



PUBBLICAZIONE IMMEDIATA

Contatti media:

Europa e Sud America:

Anja Koch, Ambassador

Anja@SalonBusinessAwards.com

Nord America, Sud Africa e Sud Pacifico:

Lisa Brown, Ambassador | Program Manager

Lisa@SalonBusinessAwards.com

Cosa valuta la giuria per determinare un vincitore di un Global Salon Business Award®

Beverly Hills, Calif. – 13 Settembre 2007- Nel marzo 2008 una giuria d'élite di esperti del settore si riunirà presso il campus dell'Università della California di Los Angeles (UCLA) per avviare il processo indipendente ed imparziale di selezione del prossimo gruppo di vincitori degli ambiziosissimi Global Salon Business Award®. Vi è un elenco definito di cultura e credenziali ricercate dalla giuria nel valutare le centinaia di richieste ricevute dall'UCLA.

Centinaia di saloni di tutto il mondo presenteranno una richiesta per partecipare ai Global Salon Business Awards® 2008, ma solo 60 eccellenti saloni saranno selezionati come destinatari esclusivi del premio, se tutti i criteri vengono rispettati. Nel valutare le richieste, la giuria cerca il meglio del meglio, saloni che non solo dimostrino lo spirito imprenditoriale ma anche una solida prosperità finanziaria dell'attività. Che il proprio salone produca \$300.000 o \$3 milioni di ricavo annuale, può diventare il prossimo vincitore del premio Salon Entrepreneur of the Year® se genera un profitto, in base alla valutazione dell'attivo e del passivo. La stabilità finanziaria è uno dei quattro fattori importanti in base ai quali i partecipanti saranno giudicati, gli altri sono leadership, filosofia del cliente e marketing e gestione generale.

"I GSBA perseguono la presenza delle migliori prassi aziendali che si concentrano su benessere finanziario, leadership, servizio clienti, marketing e coinvolgimento comunitario. Dimensioni, lusso e un grande nome possono fare colpo, ma senza la presenza di prassi ottimali non servono a vincere un Global Salon Business Award", ha affermato Neil Ducoff, Giudice dei GSBA 2006 e 2008.

Soddisfare uno standard finanziario predefinito è cruciale per gli aspetti generali di valutazione dei GSBA. La richiesta di un salone sarà valutata dalla giuria solo se il salone ha prodotto un ricavo annuale pari ad almeno 250.000 dollari statunitensi o equivalente nel cambio monetario. Le candidature che passano alla fase di valutazione da parte della giuria riceveranno quindi dei punteggi in base alla prosperità finanziaria dell'attività, non solo in base ai ricavi. La giuria desidera esaminare un'analisi dettagliata di attivo, passivo e capitale netto, che prende il nome di bilancio patrimoniale. I saloni che godono di una buona prosperità finanziaria avranno un punteggio maggiore in attivo piuttosto che in passivo, producendo un capitale netto positivo.

--continua--

Cosa valuta la giuria dei GSBA/ 2-2-2-2-2

Il secondo aspetto della prosperità finanziaria viene rispecchiato nella Dichiarazione sul Conto economico, o Dichiarazione dei redditi. Questo documento descrive la struttura dei costi dell'attività in un determinato anno, riportando in che modo l'attività trasforma i ricavi in profitti. Gli elementi della dichiarazione comprendono ricavi, costi delle vendite, spese operative generali come stipendi, imposte, assicurazione, ecc. Chiedendo ai titolari di salone di identificare degli importi per le spese di fitto o ipoteca, salario/compenso del titolare e imposte, l'UCLA è in grado di accertare un risultato coerente tra tutte le candidature.

Un'altra area che viene analizzata è lo stile di leadership di un salone, la giuria cerca esempi chiari di cosa renda questo salone imprenditoriale rispetto ad un altro. Quali tratti possiede l'attività che la distinguono dalla concorrenza. Il titolare di salone è un leader efficiente, che insegna dando l'esempio e motiva lo staff a sforzarsi di fare del proprio meglio, o si limita a dire allo staff cosa fare. La giuria desidera vedere un titolare di salone che incoraggia e motiva il team attraverso costanti incentivi didattici, pacchetti di indennità e retribuzione competitivi, e favorendo una cultura che trasuda lavoro di gruppo, non solo professionisti indipendenti che lavorano sotto lo stesso tetto.

Filosofia del cliente e Servizio clienti sono una parte importante del processo di richiesta per i GSBA. Quali programmi e incentivi ha implementato il salone per motivare e trattenere sia i nuovi clienti che la clientela affezionata. Un altro esempio è allegare alla richiesta una serie di standard di servizio stabiliti che siano familiari sia allo staff che alla clientela. Inoltre, in che modo il salone aiuta la comunità. Se ci sono prassi e programmi in corso per sostenere l'aiuto alla comunità e costruire e mantenere un rapporto solido e costante con tale comunità.

Nella sezione Gestione generale, la giuria desidera esaminare un business plan definito. Se il salone ha un piano di espansione chiaro, e se l'attività ha continuato a crescere dall'inizio. In qualità di titolare di salone, si sta raggiungendo l'equilibrio tra essere un titolare aziendale serio e di successo e fornire allo staff e alla clientela un ambiente artistico imbattibile? Inoltre, la giuria desidera vedere messe in atto una cultura chiaramente definita e una strategia di marketing. Esempi di tutto ciò sono i materiali relativi al marchio e promozionali creati e distribuiti dal salone. Anche la tecnologia riveste un ruolo chiave. I candidati vorranno dare prova di quali progressi tecnologici abbiano incorporato sia nelle strategie di marketing che nelle prassi aziendali quotidiane, comprese le apparecchiature e le operazioni di salone.

Con centinaia di richieste da valutare, forse uno degli aspetti più cruciali della richiesta consiste nell'essere chiari e concisi e tuttavia energici, e cosa più importante, seguire completamente le direttive, i requisiti e le scadenze stabilite.

"Molti dei precedenti vincitori dei GSBA hanno sottolineato che il processo di richiesta in sé è stato ottimo per fornire un'analisi completa della loro attività, facendoli concentrare sulle aree di sviluppo, il che si è dimostrata un'esperienza davvero fruttuosa" ha affermato Paula Kent Meehan, Presidente e Fondatrice del Programma GSBA.

--continua--

Cosa valuta la giuria dei GSBA/ 3-3-3-3

Tutti i richiedenti candidati che presentano la richiesta e tutti gli allegati richiesti, entro le scadenze stabilite, concorreranno alla speranza di far brillare il proprio salone a Hollywood, CA, USA il 9 giugno 2008, quando si terrà il gala ufficiale degli Awards, e tutti i vincitori del 2008 saranno presentati in vero stile hollywoodiano!

I Global Salon Business Awards® sono prodotti da **B.E.S.T. Foundation, (Business Education for Salons Today)**, un'organizzazione no-profit la cui mission consiste nel sostenere lo sviluppo costante del settore dei saloni globale attraverso il progresso, il riconoscimento globale e la crescita. B.E.S.T. Foundation è stata formata dall'icona del settore della bellezza e fondatrice di Redken, Paula Kent Meehan.

Il programma biennale dei Global Salon Business Forum & Awards riconosce e rende onore ai principali titolari di salone che abbiano costantemente dimostrato uno straordinario successo aziendale ed imprenditoriale nelle aree di leadership di salone, gestione generale, prosperità finanziaria, marketing e promozione e che contribuiscano al settore dei saloni ed alla propria comunità con un impatto positivo e duraturo.

[Per maggiori informazioni sul programma Global Salon Business Awards® o partecipare all'evento Global Salon Business Forum & Awards di Hollywood, visitare \[www.salonbusinessawards.com\]\(http://www.salonbusinessawards.com\).](#)

#####

2008 GSBA Deadlines:

Nomination Period:	August 15, 2007 - November 30, 2007
Online Application (part 1):	August 30, 2007 - January 15, 2008
Required Materials to UCLA (part 2):	Sept 15, 2007 – Jan 31, 2008