę, że są to obszary, w których nie tylko ja jako fryzjer-przedsiębiorca mam problem, ale również moi koledzy i koleżanki z tej samej oraz z innych branż. To sprawy papierkowe, zawiezenie papierów do księgowej, pamiętanie o wszystkim. Ci, którzy mnie znają, wiedzą, że moja dusza artysty nie pozwala mi na ogarnianie tego. Nawet gdybym bardzo, bardzo chciał, to nie jest to możliwe. Ale to w formie żartu. Inne problemy? Coraz bardziej pretensjonalne i roszczeniowe klientki. Nie wiem, z czego to wynika. I to nie tylko u fryzjera, a w szeroko pojętych usługach. Oczywiście 99,9% naszych klientek to wspa- niałe, pozytywne kobiety, które czują się u nas jak w domu, ale zdarza się, że jest „jazda po bandzie”. Opowiedziałbym kilka historii i byłby to na pewno temat na kolejny artykuł. Inna kwestia to podejście nowych i młodych pracowników do nowego miejsca pracy. Mam takie wrażenie, że często gdy nowa osoba po szkole przychodzi do salonu i jest to jej pierwsze miejsce pracy, to nie do końca potrafi się zachować (pomijając umiejętności) – często młodzi są bardzo roszczeniowi i na starcie niezadowoleni, potrafią niewiele, ale za to ile chcieliby zarabiać, w jakich godzinach pracować, to wiedzą doskonale. Gdyby takiego młodego człowieka z dzisiejszym nastawieniem postawić np. w mojej sytuacji, kiedy zaczynałem pracę, to nie wiem, jak by to się skończyło. Uważam, że brak pokory może spowodować wiele złego. Ja do dziś mam jej dużo i nie wyobrażam sobie, aby kiedyś mi jej zabrakło.

Redakcja BEM: Jakie masz marzenia? Czy jest coś jeszcze w sferze zawodowej, co chciałbyś osiągnąć?

PS: To pytanie słyszę bardzo często. I myślę, że na tę chwilę chciałbym, aby obecny stan trwał – robię wszystko, aby klientki były zadowolone, inwestujemy w salon i chcemy

dalej zaskakiwać klientów. Moglibyśmy zarabiać więcej, nie inwestując i nie spełniając życzeń klientów – ale nie o to chodzi. Kolejny krok to coś, co zawsze chciałem zrobić: szkolenia fryzjerskie... Ale nie takie zwykłe z technik czy z koloryzacji, ale takie, które w realny sposób wpłyną na inne salony, na ich rozwój i pozycję. Szkolenia coachin- gowe które zarówno salonom, zawodowcom, jak i ludziom rozpoczynającym swoją przygodę fryzjerską dadzą siłę, kopa, pomysły i motywację do zawodu i prowadzenia swo- jego biznesu, bo tego nie uczą w żadnej szkole. Muszę coś zrobić w końcu z moją aurą i energią, której mam nadmiar.

Redakcja BEM: I na koniec szybki skok w przyszłość – gdzie widzisz siebie za 10 lat? Ależ jesteśmy tego ciekawi.

PS: Mogłbym powiedzieć, że chce mieć salon w każdym dużym mieście, że chcę zatrudniać 1000 osób itp. Ale tak nie jest. Chcę dalej tworzyć obecne miejsce – rozwijać je, powiększać, zaskakiwać i doskonalić siebie, a cudownie byłoby gdybym mógł być inspiracją i motywacją fryzjer- ską dla innych. ■



Piotr Sierpiński

Stylista z pasji, dla którego nie ma rzeczy niemożliwych. Ekspert w programach *Dzień dobry TVN* oraz *Pytanie na śniadanie*. Artykuły z jego wypowiedziami można przeczytać w wielu ogólnopolskich pismach, jak rów- nież na największych internetowych portalach. Współ- pracuje z wieloma artystami, dbając o ich wizerunek, m.in. Kasią Kowską, Kasią Wilk, Małgorzatą Ostrow- ską. Szkoleniowiec marek Mounir Polska oraz Easihair pro Polska. Na co dzień prowadzi swoje atelier w Pozna- niu, gdzie wspólnie z teamem dba o włosy najbardziej wymagających klientek. 6 listopada. Ustanowił rekord Guinnessa oraz tym samym rekord Polski w najszyb- szym trwałym przedłużaniu włosów. Zadanie wykonał w 6 minut i 12 sekund.

CULUMNATURA®

Naturalna pielęgnacja dla mężczyzn



Trend w kierunku zrównoważonego rozwoju staje się bardziej widoczny, także w męskim świecie. Coraz częściej mężczyźni stawiają na konsekwentnie naturalne kosmetyki. Potrzeba indywidualizmu wzrasta, a wraz z nią pragnienie pielęgnacji i stylizacji odpowiadającej danej osobie. Fryzjerzy NATURALni strzygą, farbują i stylizują włosy oraz brodę w taki sposób, aby jak najlepiej podkreślić typ mężczyzny oraz wyjść naprzeciw jego oczekiwaniom.

CULUMNATURA® jest producentem konsekwentnie naturalnej, biocertyfikowanej pielęgnacji skóry i włosów, a tym samym spełnia wymagania nowoczesnych, szukających zdrowej alternatywy klientów. Wszystkie produkty **CULUMNATURA®** są stworzone dla każdej grupy wiekowej, zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn. Doświadczenie fryzjerów i fryzjerów NATURALnych pokazuje, że aż 30% osób korzystających z usług w salonie NATURALnym to panowie, a jest to zdecydowanie tendencja rosnąca. Szybkie mycie i strzyżenie męskie odchodzą do lamusa. Mężczyźni potrzebują czuć się komfortowo, a także oczekują najwyższego standardu wykonywanych usług. Salon NATURALny z pewnością jest miejscem, gdzie poświęca się czas i uwagę, a to wszystko w otoczeniu Natury. Oferta w tym przypadku jest niezwykle bogata, a co najważniejsze –

może być spersonalizowana: od delikatnego oczyszczania skóry, poprzez indywidualnie skomponowane produkty do golenia, pielęgnacji skóry, stylizacji brody oraz włosów aż po koloryzację naturalnymi farbami roślinnymi włosów, jak i brody.

Temat wrażliwej, podrażnionej skóry po goleniu jest jednym z najczęściej poruszanych przez męską część klientów. Podobnie jak stylizacja włosów i brody. Fryzjerzy NATURALni z powodzeniem w naturalny sposób sprostają każdemu zagadnieniu. Także regularne szczotkowanie włosów opatentowaną szczotką **CULUMNATURA®** jest dla wielu panów nie tylko odprężającym przeżyciem, ale przede wszystkim dzięki wspomagającemu ukrwienie masażowi głowy jest podstawą dla zdrowej skóry i mocnych, wypielęgnowanych włosów oraz niejednokrotnie jest bardzo pomocne przy problemach z wypadaniem włosów.



Konsekwentnie naturalne kosmetyki **CULUMNATURA®** to z pewnością dobry wybór dla każdego salonu, który chce sprostać i wyjść naprzeciw oczekiwaniom, a także potrzebom zorientowanych na zdrowie oraz ekologię klientów. W asortymencie oprócz kosmetyków znajduje się również szeroka paleta narzędzi fryzjerskich, wykonanych z naturalnych materiałów, jak np. na przykład grzebień z rodzimych gatunków drzew lub rogu, lniane ręczniki lub akcesoria do koloryzacji i o wiele więcej. Do tego holistyczny zasób wiedzy z pewnością zapewni pomyślny start lub metamorfozę w każdym salonie.



Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej o firmie i Akademii **CULUMNATURA®**, zapraszamy na stronę internetową: www.culumnatura.pl lub skontaktuj się z nami polska@culumnatura.at

CULUMNATURA®

Świętuje współpracę z Zespołem Szkół Zawodowych nr 5 we Wrocławiu



Od 1996 r. **CULUMNATURA®** przekazuje holistyczne kompetencje we wszystkich aspektach dotyczących skóry i włosów oraz uwrażliwia na naturalne piękno. **CULUMNATURA®** jest austriackim przedsiębiorstwem produkującym organiczne, certyfikowane kosmetyki naturalne, z siedzibą w Ernstbrunn w okolicach Wiednia – w samym sercu regionu Weinviertel – gdzie czerpie z siły Natury. Założycielem firmy jest Willi Luger, z zawodu fryzjer, który wraz z żoną Astrid Luger pełni funkcję dyrektora zarządzającego. Ekologiczny sposób myślenia i działania znajduje odzwierciedlenie w całej firmie, ekologicznym pensjonacie oraz pełnym doznań ogrodzie. Zgodnie z myślą przewodnią firmy „**Łączymy piękno z naturalnością – chroniąc przy tym wszystkie stworzenia i Matkę Ziemię**” produkty pielęgnacyjne tworzone są dla dobra ludzi i Matki Ziemi. Odpowiedzialność jest widoczna w ekologicznie zrównoważonym działaniu firmy oraz inspirowaniu branży fryzjerskiej i kosmetycznej do działania na rzecz Natury. Uczciwość, przejrzystość, konsekwencja oraz szacunek w odniesieniu do naturalnego cyklu życia oraz względem wszystkich partnerów są niezbędnymi elementami filozofii firmy.

Nieodłącznym filarem przedsiębiorstwa jest **Akademia CULUMNATURA®**, które oferuje wykształcenie w zakresie fryzjerstwa NATURALnego oraz kosmetyki NATURALnej. Moduły szkoleniowe przybliżają w teorii i praktyce świat produktów **CULUMNATURA®** oraz poruszają inne, równie ważne aspekty pracy w salonie oraz życiu codziennym. Jest to certyfikowana Akademia międzynarodowych możliwości, działająca z dużym powodzeniem (nie tylko) na rynku niemieckojęzyczny, a konkretnie w Austrii i Niemczech, jak również... w Polsce! Szkolenia w zakresie pielęgnacji skóry i włosów oraz koloryzacji farbami roślinnymi satucolor odbywają się w **Zespole Szkół Zawodowych nr 5 we Wrocławiu**.

Bardzo dużym sukcesem jest niezwykle ważna dla firmy współpraca z tą właśnie szkołą pod dyktando Wiesława Filipaka, gdzie młodzi adepci fryzjerstwa pracują w przyszłolnym salonie NATURALnym pod opiekunskimi skrzydłami Ilony Leńczowskiej, opierając się na filozofii **CULUMNATURA®**. Aby podkreślić i uczcić trwającą od stycznia 2019 r. kooperację, 28 października 2021 r. sam założyciel

firmy Willi Luger wraz z częścią zespołu udał się do Wrocławia na wyjątkowe wydarzenie: odsłonięcie symbolicznego **krasnala fryzjera NATURALnego – CULUMNI**. Podczas tej uroczystości w obecności wielu honorowych gości w tym Konsula Honorowego Austrii, przedstawicieli Dolnośląskiej Izby Rzemieślniczej, prasy, nauczycieli zawodu, autorki podręczników oraz uczennic i uczniów, dało się wyraźnie odczuć, jak ważne są edukacja młodzieży oraz powrót do korzeni i praca z konsekwentnie naturalnymi produktami. Gotowość współpracy między Izbą Rzemieślniczą a firmą **CULUMNATURA®** jest z pewnością krokiem milowym w branży fryzjerskiej, otwiera nowe horyzonty oraz jest przykładem dla rynku niemieckojęzycznego.

Coraz więcej młodych szuka alternatywnej drogi do pracy w zawodzie, zwłaszcza gdy w ich życie wkrada się choroba zawodowa spowodowana codziennym kontaktem ze środkami chemicznymi. **CULUMNATURA®** jest dowodem na to, że istnieje zdrowa alternatywa szanująca zdrowie fryzjerek i fryzjerów, ich klientów oraz środowisko. Konsekwentnie, naturalnie, szczerze. I to już od 25 lat. ■



Od lewej: Wiesław Filipiak (dyrektor ZSZ nr 5), Willi Luger i Astrid Luger (**CULUMNATURA®**), Iwona Leńczowska (polski szkoleniowiec **CULUMNATURA®** i opiekun salonu naturalnego) podczas inauguracji krasnala CULUMNI.

TRENDY WE FRYZZERSTWIE MĘSKIM

2022

W nadchodzącym sezonie najbardziej cieszy mnie fakt, że modne fryzury przestały być popularne wyłącznie wśród kobiet, a stały się również wizytówką każdego dbającego o siebie faceta. Na wybiegach w Paryżu, Mediolanie czy Londynie możemy zaobserwować wiele ciekawych propozycji dla mężczyzn. W najnowszej kolekcji męskiej Akademii Babicz „Diversity” prezentujemy różnorodność, która będzie królowała w nadchodzącym sezonie. Są to odważne koloryzacje, efektowne grzywki, jeże, włosy półdługie czy gładkie uczesania z połyskiem uzyskanym pielęgnacją i kosmetykami do stylizacji. Oczywiście w dalszym ciągu popularne są klasyki typu *french crop*, *side part* czy *side swept*, tym razem w odsłonie z koloryzacją. Teraz zarówno panowie lubiący awangardę, elegancję, jak i naturalny look znajdą coś dla siebie. Coraz popularniejsza wśród mężczyzn staje się również usługa trwałego przekształcenia włosów, która daje możliwość uzyskania naturalnego skrętu, ale też znacznie ułatwia układanie fryzury. Tworzy się przestrzeń na nowe propozycje usług dla mężczyzn, które dopełniają bardzo zróżnicowane w stylu i długości fryzury. Zaspokajanie potrzeb klientów to główny cel naszej pracy. Mówimy tutaj m.in. o umiejętnym dopasowaniu strzyżenia i stylizacji włosów do kształtu twarzy, stylu czy osobowości.

Wszystko to jest odpowiedzią na potrzeby współczesnego mężczyzny, który jest coraz bardziej świadomy swoich potrzeb i „podąża za modą”. ■

Paweł Babicz



Paweł Babicz

Współwłaściciel Akademii Babicz. Ambasador marki Seb Man. Ceniony stylistą i edukator fryzjerstwa. Współtwórca kolekcji oraz pokazów alternatywnych Akademii Babicz. Twórca platformy edukacyjnej dla fryzjerów www.babiczonline.com. Jedyne w Polsce zwycięzca elitarnego konkursu International Visionary Award, który odbył się w Royal Albert Hall w Londynie podczas Alternative Hair Show.

BABICZ

WYJDŹ POZA SCHEMAT

Wybierz szkolenie online ze strzyżenia męskiego w Akademii Babicz

babiczonline.com

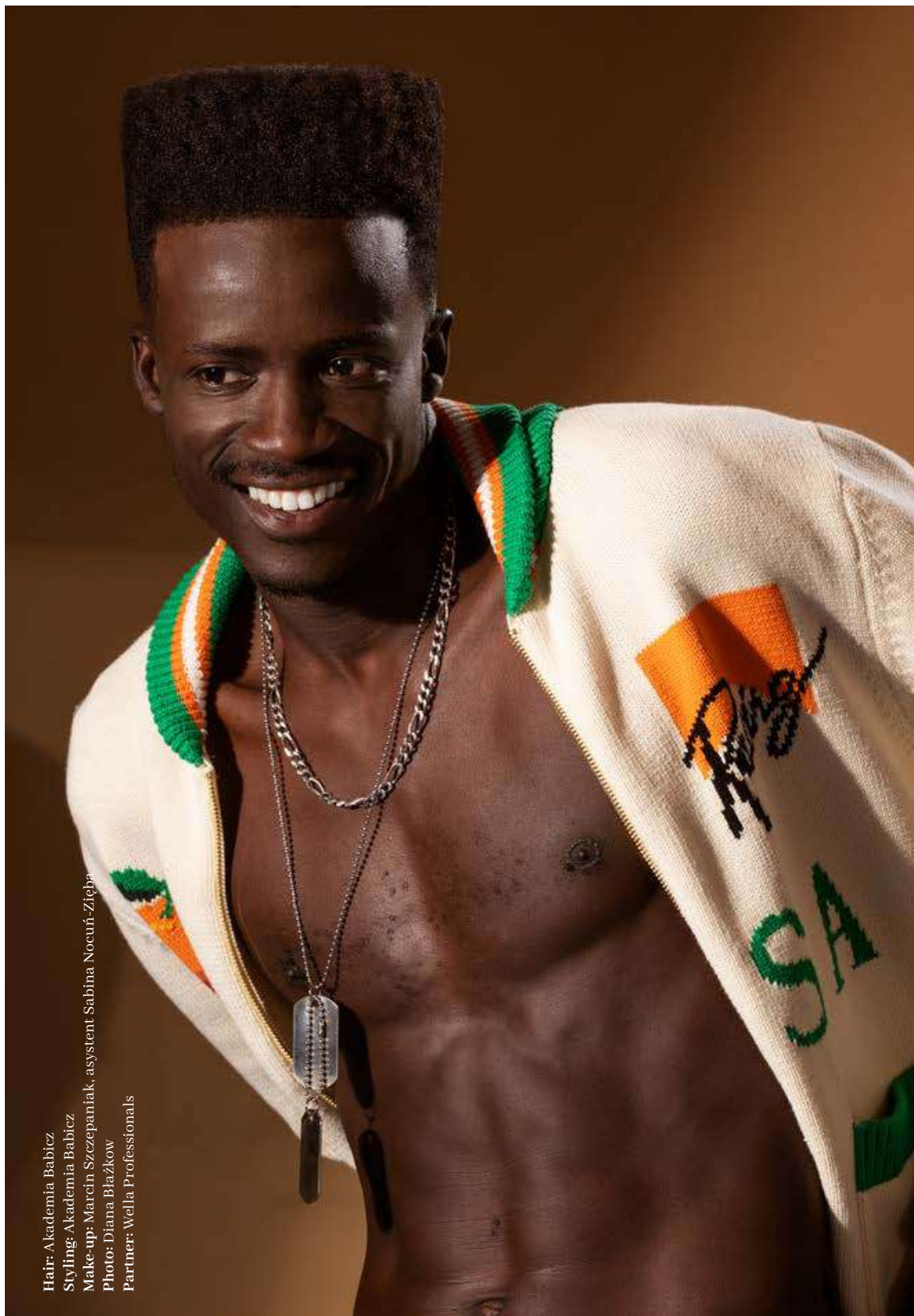
Hair: Akademia Babicz
Styling: Akademia Babicz
Make-up: Marcin Szczepaniak, asystent Sabina Nocun-Zieba
Photo: Diana Błazkow
Partner: Wella Professionals

DIVERSITY

Collection

Hair: Akademia Babicz
Styling: Akademia Babicz
Make-up: Marcin Szczepaniak, asystent Sabina Nocun-Zięba
Photo: Diana Błażkow
Partner: Wella Professionals





Hair: Akademia Babicz
Styling: Akademia Babicz
Make-up: Marcin Szezepaniak, asystent Sabina Nocuń-Zięba
Photo: Diana Błażkow
Partner: Wella Professionals



Hair: Akademia Babicz
Styling: Akademia Babicz
Make-up: Marcin Szczepaniak, asystent Sabina Nocui-Zięba
Photo: Diana Błażkow
Partner: Wella Professionals

KOLORYZACJA MĘSKIEJ BRODY

NIE JEST JUŻ TEMATEM TABU!



Do niedawna henna kojarzyła się z zabiegami tylko dla kobiet. Naszedł jednak czas, że mężczyźni coraz częściej zaczynają interesować się dbaniem o swój wygląd. Jednak dbanie o wizerunek to nie tylko obcinanie włosów czy golenie zarostu. W związku z wzrastającym zainteresowaniem rynek kosmetyczny oraz fryzjerski zaczął znacznie się rozwijać w kierunku produktów oraz usług dla mężczyzn. Ogromnym trendem stały się brody. W każdym większym mieście znajdziemy salon oferujący usługi barberskie, tj. golenie brzytwą lub farbowanie zarostu.

Zdarza się, że upragniona broda nie ma takiego koloru, jaki życzy sobie jej właściciel. Wtedy z pomocą przychodzi henna RefectoCil. Nie należy obawiać się koloryzacji henną, gdyż jest całkowicie bezpieczna, łatwa w aplikacji oraz pozostawia bardzo naturalny efekt.

Mężczyźni nie powinni wstydzić się tego, że chcą dobrze wyglądać. Powinni mieć świadomość, że z zadbanym zarostem są bardziej atrakcyjni. Farbowanie brody to nie wstyd! Nie ma nic złego w farbowaniu chociażby niechcianych siwych włosów na brodzie czy brwiach.

Regulacja brwi u mężczyzn nie jest już tematem tabu. Robi to średnio co piąty mężczyzna. Podczas regulacji męskich brwi należy pamiętać o zachowaniu umiaru, często wystarczy usunięcie tylko kilku włosów, aby spójnienie i wyraz twarzy nabrały charakteru.

Koloryzacje brwi i zarostu powinni wykonywać panowie, którzy nie są do końca zadowoleni z ich wyglądu.

Jeśli chcesz przyciemnić brwi, przykryć siwiznę, wykonać korektę ubytków w brwiach lub po prostu coś zmienić, henna RefectoCil jest odpowiedzią na wszystkie Twoje problemy!

Jak farbować brodę? Sama koloryzacja jest banalnie prosta: wystarczy zmieszać wybrany kolor z utleniaczem w kremie. A dokładniej: do miseczki dodaj 2 cm henny i 10 kropli utleniacza. Wymieszaj wszystko dokładnie patyczkiem, aż powstanie kremowa konsystencja. Zalecamy użycie pędzelka skośnego o twardym włosiu. Najlepiej robić to w wysłużonej koszulce, gdyż plamy z henny na materiale mogą być nieco uciążliwe. Ja polecam kłaść hennę wieczorem, gdyż w pierwsze godziny po nałożeniu efekt może być dość intensywny.

Wskazówka: ruda broda zniknie, gdy wybierzesz hennę w kolorze jasnego brązu. Odcień ten nie przyciemni brody, jedynie zniweluje czerwony pigment. W przypadku siwych włosów na ciemnej brodzie należy sięgnąć po głęboką czerń i wydłużyć trzymanie mieszanki o 10 min.

Po odczekaniu wyznaczonego czasu dokładnie umyj brodę wilgotnym wacikiem. Następnie użyj wilgotnego ręcznika (najlepiej w ciemnym kolorze), aby usunąć resztki henny. W przypadku zafarbowania skóry zastosuj specjalny preparat do usuwania henny ze skóry.

Oficjalny partner marki:
PH Progress Września

RefectoCil



METODY KSZTAŁCENIA

PRZYSZŁYCH FRYZJERÓW

Fryzjerstwo jest zawodem niezwykle artystycznym. Kreowanie wizerunku, dokonywanie pozytywnych zmian w wyglądzie i spełnianie marzeń klientów, troska o kondycję włosów stanowią codzienną pracę stylisty. Młody człowiek, wybierając swoją drogę kształcenia, powinien odczuwać spójność pomiędzy: chęciami spełnienia swych marzeń zawodowych, systematycznego samokształcenia się, jak i mieć w sobie gotowość do odkrywania nowych metod i technik pracy, aby jeszcze bardziej trafiać do szerszego grona klientów. W tym wszystkim powinien być również gotowy na zaangażowanie w proces edukacji, ale i nauczyć się, jak czerpać radość z osiągniętych sukcesów, nawet tych najmniejszych.

Proces edukacji na kierunkach technika usług fryzjerskich oraz w zawodzie fryzjer w branżowej szkole I stopnia jest wymagający, ale daje ogromne możliwości stawiania pierwszych kroków dla młodych adeptów fryzjerstwa. O blaskach i cieniach wykonywania tego zawodu dowiedziałam się, gdy sama podjęłam edukację w branżowej szkole fryzjerskiej. Pracuję w tym zawodzie od prawie 20 lat. Praca z klientami i doskonalenie swojego warsztatu zawsze sprawiały mi ogromną przyjemność, jednakże zrodziły we mnie również chęć dzielenia się wiedzą.

Taką możliwość dostałam, gdy rozpoczęłam współpracę z Górnośląskim Centrum Edukacyjnym w Gliwicach, gdzie pracuję od 2009 r. jako nauczyciel przedmiotów zawodowych na wspomnianych wcześniej kierunkach, co daje mi spełnienie i satysfakcję, kształcąc młodych ludzi. Dzisiejszy tok edukacji młodych fryzjerów różni się przebiegiem i możliwościami od lat ubiegłych. Placówki oświatowe kształcące fryzjerów są dziś bardzo dobrze przygotowane, wyposażone w nowoczesne pracownie fryzjerskie, dysponujące profesjonalnymi kosmetykami oraz sprzętem i materiałami wysokiej jakości, przy okazji mając także na uwadze kilkuletni cykl kształcenia uczniów.

Etapy edukacji pomiędzy branżową szkołą I stopnia oraz na kierunku technik usług fryzjerskich różnią się od siebie głównie cyklem opartym na czasie edukacji w szkole, ale przede wszystkim tokiem edukacji w praktycznym wymiarze. Uczniowie technikum swój warsztat ćwiczą w szkole w pracowniach fryzjerskich oraz przez kilka tygodni w salonach fryzjerskich. Natomiast uczniowie szkoły branżowej odbywają praktyczną naukę zawodu u pracodawcy przez kilka dni w tygodniu podczas całej edukacji.

Uczniowie obu szkół realizują podstawę programową z przedmiotów teoretycznych. Z własnego doświadczenia mogę powiedzieć, że zagadnienia są do siebie bardzo podobne. Oznacza to, że oba cykle kształcenia są bardzo wartościowe i dają możliwości zostania w przyszłości bardzo dobrym fachowcem, świadczącym usługi najwyższej jakości. Chciałabym w tekście przedstawić jednak kilka własnych pomysłów i propozycji, aby nie tylko sztywno trzymać się podstawy programowej, ale i rozbudzać kreatywność uczniów, motywować ich do pracy oraz dawać wsparcie na każdym etapie edukacji. Metody te są następujące:

Pasja przez duże „P” – na początku edukacji nie każdy uczeń ją odczuwa i jest to naturalne, bo ten etap przychodzi z czasem. Aby ułatwić ten proces, należy w miarę opanowywania materiału pokazywać na zajęciach możliwości uzyskiwania wspaniałych efektów na włosach. Na tym etapie przydadzą się oczywiście: zastosowanie

profesjonalnego sprzętu, odpowiedni instruktaż na stanowisku pracy, wykorzystanie filmów szkoleniowych, które są dziś szeroko dostępne. Z czasem ta metoda procentuje, zachęca ucznia do poszukiwania coraz to nowszych technik, podążania za trendami.

Pozwól, że zrobię to sam – nawet najlepszy nauczyciel samym instruktażem nie jest w stanie przełamać u ucznia bariery niepewności w wykonywaniu zadań. Należy dać mu przede wszystkim możliwości systematycznego, lecz kontrolowanego treningu, ćwiczenia wybranej techniki fryzjerskiej w określonym zabiegu. Z pomocą przychodzą tutaj główki treningowe, w szczególności na pierwszych etapach edukacji. Wbrew pozorom „syntetyczny model” jest lepszy niż żaden. Tego typu ćwiczenia pomagają uczniom w treningu zręczności manualnych, gdzie mogą z powodzeniem wielokrotnie odtwarzać techniki. Oczywiście nie mam tu na myśli drastycznych strzyżeń, chyba że mamy do dyspozycji wiele główek treningowych. Ważne jest to, aby ciągle podejmować ćwiczeń, korygować pracę ucznia i przede wszystkim zezwalać na spokojne i powolne opanowanie przerabianego zagadnienia, nim przejdzie do wykonywania technik na prawdziwych klientach. W miarę ukształtowania precyzji w wykonywaniu zadań polepszają się też zręczność ruchów oraz tempo pracy.

Miej swojego idola – we fryzjerstwie, tak jak i w danej dyscyplinie sportowej, warto mieć swojego „guru”, kogoś, kto nam imponuje, wskazuje trendy i daje szersze spojrzenie na świat fryzjerstwa. Taką osobą może być dowolny stylistą znany z branży fryzjerskiej w szeroko pojętych mediach społecznościowych, jak i każdy pracujący fryzjer. Bardzo często początkujący uczeń inspirowany jest wykonaniem prac fryzjerskich nawet w salonie, gdzie pobiera naukę. Początkowo chce być jak jego szkoleniowiec, a w miarę rozwoju poszerza swoje horyzonty o kolejnych świetnych stylistów, gdzie pragnie pracować na tak dobrym poziomie jak oni. W efekcie sam staje się godnym naśladowania fachowcem.

Talent to tylko połowa sukcesu – często uczniowie na początku swojej kariery, mierząc się z poznawaniem metod i technik fryzjerskich, szczególnie w zadaniu, które sprawia im trudności, zaczynają wątpić w swe zdolności. Są i tacy, którzy mają talent, jednakże nie są systematyczni w ćwiczeniach lub szybko się zniechęcają. Rolą nauczyciela/edukatora jest indywidualne podejście, wsparcie młodego człowieka, ale i motywowanie do systematycznych ćwiczeń. Tylko dzięki systematycznej pracy często ciężkiej i żmudnej osiąga się perfekcję wykonania. Jeśli zauważalne są postępy, należy szczególnie nagrodzić pozytywnie ucznia, wówczas dodajemy odwagi i chęci do dalszych ćwiczeń. Fryzjerstwo jest po części zawodem, którego można się wyuczyć, będąc gotowym na pewne

poświęcenia oczywiście. Można opanować wiedzę na tyle, aby zdać końcowe egzaminy, lub tak, aby rozpocząć swoją wspaniałą karierę fryzjera stylisty.

Łączenie teorii z praktyką – młodym ludziom często wydaje się że wiedza teoretyczna nie jest potrzebna w tym zawodzie. Nic bardziej mylnego. Należy podczas zajęć praktycznych jak najczęściej pokazywać zastosowanie wiedzy teoretycznej w wykonywaniu technik fryzjerskich. Gdy uczeń opanuje wiedzę teoretyczną, potrafi zrozumieć prawidłowości postępowania w praktyce. Współczesny klient często zadaje wnikliwe pytania zawodowe, dlatego należy wykorzystać wiedzę zarówno w praktycznej działalności, jak i merytorycznie odpowiedzieć na pytania naszych klientów językiem zawodowym, czyli profesjonalnym. To znacznie podnosi odbiór fryzjera w oczach klientów.

Świat konkursów i pokazów – jest to jedna z moich ulubionych metod kreatywnego kształcenia. Należy wychodzić poza schematy w dobie dzisiejszego szkolnictwa. Coraz częściej organizowane są konkursy fryzjerskie oraz festiwale, gdzie uczniowie fryzjerstwa również mogą brać udział. To wspaniała opcja uczenia się otwartości, zdrowej rywalizacji, sprawdzenia swoich możliwości, poszerzenia kreatywności oraz stawiania sobie celów do realizacji. W swojej pracy wielokrotnie przygotowywałam uczniów do konkursów szkolnych, międzyszkolnych, jak również do „Parady szkół” odbywającej się na targach fryzjerskich. Zawsze widziałam, jaką radość samego udziału w tego typu przedsięwzięciach daje to młodym ludziom i jak bardzo wierzą w swoje możliwości po takim wystąpieniu. Dodatkowym plusem jest rola relacji interpersonalnej między klasami zarówno ze szkoły branżowej, jak i technikum. Uczniowie chętnie dzielą się wiedzą, przygotowując wspólnie pokaz, układ choreograficzny, makijaże i fryzury oraz pracują systematycznie aż do osiągnięcia zadowalającego efektu. Raczej nie trzeba ich namawiać, tworzą wspaniały team młodych i zdolnych ludzi.

Szkolenia zewnętrzne drogą do poszerzania wiedzy – fryzjer w swej pracy zawodowej nieustannie szkolić się, podnosi swoje kwalifikacje. W tej branży nie można spocząć na laurach. Fryzjerstwo nieustannie się zmienia, zatem w pewnym okresie edukacji warto dać możliwość uczniom prawdziwego uczestniczenia w szkoleniach branżowych. To niesamowicie rozwija. Młodzi ludzie chłoną wiedzę niczym gąbka, są niezwykle zainteresowani przebiegiem szkolenia, bardzo chętnie wykorzystują zdobytą wiedzę w swej działalności praktycznej. Nie ma możliwości, aby jeden, nawet najlepszy, stylist/edukator przekazał taki ogrom wiedzy jak wielu profesjonalistów. Dlatego tak ważny jest to moment w toku kształcenia młodego człowieka. Samokształcenie, przeniesione na grunt praktyczny może tylko pozytywnie wpłynąć na efekty nauki.

Podsumowując, tylko niektóre z tych metod można wprowadzić z powodzeniem w tok nauki młodych fryzjerów. Oczywiście każdy człowiek jest inny i inny dobór metody będzie skuteczny, dlatego z każdą klasą należy pracować jak z odrębnym zespołem. Kształcenie, szczególnie praktyczne, nie jest tylko organizacją czasu na lekcji w oparciu o podstawę programową, ale przede wszystkim powinno być: uchyleniem rąbka tajemnicy zawodowej, otwarciem na nowe pojęcia, spędzaniem czasu z przyszłymi fachowcami oraz wskazywaniem im ścieżek zawodowej kariery i nastawieniem na niesamowitą zawodową przygodę. Wspaniale jest doczekać momentu, gdy uczeń przerasta mistrza. Zawsze jest to dla mnie ogromną motywacją do pracy jako nauczyciela. A gdy absolwenci po ukończeniu szkoły podejmują pracę fryzjera stylisty czy otwierają własne salony, świadcząc usługi na najwyższym poziomie, odczuwam pełną satysfakcję z wykonanej pracy i z ich sukcesu. ■

mgr Anna Podsiadło



Anna Podsiadło

Fryzjerka, stylistka, wizażystka, nauczyciel przedmiotów fryzjerskich w Górnośląskim Centrum Edukacyjnym w Gliwicach. Absolwentka Wyższej Szkoły Humanistycznej im. Króla Stanisława Leszczyńskiego w Lesznie na kierunku – Nauczanie teoretycznych i praktycznych przedmiotów fryzjerskich. Magister Pedagogiki i zarządzania kryzysowego. Autorka Ogólnopolskich pytań egzaminacyjnych dla Rzemiosła. Fryzjerka z wieloletnim doświadczeniem współpracująca z „MX Salon” Gliwice. Asystent techniczny oraz egzaminator OKE.

3Claveles Brzytwa barberska 6/8

Profesjonalna tradycyjna brzytwa barberska 6/8" do różnego rodzaju kreatywnych technik cięcia. Brzytwa nadaje się do dezynfekcji i ostrzenia. Gwarantuje pewne, zdecydowane lecz delikatne cięcie. Ergonomiczny kształt zapewnia wygodną pracę. Rączka jest wykonana z naturalnego drewna, dodatkowo dekorowana barberskim emblematem. Brzytwa doskonale wkomponuje się w codzienną pracę każdego barbershopu.

Ref. [12683H]

Fb @3ClavelesPolska
www.3claveles.pl

3 Claveles
1 9 3 0



Oficjany partner



PH Progress Września
www.ph-progress.pl

NIE KLIENT JEST TRUDNY, A SYTUACJA.

CZY ABY NA PEWNO?

Obsługa trudnego klienta bywa niełatwa. Czasami trzeba się zmierzyć z nieprzyjemnymi incydentami, a zdarzeniom tym na ogół towarzyszą ogromne emocje – zarówno po stronie pracownika salonu, jak i klienta. Dziś o tym, kim są trudni klienci, czy to klient jest trudny, czy sytuacja wymknęła się spod kontroli, jak sobie radzić praktycznie i emocjonalnie w takich przypadkach.

Jak to zatem jest: kto jest trudny – człowiek czy okoliczności, z którymi przyszło nam się zmierzyć? Uważam, że są trudni klienci, ale my też możemy doprowadzić do sytuacji, gdzie normalny, bezkonfliktowy człowiek się uniesie lub zachowa w sposób, w który nie wynika z jego codziennej postawy i usposobienia. Bo wyobraź sobie, że przychodzisz do prestiżowego miejsca, by odsapnąć po ciężkim dniu pracy, już w drodze rozmyślasz o relaksującym cieple ręcznika okalającego Twoją twarz, o aromatycznych olejkach czy masażu głowy... Wchodzisz, a tu się okazuje, że barbera nie ma i było to wiadome od kilku dni, a nikt Cię nie poinformował. Chyba mało kto byłby zadowolony z takiego obrotu sprawy. I wówczas mamy do czynienia z trudną sytuacją, bo sam klient jest w porządku, po prostu musimy uderzyć się w pierś i rozwiązać tę sytuację, tak by zniwelować jego kiepskie samopoczucie i zawód, jakiego doświadczył.

Ale są też osoby, które swoją postawą mogą utrudnić nam pracę i wbrew pozorom nie będą to tylko klienci roszczeniowi czy agresywni. Czy zdarza się, że masz klienta, który jest przesympatyczny, ale bardzo dużo mówi, przez co usługa się przedłuża, dodatkowo po wykonaniu usługi zagaduje Cię dalej przy recepcji, a Ty nie wiesz, jak się zachować, by go nie urazić? Taki klient to „przyjaciół od zaraz”. Jeśli dobrze pokierujesz rozmową z nim, dowiesz się dużo na temat jego opinii o usługach, produktach, to chętnie pomoże Ci w rozwoju salonu i dzieli się swoimi spostrzeżeniami. Podczas rozmowy z takim klientem pamiętaj o dyscyplinie czasowej. Dobrze, że przyjemnie Ci się

rozmawia, ale nie może to zająć czasu, który powinieś poświęcić innym klientom. Jeśli widzisz, że zbliżasz się do finiszu usługi, staraj się zadawać mniej pytań. Przy recepcji, jeśli klient stoi i chce dalej rozmawiać, a nie możesz powołać się na to, że następny klient już czeka, a masz inne obowiązki do wykonania w tym czasie, wybierz rozwiązanie bezpośrednie – chwyć za telefon i powiedz: „Panie Krzysztofie, jak zwykle fantastycznie mi się z panem rozmawiało, ale muszę pilnie oddzwonić do klienta/dostawcy, jesteśmy umówieni już na następny termin, także czekam na pana w dniu... Udanego wieczoru, popołudnia”. Możesz też poprosić pracownika, by z tymi klientami, którzy lubią przedłużać wizytę, usługa finalizowała inna osoba albo żeby inna osoba w takich sytuacjach poprosiła Cię o pomoc. Rekomenduję asertywną szczerość, ale z lekkim „luzem w biodrach”. Podziękuj, docień klienta, powiedz, że masz inne obowiązki lub że czeka kolejny klient i z niecierpliwością czekasz na kolejną wizytę. Sytuacja niby prozaiczna, ale wielu stylistom trudno z niej wybrnąć w obawie o urażenie i utratę klienta.

A co z klientem roszczeniowym?

Są tacy klienci, z którymi praca to czysta przyjemność, i tacy, którzy potrafią doprowadzić do granic wytrzymałości nawet najbardziej cierpliwego fryzjera. W idealnej sytuacji obsługiwałybyś tylko tych pierwszych. Ale wiadomo, że w rzeczywistości nie każdy salon może sobie pozwolić na taki wybór. Szczególnie gdy potencjalnych klientów trzeba wyrwać konkurencji.

Klient, który żąda zniżki lub gratisu

„A macie jakieś zniżki? Na pewno macie! Musi Pani coś wyczarować, bo jak nie, to pójdę do konkurencji. I niech mi Panicośdorzucigratis, to może jeszcze tu wróć...”. Brzmizna-jomo? Transakcja już prawie dopięta, wszystko omówione, wystarczy zapłacić – i wtedy klient zaczyna rozgrywać dramat pod tytułem: „Panie, a dlaczego tak u Was drogo?”.

I chociaż wiem, że to pytanie potrafi wyprowadzić z równowagi każdego, to z perspektywy biznesowej jest ono szalenie ważne. Co możemy z nim zrobić? Jeśli klient pyta, czemu tak drogo, możemy zapytać: „a skąd wrażenie, że jest drogo?”. Po pierwsze – uzyskamy cenną informację na temat tego, jak klienci postrzegają nasze ceny, a po drugie – klient sam będzie musiał się zastanowić, o co mu chodzi. Jeśli powodem są ceny u konkurencji, to zawsze możesz powołać się na jakość produktów, standard obsługi klienta, szkolenia i atmosferę i fakt, że ceny ustalone są na takim poziomie, by barber mógł poświęcić czas klientom i o nich zadbać, nie szczczędząc czasu ani produktów. Ale klient roszczeniowy to nie tylko taki, który chce rabat, ale i taki, który jest niezadowolony bez względu na to, jak bardzo się postaramy, ile poświęcimy mu czas, jak bardzo chcemy zaspokoić jego potrzeby.

Co najważniejsze jest w tej sytuacji – nie daj się sprowokować

Przede wszystkim, jeśli sytuacja Cię zaskoczyła, odzyskaj kontrolę nad sobą. Nigdy, przenigdy nie kłóć się z klientami, jeśli są niezadowoleni z usługi lub narzekają na produkt czy jakość obsługi. Pamiętaj, że tracąc cierpliwość i okazując lekceważenie, złość lub zniecierpliwienie, możesz stracić dobrego klienta. Zweryfikuj najpierw, czy to on jest trudny czy sytuacja. Ego na bok: czy klient miał prawo być niezadowolony? Czy popełniłem/am błąd, niekoniecznie w usłudze, ale może w komunikacji? Jeśli popełniłaś/eś błąd, postaraj się go poprawić i pamiętaj o tym, że nie można kłócić się z samym sobą. Jeśli nie damy się sprowokować, klient również z czasem się uspokoi. Wysłuchajmy go, najpierw nim rozpoczniemy dyskusję. Spróbuj zacząć tak: „rozumiem pana, usiądźmy porozmawiajmy, na pewno się dogadamy – zależy nam na zadowoleniu każdego klienta i chętnie wysłucham, co panu nie odpowiadało”.

W najgorszym wypadku będziesz mieć feedback i sygnał, jak możesz udoskonalić swoją firmę, a paradoksalnie badania wykazują, że doskonała obsługa klienta w sytuacji kryzysowej może go przywiązać jeszcze bardziej, gdyż będzie wiedział, że nie zostanie zignorowany cokolwiek się wydarzy, a to jedna z największych obaw odbiorców Twoich usług.

No i na koniec to, czego obawiamy się najbardziej: klient agresywny. Czyli jaki? Pod wpływem dużych emocji krzyczy, straszy, atakuje. Jego sposób komunikacji i zachowanie są złośliwe, ordynarne, chce sprowokować, żeby wykorzystać przeciwko fryzjerowi.

Co zrobić? Po pierwsze, nie bierz tego do siebie, bo nie znasz ogółu sytuacji tej osoby. Być może zdenerwowało ją coś innego, a niestety ty stałaś/eś na jej drodze. Daj się tej osobie wypowiedzieć, nie przerywaj. Nie używaj zwrotów „proszę się uspokoić”, „musi pan”, „nie ma pan racji”, gdyż mogą one tylko rozsierdzić. Skoncentruj się na rozwiązaniu problemu zamiast na emocjach swoich i drugiej strony. Jeśli błąd był po Twojej stronie, przeproś i się przyznaj. Zakończ rozmowę miłym akcentem. Podziękuj za wyrozumiałość i cierpliwość, nawet jeśli nie popełniłaś/aś błędu, a widzisz rozwiązanie sytuacji. Opuść. To nie jest sprzeczka o rację – tu walczysz o coś cenniejszego: o swoją reputację i święty spokój. ■

Marta Szarogroder-Rosiak



Marta Szarogroder-Rosiak

Z wykształcenia prawnik i PR-owiec, szkoleniowiec Zaremba International Academy, specjalizuje się w zarządzaniu, obsłudze klienta i sprzedaży w branży beauty oraz budowaniu marek w internecie.

KONTEXT Collection

Hair: Gema Moreno @gema_moreno

Hair Instagram: @antonioeloypro

Hair Assistants: Dioni Martínez @diomartinezgon, Álvaro Sánchez @alvarosanchez_

Photography: Edu Gómez @edugomez

Retouche: Edu Gómez @edugomez

MUA: Lulú Pérez @_luluperez_

Styling: Álvaro De Olmedo @alvarodeolmedo

Models: Carlos Lara Herrera @carloslaherrera, Alejandro Fernández Gálvez @alexfernandexweb,

Aaron Román Velasco @sinakabeats, Sergio, Adrián Buitrago García @se.buitrago

Products: Revlon Professional @revlonprofessional_es, American Crew @americancrew_spain

NO SCHOOL LIKE THE OLD SCHOOL
CLASSIC BARBER SHOP CO.

IN BARBERING
WE TRUST

MM

LUCJAN'S
**BARBER
CRAFTSMANSHIP
ACADEMY**

XX

YOUR
LOCAL
BARBER

HAIRCUTS
AND SHAVES

ORYGINALNE
**SZKOLENIA
BARBERSKIE**
LUCJAN'S BARBERSHOP

BEST
GROOMING

JEDNODNIOWE SZKOLENIA INDYWIDUALNE

STOPIEŃ I

PROPOZYCJA DLA POCZĄTKUJĄCYCH, KTÓRZY CHCĄ POZNAĆ PODSTAWY BARBERINGU, STRZYŻEŃ KLASYCZNYCH I NOWOCZESNYCH ORAZ ROZPOCZĄĆ SWOJĄ PRZYGODĘ Z GOLENIEM KLASYCZNYM. JEŻELI CHCESZ ROZPOCZĄĆ PRACĘ W NAJLEPSZYM ZAWODZIE ŚWIATA.

STOPIEŃ II

ZAJĘCIA DLA TYCH, KTÓRZY DYSPONUJĄ JUŻ PODSTAWOWĄ WIEDZĄ I UMIEJĘTNOŚCIAMI Z ZAKRESU BARBERINGU. W RAMACH SZKOLENIA POPRACUJEMY NA MODELACH O TRUDNYCH WŁOSACH I WPROWADZIMY CIĘ W ŚWIAT GOLENIA KRÓLEWSKIEGO. JEŻELI WSZEDŁEŚ JUŻ W ŚWIAT BARBERINGU IDZ ZA CIOSEM.

STOPIEŃ III

ZACZYNAJMY ZABAWĘ DLA DUŻYCH CHŁOPCÓW (I DZIEWCZYNEK OCZYWIŚCIE!) WKRAČAMY W ŚWIAT ZAAWANSOWANYCH TECHNIK STRZYŻEŃ I TATTOO CUTTINGU. CAŁOŚĆ KOŃCZYMY EGZAMINEM WERYFIKUJĄCYM ZDOBYTE UMIEJĘTNOŚCI. JEŻELI CHCESZ WSKOCZYĆ NA NAJWYŻSZY POZIOM.

INDYWIDUALNE SZKOLENIE 6-DNIOWE

NASZE SZKOLENIA 6-DNIOWE NASTAWIONE SĄ NA PRAWDZIWĄ INTENSYWNĄ NAUKĘ RZEMIOSŁA FRYZJERA MĘSKIEGO. SZKOLENIE MA CHARAKTER INDYWIDUALNY, GDZIE NASZ EDUKATOR PRACUJE TYLKO Z OSOBĄ SZKOŁONĄ. KŁADZIEMY NACISK NA MAKSYMALNĄ IŁOŚĆ PRAKTYKI I SZKOLENIE W KONWENCJI LOOK & WORK. DZIĘKI TEMU, UCZESTNICY NASZYCH KURSÓW, MOGĄ Z POWODZENIEM ROZPOCZĄĆ PRACĘ W RZEMIOŚLE. W CZASIE SZKOLEŃ OMAWIAMY PEŁNY PROCES STRZYŻEŃ, GOLENIA KLASYCZNEGO, TRYMOWANIA ZAROSTU, TECHNIK FADE, ORAZ OMAWIAMY TECHNIKI OBSŁUGI KLIENTA I ODSPRZEDAŻY PRODUKTÓW.

IN BARBERING WE TRUST

4/2

DUNIKOWSKIEGO
GLIWICE

+48 533 353 799

BARBEROWNIA.PL



Hair: Gema Moreno @gema_moreno

Hair Instagram: @antonioeloypro

Hair Assistants: Dioni Martínez @diomartinezgon, Álvaro Sánchez @alvarosanchez_

Photography: Edu Gómez @edugomez

Retouche: Edu Gómez @edugomez

MUA: Lulú Pérez @_luluperez_

Styling: Álvaro De Olmedo @alvarodeolmedo

Models: Carlos Lara Herrera @carloslaherrera, Alejandro Fernández Gálvez @alexfernandexweb,

Aaron Román Velasco @sinakabeats, Sergio, Adrián Buitrago García @se.buitrago

Products: Revlon Professional @revlonprofessional_es, American Crew @americancrew_spain

PIELĘGNACJA MĘSKICH WŁOSÓW

Jak poprawnie pielęgnować włosy, jak walczyć z siwymi włosami oraz łysieniem, jakie środki stylizacji stosować, żeby nie uszkodzić struktury włosów? Są to pytania, które często słyszymy w salonie fryzjerskim. Co ciekawe, mężczyźni częściej mają problemy z włosami niż kobiety.

Włosy męskie i żeńskie mają identyczną strukturę, ale jednak mocno się różnią. Męskie włosy są bardziej szorstkie, gęste i grube niż włosy kobiet, ponieważ w organizmie mężczyzn przeważa testosteron. Skóra głowy u mężczyzn jest grubsza niż u kobiet, ma większą ilość mieszków włosowych, gruczołów potowych i łojowych. Dlatego męskie włosy są mniej podatne na negatywne wpływy środowiska i bardziej wytrzymałe.

Jeśli masz łupież, nie zakładaj, że szampon przeciwłupieżowy rozwiąże problem. Kiedy go użyjesz, będzie łagodził objawy, a gdy przestaniesz go używać, wszystko wróci do stanu pierwotnego. Łupież należy leczyć w taki sam sposób, jak każdą inną dolegliwość. Dlatego najlepiej skontaktować się z trychologiem, który dobierze dla Ciebie odpowiednią kurację.

My jako fryzjerzy często borykamy się z problemem łupieżu wśród naszych klientów. Szampon nie zawsze jest jedynym sposobem na walkę z tym nieprzyjemnym zjawiskiem. Często doradzamy, by oprócz szamponu stosować specjalne balsamy do skóry głowy, które doskonale tonizują i odświeżają.

Z doświadczenia wiemy, że problemy żołądkowe i alergie pokarmowe mogą powodować łupież. Czasami pojawia się problem z łupieżem i suchą skórą głowy z powodu uczulenia na środki powierzchniowo czynne oraz zasady zawarte w szamponach. W takich przypadkach radzimy używać specjalnych balsamów do mycia zamiast szamponów, ich skład jest bardziej zbliżony do zwykłej odżywkii do włosów, która ma bardziej kwaśne pH. Takie produkty delikatniej pielęgnują wrażliwą skórę.

Siwe włosy: farbować czy leczyć?

Pojawianie się siwych włosów zależy głównie od dziedziczności. Jeśli rodzice wcześniej siwieją, istnieje duże prawdopodobieństwo, że to samo stanie się z dziećmi. Chociaż inne czynniki też mogą tu odgrywać rolę, np. stres, depresja lub zaburzenia metaboliczne. Dziś znanych jest wiele metod, które pomagają w walce z siwymi włosami. Różnią się mechanizmem działania. Jedynym znanym obecnie lekiem w leczeniu siwych włosów są zastrzyki z 25-proc. roztworem magnezji (siarczan magnezu), które może przepisać tylko dermatolog lub trycholog. W kompleksie przepisane są witaminy i minerały zawierające cynk.

Istnieją kosmetyczne środki na siwe włosy dla mężczyzn, które pomagają sobie z nimi radzić i uniknąć konieczności ich farbowania. Mechanizm działania tych preparatów kosmetycznych ma na celu normalizację procesów biologicznych zachodzących w mieszkach włosowych. Stopniowo włosy przybierają ciemniejszy odcień pasm. Efekt kumuluje się i występuje nie wcześniej niż po 70 aplikacji. Nowo wyrosniętych włosów nie można zmienić, można je tylko strzyc lub farbować. Działanie tych kosmetyków jest tylko na przyszłość, dopiero włosów rosnących.

Kosmetyka

Jak pozbyć się siwych włosów metodami medycyny kosmetycznej? Najskuteczniejsza jest mezoterapia. Zabieg polega na wstrzyknięciu w skórę głowy koktajli leczniczych. Ich skład dobierany jest indywidualnie. Aby zapobiec pojawianiu się siwych włosów u mężczyzn, stosuje się witaminy z grupy B, cynk, magnez, aminokwasy. Przebieg leczenia powinien obejmować minimum 8–10 sesji.

Kosmetolog może zaproponować kilka dodatkowych zabiegów, w tym:

- plazmolifting,
- jontoforeza,
- darsonwalizacja,
- terapia laserowa,
- ekspozycja ultradźwiękowa.

O ich działaniu najlepiej opowie specjalista. Zasada działania tych metod w przybliżeniu jest taka sama: nasyce nie brakujących mikroelementów i witamin do włosów i skóry głowy. Musisz zrozumieć, że prawie niemożliwe jest pozbycie się siwych włosów na zawsze.

Co to jest kamuflaż siwych włosów?

Istotą zabiegu jest przyciemnienie siwizny specjalnymi barwnikami dobranymi do naturalnego koloru włosów. Lekko koloryzują białe kosmyki, nie zmieniając odcienia reszty włosów. W efekcie powstaje efekt łagodnych przejść kolorystycznych, wygląd naturalnego koloru.

Zalety kamuflażu siwych włosów:

- **brak wyraźnego efektu barwienia:** zmienia się tylko jasność siwych włosów, stają się stłumione, mniej kontrastowe;
- **pigment jest wypłukiwany stopniowo,** nie ma ostrej granicy między kamuflażem a odrastającymi włosami;
- **krótki czas zabiegu:** trwa tylko 5–10 minut;
- **długotrwały efekt:** efekt kamuflażu utrzymuje się do 1,5 miesiąca (w zależności od rodzaju włosów, jakości farby, regularności mycia i innych indywidualnych cech).

ZAPYTAJ SWOJEGO FRYZJERA O MOŻLIWOŚCI WYKONANIA TEGO ZABIEGU PRZY KOLEJNEJ WIZYCIE

Uwaga! Aby Twoje włosy wyglądały naturalnie, odradzamy farbowanie ich trwałymi farbami dla kobiet! Efekt po takim farbowaniu bardziej będzie przypominał perukę niż żywe włosy, po dwóch tygodniach odrosną odrosty, a zmyty barwnik będzie miał na włosach czerwony lub zielony odcień. Trzeba pamiętać: siwe włosy powinny być farbowane tylko przez fryzjera, specjalnymi środkami, które łatwo przyciemniają siwe włosy. Nie warto farbować włosów samodzielnie w domu.

Przyczyny łysienia typu męskiego

Łysienie jest częstym problemem, z którym zmagają się wielu mężczyzn wraz z wiekiem: w wieku 35 lat nawet dwie trzecie mężczyzn w Stanach Zjednoczonych doświadczą różnego stopnia wypadania włosów; w wieku 50 lat ich liczba wzrasta do 85%. Niestety, żadne lekarstwo nie jest w 100% skuteczne – nie da się całkowicie wyleczyć z łysienia. Najczęstszą przyczyną wypadania włosów jest predyspozycja genetyczna, która prowadzi do łysienia typu męskiego (łysienie androgenowe). Skłonność do łysienia może być dziedziczna i w 75% przypadków łysienie u mężczyzn jest przenoszone przez matkę, a tylko w 20% przez ojca. Osoba „odziedziczona” otrzymuje mieszek włosowy zależny od androgenów, który jest szczególnie wrażliwy na testosteron. Łysienie androgenowe u mężczyzn dobrze reaguje na wczesne leczenie.

Inne najczęstsze przyczyny to:

- stres i napięcie nerwowe,
- niezdrowy tryb życia.

Oznaki i leczenie wypadania włosów u mężczyzn

Zwróć uwagę na następujące znaki ostrzegawcze:

- Nadmierne wypadanie włosów podczas mycia lub szczotkowania. Niektóre wypadanie włosów jest naturalne. Średnio człowiek traci od 50 do 100 włosów dziennie. Ale wypadanie włosów w kępkach podczas mycia lub szczotkowania może być oznaką postępującego łysienia.
- Włosy rosną wolniej, co może być zwiastunem całkowitego zaprzestania wzrostu włosów. Jeśli zauważysz, że musisz obcinać włosy rzadziej niż wcześniej, możesz doświadczać pierwszych objawów łysienia.

Jeśli zaobserwujesz jeden z tych objawów, radzimy jak najszybciej skontaktować się ze specjalistą – trychologiem. Leczenie łysienia typu męskiego obejmuje leki, takie jak finasteryd i minoksydyl. Finasteryd blokuje produkcję dihydrotestosteronu (DHT), hormonu, który może obkurczać mieszki włosowe, podczas gdy minoksydyl stymuluje wzrost włosów poprzez rozszerzenie naczyń krwionośnych wokół mieszków włosowych. Przed użyciem skonsultuj się z lekarzem lub trychologiem pod kątem możliwych skutków ubocznych przyjmowania finasterydu i minoksydylu. W leczeniu łysienia można zastosować zabiegi chirurgiczne, takie jak przeszczep włosów. Porozmawiaj ze swoim lekarzem lub trychologiem o dostępnych opcjach. W sytuacjach, gdy wskazane metody leczenia nie dają pozytywnego rezultatu, wykonywana jest operacja przeszczepu włosów. Przeszczep zazwyczaj wykonuje się własnymi włosami. Ostateczny wynik będzie zależał od stadium choroby androgenowej i cech męskiego ciała. Jest mniej radykalny sposób na zagęszczenie włosów – specjalne niezmywalne pudry proteinowe, które można aplikować zaledwie w kilka sekund. Te pudry są jednym z najnowszych, nowoczesnych preparatów kosmetycznych, które mogą przywrócić głowie zdrowy i atrakcyjny wygląd. Kamuflaż w mgnieniu oka pomoże ukryć szerokie prześwity i łysiny. Zagęszczacze pudrami do włosów nadają się zarówno dla kobiet, jak i dla mężczyzn. Produkt nie kruszy się, a także nie powoduje alergii i podrażnień na skórze. Zagęszczacz włosów nie boi się różnych warunków atmosferycznych. Łatwo toleruje słońce, porywiste wiatry, a nawet ulewne deszcze. Istnieją trzy rodzaje zagęszczaczy do włosów: suchy, w aerozolu i skompresowany puder. Można go używać samodzielnie bez wizyty u fryzjera. ■

Anna Zenkovska

Akademia Juran ART School, finalistka Alternative Hair Show 2021, finalistka Habis Men's Look, mistrzyni Europy we fryzjerstwie artystycznym.

**ZADBAJ O BLISKICH.
NATURALNIE.**

-20%*
kod: SWIETA20



ZEWV for men

poczujzew.pl

* Promocja w sklepie online poczujzew.pl. Kod nie obowiązuje na plecaki ZEW i nie łączy się z innymi promocjami.

ZENKOVSKA

Collection







Experience Color System



Artistique Experience Men Hair Color

**- Zdobywca Złotego medalu
na Targach LOOK & Beauty VISION**

Artistique Experience Men Hair Color to idealne rozwiązanie w zakresie koloryzacji dla mężczyzn preferujących naturalny wygląd. Odżywcza, kremowa formuła farb, w naturalny sposób pokrywa i redukuje siwe włosy do 60%. Paleta kolorów obejmuje barwy od ciemnego brązu po średni blond. Efekt końcowy jest naturalny i bardzo łatwy w utrzymaniu. Men Hair Color nadaje włosom piękny blask i zapewnia doskonałe nawilżenie. Farba jest niezwykle prosta w aplikacji. By osiągnąć naturalny, chłodny (popielaty) efekt pokrycia siwizny w 60% należy pozostawić produkt na włosach przez 20 minut, natomiast jeśli celem jest pokrycie 80% siwych włosów, należy pozostawić na nich farbę przez 30 minut. Kolor wypłukuje się bardzo równomiernie.

Więcej informacji na www.artistique.pl

KOSSWELL INTENSE CLEANING EXFOLIATING SHAMPOO/PEELING

Profesjonalny peeling fryzjerski w postaci szamponu, którego formuła została wzbogacona o kamelię japońską, gwarantującą nawilżenie, połysk i objętość.

Służy do delikatnego oczyszczenia oraz złuszczenia powstałych na skórze głowy i włosach nadbudowań w postaci sebum lub pozostałości kosmetyków (pielęgnacja/stylizacja).



Produkt zapewnia:

- Nawilżenie, miękkość i połysk;
- Oczyszczenie, pozostawiając włosy wolne od zanieczyszczeń;
- Delikatne złuszczenie skóry głowy, regulując nadmiar sebum oraz powstawanie łupieżu;
- Objętości u nasady i blask.

Pojemność: 250 ml
Linia: INNOVE

Więcej informacji na:

www.kosswell.pl | FB @KosswellPolska | IG @kosswell_pl

Oficjalny partner marki:

PH Progress Września | www.ph-progress.pl

Kosswell p r o f e s s i o n a l

Więcej informacji znajdziesz na www.kosswell.pl | Oficjalny partner marki : www.ph-progress.pl



KOXIDIL REGENERATE TREATMENT

KOSSWELL KOXIDIL + REGENERATE SHAMPOO

LINIA PROFESJONALNYCH KOSMETYKÓW
PRZECIW WYPADANIU WŁOSÓW



Dress: Grace Leivers
Makeup: Paul Gomez
Photographer: Kevin Luchmun

HERMITAGE RD COLLECTION BY SIËRO



Dress: Grace Leivers
Makeup: Paul Gomez
Photographer: Kevin Luchmun



Dress: Grace Leivers
Makeup: Paul Gomez
Photographer: Kevin Luchmun

COVERY –

KOLORYZACJA Z MYŚLĄ

O MĘŻCZYZNACH

Coraz więcej mężczyzn podczas wizyty u fryzjera lub barbera oprócz standardowej usługi strzyżenia decyduje się także na koloryzację włosów oraz brody tzw. coverami. Są to specjalistyczne produkty, które pozwalają na uzyskanie efektu kamuflażu na białych i siwych włosach, który można modulować w oparciu o odpowiedni czas trzymania (najczęściej 0–20 minut). Co istotne, nie obejmują one włosów ciemnych, tworząc tym samym bardzo naturalny efekt.

Jeszcze kilka lat temu farbowanie włosów u mężczyzn stanowiło temat tabu. Każdy wiedział o takiej możliwości, ale nikt publicznie do tego się nie przyznawał. Dzisiaj sytuacja uległa zmianie, a na koloryzację coraz częściej decydują się osoby młode, które zainteresowane nowoczesnymi fryzurami pragną wyrazić swoją niezależność, styl czy kreatywność właśnie w taki sposób.

Drugą grupą osób, która również zaczyna rozważać możliwość ukrycia pierwszych siwych włosów, tylko za pomocą farby o zbliżonej barwie do ich naturalnego koloru, są nieco starsi mężczyźni. I to właśnie z myślą o nich zostały stworzone tzw. covery.

Cover czy farba?

Standardowe farbowanie męskich włosów przebiega praktycznie identycznie jak to wykonywane u kobiet, z tą tylko różnicą, że u pań często struktura włosów jest już naruszona innymi zabiegami technicznymi. Nie zmienia to jednak faktu, że regularne obciążanie włosów chemiczną farbą w konsekwencji może doprowadzić do powolnego ich osłabienia także u panów. Tym bardziej, że stosowanie odżywek, masek czy zabiegów regeneracyjnych nie należy do ich mocnej strony.

W przypadku coverów natomiast efekt końcowy jest nie tylko dużo bardziej naturalny, ale także utrzymuje się na włosach/brodzie od 2 do 4 tygodni bez odrostów lub niekorzystnych zawirowań kolorystycznych. Dodatkowo w jego składzie często znajdują się związki wzmacniające, odbudowujące oraz „zmuszające” włos do wytwarzania pigmentu w jego martwej części.

Możliwości

Covery oprócz szerokiego zastosowania (włosy oraz broda) czy szybkiej aplikacji mogą różnić się między sobą nie tylko składem czy działaniem, ale także przeznaczeniem. Najczęściej na rynku możemy spotkać produkty, które pozwalają na uzyskanie doskonałego pokrycia białych włosów, nie obejmując jednocześnie ciemnych, oraz takie, których zadaniem będzie redukcja żółtego odcienia oraz nadanie połysku. To, który wariant wybierzesz, zależy już tylko od indywidualnych potrzeb klientów. Podobnie wygląda kwestia doboru preparatu do naturalnego odcienia włosów. Istnieją produkty, które wymagają posiadania całej palety kolorystycznej, pozwalającej na uzyskanie odpowiedniego efektu, oraz takie, które są uniwersalne, a ich końcowy rezultat zależy od czasu trzymania go na włosach.



Fot. 1. Przykładowa paleta coverów z linii Shake Up

Pielęgnacja i koloryzacja w jednym

Innym elementem, na który warto zwrócić uwagę, wybierając covery do salonu, jest skład. Im więcej naturalnych, certyfikowanych i innowacyjnych składników, które nie tylko będą niwelować siwe włosy, ale także wzmacniać ich wewnętrzną strukturę, tym lepiej.

I tak np.:

- **Tauryna** (pozyskiwana syntetycznie i niewykorzystująca jakichkolwiek materiałów pochodzenia zwierzęcego) przeciwdziała starzeniu się, zwalczając wolne rodniki. Właściwości te w połączeniu z intensywnym działaniem energetyzującym wzmacniają włosy, nadając im nową witalność.
- **Kompleks ARC** odmładza i odżywia włókna włosa, przenikając do jego struktury, odbudowując jego keratynowe wiązania.

Unikajmy natomiast produktów zawierających PPD czy amoniak!

Kompleksowa usługa

Covery to doskonałe rozwiązanie, które warto zaproponować osobom pragnącym przywrócić włosom ich naturalny, głęboki odcień bez farbowania. Tym bardziej, kiedy dodamy do tego dobre strzyżenie i stylizację brody, przeprowadzona metamorfoza może okazać się oszałamiająca i przyciągnąć do naszego salonu zupełnie nowych klientów.



Fot. 2. Wykonanie: Dawid Łękawa

Zalety coverów:

- pokrywają siwe włosy/brodę w 100%, w trakcie jednej usługi;
- redukują żółty odcień;
- nie pokrywają włosów ciemnych, dając tym samym naturalny i trwały efekt utrzymujący się przez kilka tygodni;
- stopniowa odbudowa pigmentu;
- wzmocnienie i regeneracja struktury włosa. ■

sensus[®]
HAIRLOVERS

COVER UP SILVER UP

NATURALNE POKRYCIE SIWYCH WŁOSÓW



sensuspolska



www.ilovesensus.pl

Czasopismo psychologiczne

dla dzieci w wieku 5–11 lat

POMAGAJĄ

rozpoznawać, nazywać oraz
wyrażać uczucia i emocje

BUDUJĄ

wiarę w siebie i swoje
możliwości

ROZWIJAJĄ

akceptację różnorodności,
siebie oraz innych

KSZTAŁTUJĄ

charakter i odporność
na stres

OFIARUJĄ

okazję do wspólnej lektury
i inspirację do wartościowych
rozmów



NOWOŚĆ

„Małe Charaktery” dają rodzicom konkretne narzędzia potrzebne
do wychowywania mądrych i szczęśliwych dzieci oraz do tworzenia z nimi
głębokich więzi, opartych na zaufaniu

Zamów prenumeratę i nie przegap żadnego numeru

www.malecharaktery.pl

Patronat:

charaktery



FUNDACJA
DAJEMY
DZIECIOM
SIŁĘ

CzasDzieci



3 Claveles

1 9 3 0



www.3claveles.pl
Fb @3ClavelesPolska
IG @3claveles_pl

Oficjalny Partner marki:
PH Progress Września
www.ph-progress.pl

sensus[®]
HAIRLOVERS

COVER UP SILVER UP

NATURALNE POKRYCIE SIWYCH WŁOSÓW



f i sensuspolska



www.ilovesensus.pl