

САМЫЕ ОБАЯТЕЛЬНЫЕ И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ

Имидж для стилиста – это не просто самопрезентация, а технология достижения успеха. Какие нюансы в построении собственного стиля стоит учесть, чтобы ваши внешний вид и манера общения работали на вас?

Доктор наук, имидж-дизайнер и аналитик моды, руководитель международного учебного центра Bogomolov Image School, автор цикла семинаров и многочисленных учебно-методических работ по теории и практике имидж-дизайна Константин Богомолов дал подробную инструкцию относительно того, как грамотно презентовать себя, если вы выбрали профессию стилиста:

«Имидж специалиста этой сферы в действительности подразумевает не только особую визуальную составляющую. Мы нередко сужаем эту проблему до вопросов, как накрастись (если мы говорим о женщинах-стилистах), какие каблуки, какую прическу, какие аксессуары стоит носить. Но на практике профессиональный образ любого эксперта по стилю складывается не только из его внешних сигналов.

Мы работаем в сервисе, поэтому обаяние здесь, конечно, необходимо. Но в fashion-индустрии также нужно продемонстрировать свою креативность и профессиональную компетентность. Особенно если речь идет о персональном стилисте, который курирует образ в целом (я не хочу сужать это обсуждение только до парикмахера или визажиста), необходимо еще и некое дистанцирование, четкое выделение себя из числа остальных специалистов по стилю. Важно не допустить ошибку в собственной визуальной подаче.

Не следуйте за модой

Не надо выглядеть, как ваши клиенты, то есть как потребители моды. Образ стилиста должен явно свидетельствовать о том, что он является тем, кто эту моду создает. Костюм «up-to-date» — это неплохо, но слишком тривиально. Непремено должна быть какая-то изюминка.

И не обязательно провокация, ведь нужно думать, а не отпугнете ли вы свою аудиторию. Одно дело, как мы подбираем свой комплект для fashion-тусовки в кругу своих коллег, и совсем другое – это одежда, которую мы надеваем на первую встречу с клиентом. Ведь первое впечатление нельзя произвести дважды.

На мой взгляд, основные секреты стильного образа – это хороший вкус, смелость, что-то небанальное, но не переходящее в эпатаж. Итак, первое табу – не выглядеть коммерчески модно.

Никакой сексуальности

Второе табу – это иметь слишком сексуальный образ. Такие сигналы в паре, где специалист – девушка, а ее клиент – женщина, вызывают ощущение конфликтности ситуации. В таком случае клиент словно оказывается подавленным превосходством своего стилиста.

Если клиент мужчина, его это провоцирует несколько иным образом. Не следует забывать, что сексуальный сигнал от девушки, предоставляющей сервис, – это устойчивый стереотип, который не будет играть на пользу профессиональному стилисту.

Все стильное – просто

Третье табу – шик. В чем он выражается? Это не только меха и драгоценности, которые, я считаю, вообще непрофессионально носить, будучи сервисодателем, но это и логотипы. Слушатели моих семинаров не всегда соглашались со мной, когда я рассказываю об этих правилах. Тем не менее, на мой взгляд, если вы являетесь создателем моды, вам не стоит соперничать с клиентами.

Если человек носит узнаваемые логотипы на своей одежде или аксессуарах, это значит, что он не уверен в своем вкусе и пытается скрыть это с помощью брендов. Бренды в данной ситуации служат своеобразными «костылями». Это моветон. И если говорить о европейских или американских профессионалах, в том числе работающих с Мадонной и другими суперзвездами, вы не увидите, чтобы они одевались в Dolce&Gabbana или прочие раскрученные марки.

Я не скажу, какие должны быть комплекты одежды у профессионального стилиста, не дам перечень цветов или



аксессуаров. Но отмечу, что добавить в образ креативности можно посредством аксессуаров, нестандартного кроя или собственного индивидуального прочтения тех или иных элементов гардероба. А какой именно этот стиль – бохо, минимализм, деконструктивизм или еще какой-то из сотни возможных, а вернее, из их миксов, это не суть важно.

Креативный, стильный, современный и в то же время вне моды – вот так бы я охарактеризовал образ истинного стилиста. Но внешняя составляющая – это только один из компонентов профессионального имиджа.

Лексикон

Второй по значимости компонент имиджа – профессиональный сленг. Это язык, на котором общается стилист со своим клиентом. Если он использует в работе такие аргументы в пользу того или иного решения – прически, платья или аксессуара, – как «вау!», «супер!», «классно!», то это непрофессионально.

Вы должны безупречно владеть специфическим лексиконом. Если работаете в области гардероба, то очень хорошо знать ассортимент изделий и говорить не «кофточка», а «кардиган», не «укороченные штанишки», а «капольты» или «бриджи», и знать между ними разницу. Необходимо отличать пиджак от жакета и блейзера, понимать, что такое тренчкот и так далее. О визаже, прическах, окрашивании также стоит говорить на профессиональном языке, давая объяснения терминам, если это необходимо.

Но мало уметь называть вещи своими именами. Настоящий специалист должен также владеть композицией. Необходимо понимание того, что такое силовая линия, диагональ, статика и динамика, ритм и прочее, прочее, прочее. Объясняя, зачем клиенту нужна та или иная деталь образа, нужно уметь аргументировать свои мысли профессиональным языком, а не только эмоциями.

Подача информации

Но профессиональный язык стилиста подразумевает не только специфическую терминологию, но и тактичность при работе с особенностями внешности клиента. В нашем языке не должно быть слова «недостатки». Его надо полностью исключить из своего лексикона. Сделать это не составит труда, если вы действительно любите людей и вместо недостатков видите их особенности внешности, телосложения.

Подбирая тот или иной элемент образа клиента и анализируя его отражение в зеркале в том или ином комплекте, мы никогда не должны произносить: «ваш цвет лица слишком бледный для такого цвета» или «у вас в этом платье широкие бедра». Это платье виновато, а вовсе не бедра, оно расширяет силуэт клиентки, и этот цвет волос неудачно оттеняет мраморный тон кожи. Самооценку у людей надо повышать, а не занижать.

Свидетельство профессионализма

К образу стилиста я бы также отнес документы, подтверждающие его образованность, – дипломы, сертификаты. Но как ими распорядиться? У многих специалистов их накапливается довольно много, особенно у парикмахеров. Любой однодневный семинар предполагает, что по его итогам слушателем вручается очередной красивый диплом с золотой печатью. Развешивать их на стенах сегодня, на мой взгляд, уже не модно. Я бы порекомендовал свои сертификаты демонстрировать, например, в портфолио. Отсканируйте их, уменьшите до размера марки или маленькой открытки, распечатайте на одной странице и вставьте ее в свое портфолио. Я думаю это не секрет и все знают, что люди никогда не читают, что написано на дипломах. Но сам факт их наличия говорит о высоком уровне подготовки их обладателя, о том, что он образован и стремится развиваться.

Портфолио

Когда стилист работает частным образом, «на себя», он не может рассчитывать на то, что о его достоинствах будут судить по репутации салона. Ему необходимо наглядно и быстро показать спектр и уровень своих возможностей. Именно поэтому в портфолио, особенно на первых порах, надо вложиться, заплотить фотографу, найти реальную (не fashion) модель, чтобы выполнить и зафиксировать настоящее преобразование человека, показать гардеробную капсулу и то, как она формируется, показать на эскизах, как корректируется фигура или черты лица при помощи стрижки. Словом, портфолио – это первое, что надо показать клиенту, когда вы начинаете предлагать ему свои услуги.

На мой взгляд, это самые важные элементы в имидже профессионального стилиста, которыми нельзя пренебрегать». ■

Ольга Карпенюк

«Не надо выглядеть, как ваши клиенты, то есть как потребители моды. Образ стилиста должен явно свидетельствовать о том, что он является тем, кто эту моду создает».