



El arte de enseñar automaquillaje

"Si quieres aprender algo, léelo.
Sí quieres entender algo, escríbelo.
Si quieres dominar algo, enséñalo."

-Yogi Bhanjan

El Constructivismo

El conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción del ser humano, construcción que se realiza con los esquemas que la persona ya posee (conocimientos previos).

La importancia de los conocimientos previos nos expresa que interés, motivaciones y creencias tiene la persona. El docente es un mediador. La información ya existe y es pública.

El Aprendizaje

“El proceso de adquisición de conocimientos, habilidades, valores y actitudes posibilitando mediante el estudio, la enseñanza o la experiencia. Este se mide (el aprendizaje) de acuerdo a los cambios que pueden observarse en la conducta de un sujeto.”

LA META: EVOLUCIÓN DE UN CONCEPTO APLICADO.



¿Qué sabe mi cliente?

TIP: Llega maquillada como lo harías normalmente.

¿Alguna vez has estudiado maquillaje?

TIP: Entender sus intereses e intenciones, preguntarlas.

-Yo ya sé lo básico (invitación a desaprender para aprender)

-Yo no sé nada (invitación para aprender)
Buscar que no este comprobando lo que YA sabe

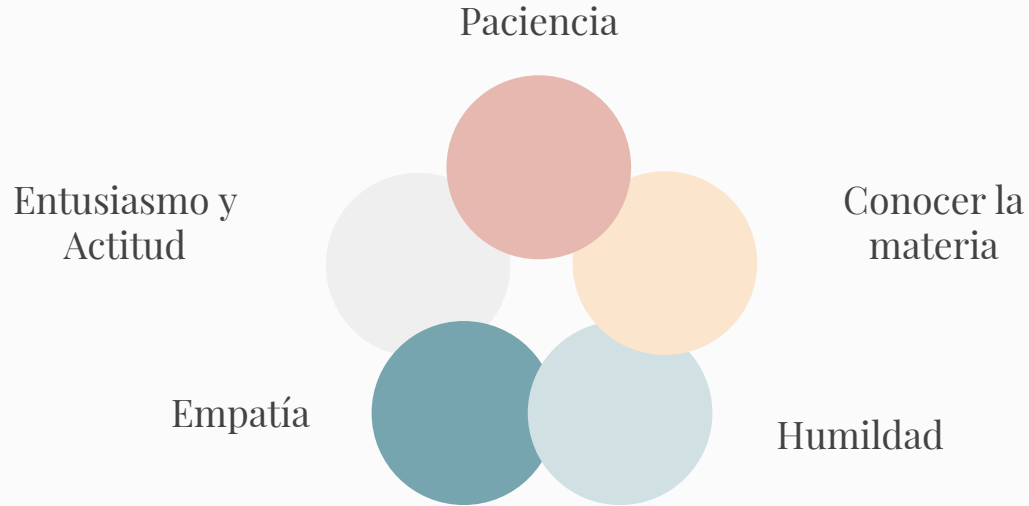
¿Qué tienes en tu cosmetiguera?

TIP: Esto nos expresa su afinidad con el producto, el color y lo que entiende como herramienta. Así mismo su curiosidad activa.

Muéstrame imágenes de como te sueñas ver maquillada

Evaluar su intención.

Características del Docente



Disposición

- Saber mantenerse motivado y comprometido para actuar y orientar a otros.
- Saber promover, desarrollar y conducir.
- Saber identificar los factores que motivan al estudiante en su proceso de aprendizaje y generar acciones orientadas hacia el “disfrute” en la construcción del conocimiento.
- Saber aprender y desaprender conceptos y prácticas, con el fin de mejorar continuamente su practica pedagógica en el aula de clase o ambiente de aprendizaje.

**DESAPRENDER
ES EVOLUCIONAR.**

Mapa Mental antes de ofrecer la clase

Ruta de Pasos

¿Qué voy a enseñar?
Preparar los temas en orden.

01

02

Terminología y Definiciones

¿Qué significa lo que voy a enseñar?
Definir los temas con los términos
adecuados.

Técnica Aplicada

¿Cómo se aplica la técnica?
Conocimiento técnico de
aplicación

03

04

Técnica Conceptual

¿Qué teoría hay detrás de la técnica?
Comprender la técnica que acompaña
la teoría.

Conceptos

Yo te muestro y tu interpretas.

Entender un concepto: ¿Qué es que?

Desarrollarlo: Ponerlo en práctica y ser testigo de su funcionamiento.

Reconstrucción o Imitación: Aplicar mediante mi interpretación o imitar.

Ejemplo

Concepto Positivo

Contornos e iluminaciones, morfología, luz y Sombra. Posibilidades de aplicación según necesidad y gustos.

Explicar el concepto con sus variables expresando el ¿Qué? ¿Por qué? ¿Para qué?

Concepto carente: Cafecito debajo del huesito y el brillito.

Desarrollo positivo: Aplicar el concepto a través de la técnica. Para lograr profundidad debemos...para lograr volumen debemos...para crear la ilusión óptica debemos...

Desarrollo carente: ponte así con esta brochita

Reconstruir: Explicar, demostrar y acompañar la practica.

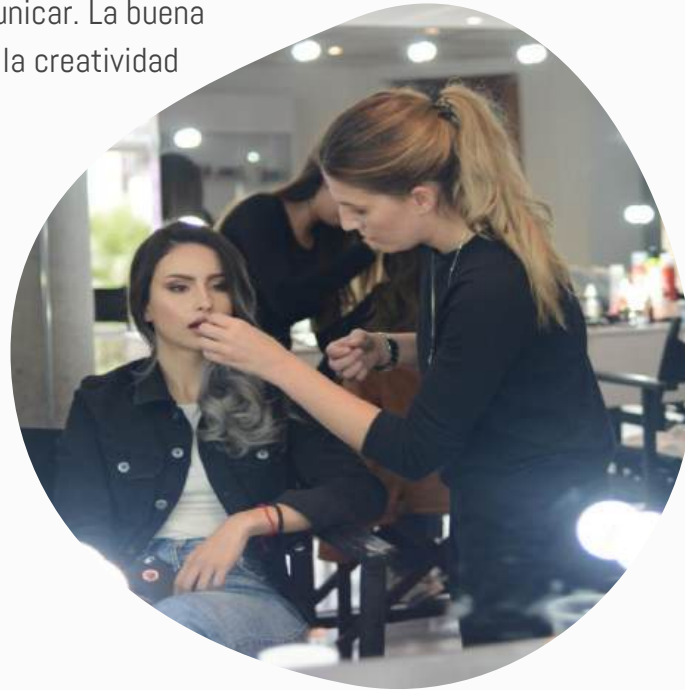
El Espacio

Tengo un espacio preparado para ti.

Higiene
Visibilidad
Comodidad
Energía
Material didáctico durante y después



La expresión corporal en términos de educación aluden al movimiento, construir una imagen de si mismo que inspire y exprese al comunicar. La buena comunicación desarrolla la creatividad en los otros.



“Su objeto de estudio es la corporalidad comunicativa en una relación: estar en movimiento en un tiempo, un espacio y con una energía determinada.”

- Roselló, Ramón

Pasos

Energía en movimiento
¿A qué te dedicas? ¿Quién eres?

Entrar en materia
Muéstrame que traes en tu
cosmetiguera



Empalme Emocional
¿Qué te trae acá? ¿Qué es lo que
más te gusta de ti?

Empecemos

EPIC
beauty pro

Preparación de Piel



Te sugiero que hagas una listado con productos de diversos costos para entregarle a la clienta.

Estudia una rutina práctica y adaptable

¿Qué tanto debo saber de piel?

Te recomiendo rutinas de K-Beauty

Ayuda a tu clienta a entender la importancia y exponte como caso principal

Manos a la Obra

Hasta dónde nos lleva la magia y el truco visual que podemos lograr con el maquillaje. Es importante que tu clienta entienda lo que son los filtros, el photoshop y la luz.

La Piel

- Color: Fría, cálida, neutra. Intensidad y Oxidación
 - Textura: Mate, luminosa, satinada
 - Herramienta: esponja, pincel
- Entender su tipología de color con hechos. Es mejor explicarle lo que es y por qué.
"Usa un corrector igual de intenso al color problemático."



Contornos



- Color: Identificar tonalidades adecuadas de luz alta, media y baja. Es mejor motivar a resaltar y no modificar.
- Expresar: Luz, acabado, forma, volumen y profundidad.
 - Textura: Creamosa o Polvo.
 - Herramienta: Pincel Adecuado
- Entender su tipología de forma: No solo somos una forma de rostro.

Ojos

- Color: ¿Realmente crees que solo podemos usar una paleta de color? ¿Qué buscas: contraste o armonía?
- Correctivo siempre es el primer paso. Si tienes claro esto lo demás es EXPLORACIÓN.
 - Herramienta: Estudia como tu usas los pinceles.
 - Entender su tipología de forma: Estructurar los puntos altos, medios y bajos. Ser realista con las cosas que funcionan y las que no. Ej. Cat eye. Debes conocer la estructura del ojo: párpado fijo, móvil, inferior, lagrimal, etc.



¿Necesitamos una segunda sesión?

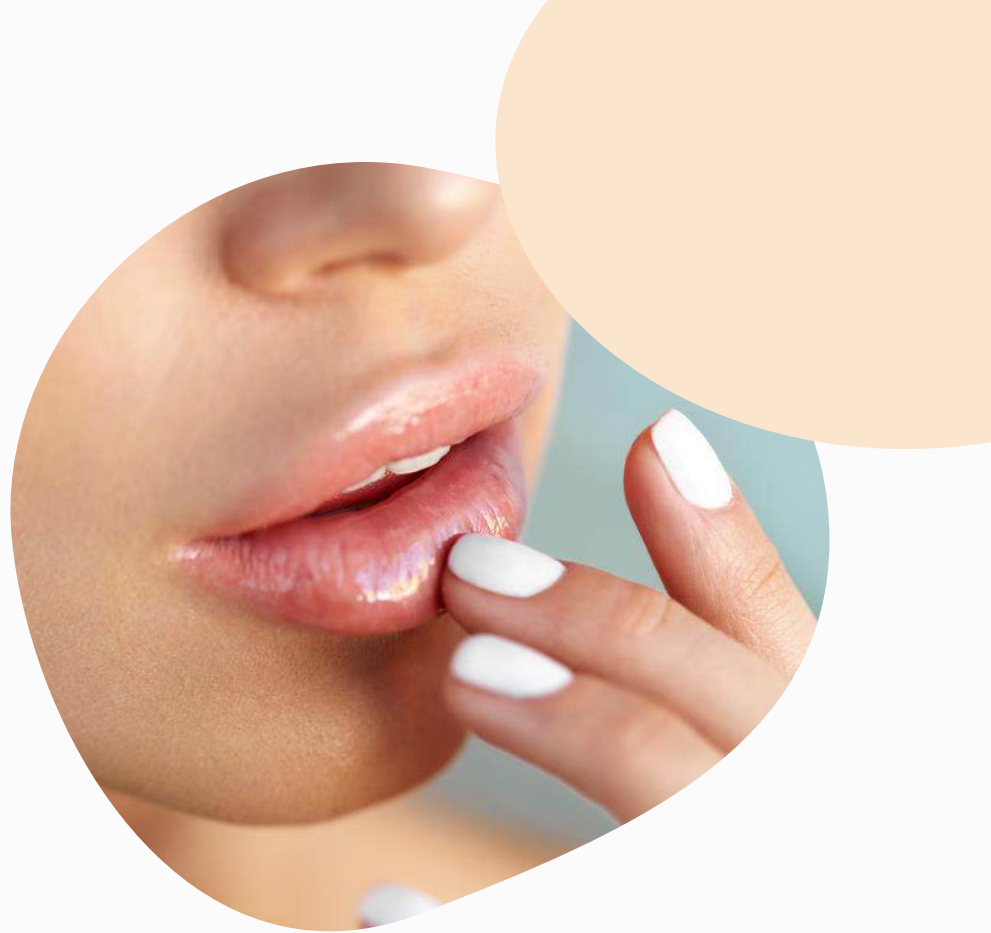
Cejas y Pestañas



- Color: Ayudemos a entender el color exacto.
 - Peinarlas es parte del maquillaje.
- Herramienta: Pomada, polvo, lápiz, cera. ¿Qué tienen en su kit? ¿Funciona?
- Entender su forma y posibilidades . No le tienes que hablar de todas las formas. Lo mejor es tener dos métodos que funcionen.
- Yo en el paso de las pestañas le pido que me muestre cómo lo hace y luego hago correcciones. Encuentro que este paso usualmente es mejor así.

Labios

- Color: Todas quieren su color nude y su color fuerte.
- Expresar como funciona el “over-line” en cámara y en directo.
- Herramienta: textura del labio y del labial.
 - Entender su forma y posibilidades.
- Yo en el paso de los labios recomiendo hacer un primer acabado difuminado nude y luego pasar a un color fuerte. De las comisuras hacia adentro en ambos lados, esto ayuda a que quede simétrico.



DO'S AND DON'TS



- Usas palabras que puedan herir.
Ejemplo: Como tu cara es tan ancha, para disimular tu papada, ya que tienes una nariz grande. Esto no significa decir mentiras, es saber decir las cosas con ASERTIVIDAD.
- No Depiles cejas si no sabes como. Puedes sugerir que vaya a un especialista.
- No eres dermatóloga y no se deben formular productos cosméticos medicados.
- CUIDADO CON EL "ITO"



- Usar palabras técnicas. Ejemplo: pronunciado, aplicar, disimular, perfilar
- Aceptar lo que se sabe y lo que no. "Déjame investigarlo". Probemos otra cosa.
- Tu eres el mejor ejemplo, trae experiencias tuyas y esto ayudará a crear un espacio e empatía
 - Enfocarse siempre en lo bueno.
 - Corregir con paciencia.
 - Nada es obvio.

01

Mandar un PDF con los productos.

02

Lista de Compras

03

Paso a paso general del maquillaje

04

Agradecer

05

Espacio para Fotos

06

Chequeo: Duración del maquillaje y comentarios

Tips Cobros y Tarifas

Pregúntate

¿Cuánto dinero has invertido en tu educación?

¿Cuánto tiempo has invertido en adquirir conocimientos para poder realizar tu actividad?

¿Cuánto tiempo de pre producción requiere la actividad?

¿Cuánto tiempo de post producción requiere la actividad?

¿Tu kit esta valorizado por cuánto?

¿Debes pagar transporte?

¿Qué costos ocultos hay en la actividad?

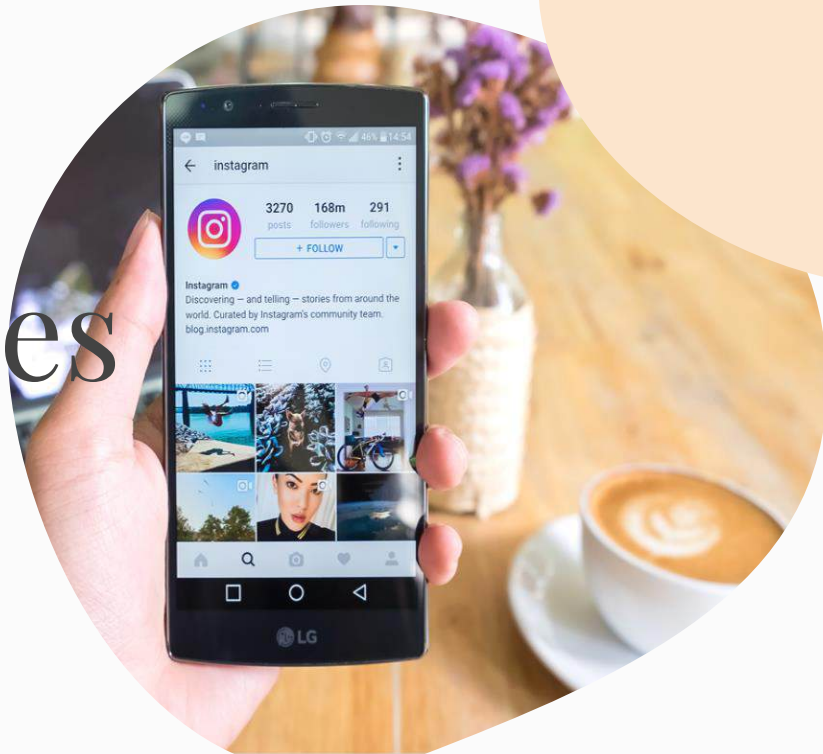
¿Vas a entregar un kit de productos a tus clientes?

¿ Cuánto vas a invertir en publicidad?

Redes Sociales

INSTAGRAM

Red social dinámica y visual. Está de moda (tiene más de 1000 millones de usuarios activos al mes)



INSTAGRAM

- Es una red social que es utilizada para subir fotos y videos de corta duración. Está pensada para ser utilizada en un smartphone.
- **90%** de la información transmitida al cerebro es visual y las imágenes son procesadas por el ser humano **60 mil** veces más rápido que el texto.
- **40%** de las personas responderán mejor a la información visual que un texto.



Ventajas

Engagement

Incremento de
visibilidad a tu negocio

01

02

Publicidad

Hacer publicidad en
instagram es más
económico que en otras
redes sociales.

Personalizar

Hablar de la persona
detrás de la marca. Es una
red social cercana,
aprovecha para conectar
con tus clientes.

03

04

Imágenes

Aprovecha las imágenes
para story telling.

Instagram



Profesional

Tener una cuenta exclusiva profesional donde el contenido es para clientes y clientes potenciales



Comercial

Convertir la cuenta en profesional.
Obtener estadísticas y poder pautar.



Contenido

Crear contenido relevante y atractivo para tu público.



Historias

Aprovechar contenido de alta rotación para experimentar e interactuar con tu público.



Horarios

Identificar el momento ideal para publicar y obtener mayor interacción.

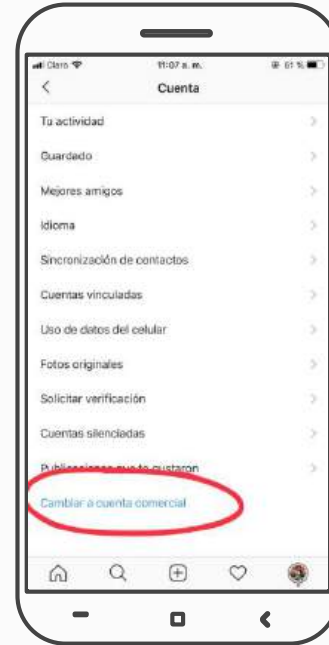


Promoción

Inversión en publicidad es necesaria para impactar a más personas y conseguir nuevos clientes.

Convertir en Cuenta Profesional

- Acceso a estadísticas: Público, Contenido y de actividad. (Decisiones informadas)
- Posibilidad de hacer publicidad paga de posts e historias.
- Botón de contacto en el home.



*Compartir pantalla del celular

Bio de Instagram

La bio de instagram está en la parte superior de tu perfil. Esto es lo primero que se ve.

Es tu carta de presentación

- Tener una imagen de perfil de buena calidad y que cuadre perfecto en el círculo.
 - Nombre de usuario corto y fácil de recordar.
- Texto descriptivo es para presentarte. Pregunta: ¿Quién eres? ¿Qué haces? ¿Cómo puedes ayudar al que lo lee?
- Divide el texto por frases y no dejes un párrafo completo.
 - Usa hashtag y emojis. Es una red social visual.
- Incluye un link: puede ser tu página web, blog o tu whatsapp.



Una vez conviertes
tu cuenta a comercial...

TIENES ACCESO A ESTAS ESTADÍSTICAS

HABLEMOS PRIMERO DE...

Engagement

Es una métrica que te va a permitir conocer el nivel de fidelidad de tu comunidad.

interacciones / # seguidores

- Se pro activo. Contesta los comentarios.
- Medición: contenido con mayor interacción, día y hora para publicar.
- Se constante. Ten un plan de contenidos.
- No vendas en todas las publicaciones. Genera contenido interesante.
- Anima a tus seguidores a generar contenido.

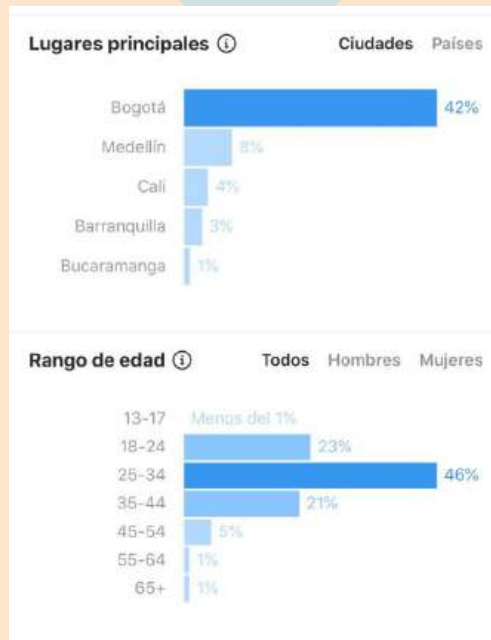
- ¡Esto es más importante que tener seguidores!

ESTADÍSTICAS: PÚBLICO

Seguidores +
Crecimiento



Lugar +
Rango de Edad



Género +
Día y hora activos



ALCANCE VS IMPRESIONES

ALCANCE

El número personas **únicas** que han visto un contenido.

No todos tus seguidores ven tus publicaciones, está la medida de tu audiencia efectiva.

IMPRESIONES

El número de veces que los usuarios han visto un contenido.

Si un usuario lo vio 10 veces, se suma 10 al número de impresiones.

ESTADÍSTICAS: ACTIVIDAD

Alcance vs
Impresiones



Acciones
realizadas



ESTADÍSTICAS: CONTENIDO

Post Orgánico

Post (IGTV)



Interacciones y Acciones

| Estadísticas de publicaciones | |
|--|-----------------|
| 167 | 25 |
| 18 | 97 |
| 57 Visitas al perfil | 5437 Alcance |
| Interacciones ⓘ | |
| 58 Acciones realizadas desde esta publicación | |
| Visitas al perfil | 57 |
| Respuestas | 1 |
| Clics en el sitio web | 7 |

Alcance vs. Impresiones

| Descubrimiento ⓘ | |
|---|------|
| 5437 Cuentas alcanzadas El 7 % de las cuentas no seguían a epicbeautypro | |
| Seguimientos | 8 |
| Alcance | 5437 |
| Impresiones | 6235 |
| Del inicio | 5094 |
| Del perfil | 737 |
| De la sección "Explorar" | 2 |
| De otro origen | 402 |
| Aquí es donde más se vio tu publicación. La mayoría de las impresiones que obtuvo provienen de Inicio, Perfil y Explorar. | |

ESTADÍSTICAS: CONTENIDO

Post Pautado

Interacciones



Impresiones y Promoción



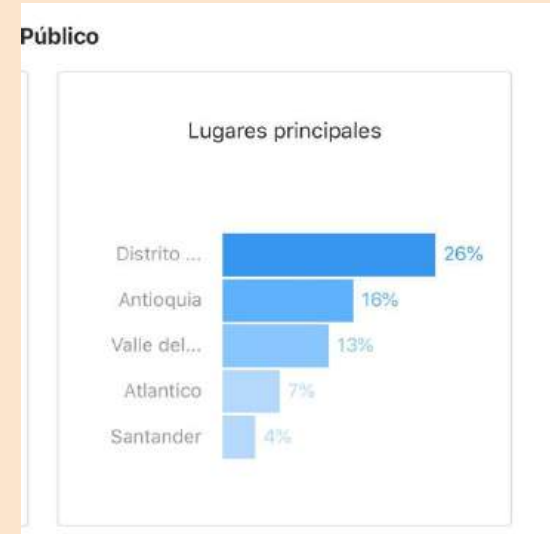
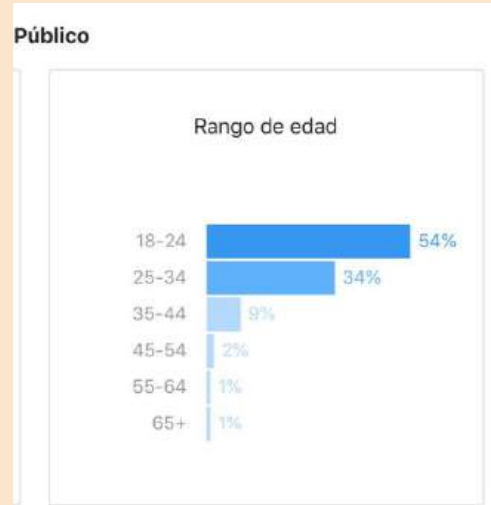
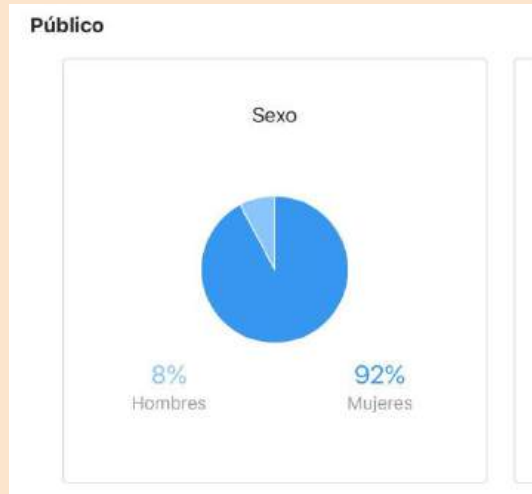
ESTADÍSTICAS: CONTENIDO

Público al que llegamos con la pauta

Género

Rango de Edad

Lugares



ESTADÍSTICAS: CONTENIDO

Historias

Historia con
Call to Action



Interacciones y
Alcance

| Interacciones ⓘ | |
|---|------|
| | 12 |
| Acciones realizadas desde esta historia | |
| Respuestas | 2 |
| Visitas al perfil | 7 |
| Clics en el sitio web | 3 |
| Descubrimiento ⓘ | |
| | 2377 |
| Cuentas alcanzadas con esta historia | |
| Impresiones | 3231 |
| Seguimientos | 1 |
| Navegación | 2836 |
| Retrocesos | 228 |
| Avances | 2281 |
| Siguiente historia | 173 |
| Abandonos | 154 |

Respuestas

A screenshot of the Instagram story response section. At the top, there is a gear icon, a thumbnail of the story, and a close button (X). Below the thumbnail are icons for a bar chart, a Wi-Fi signal, a line graph, a download arrow, a share icon, and a trash can. The main content is a list of responses:

| | |
|---|-----|
| A La elasticidad | 53 |
| ✓ B Los niveles de acidez y alcalinidad | 688 |
| C La edad aparente | 26 |

ENTENDER LAS ESTADÍSTICAS

=

MEJOR SEGMENTACIÓN

=

MAYOR EFECTIVIDAD EN PAUTA

Contenido

Generar contenido atractivo

Tener en cuenta los formatos disponibles: POSTS, HISTORIAS, IGTV

Aprovechar el formato de Video para educar – contenido que vaya más allá de una imagen o producto.

Genera confianza y Muestra tu conocimiento.

Contenido

Mezcla Personal + Profesional – Mostrar el lado humano.

Hashtags – organiza el contenido y permite que lo encuentren. (#marca y #genéricos)

Menos Filtros : Iluminación y composición

Creatividad: Experimentar con los diferentes formatos. (mantente actualizado)

Calendario de contenido: planeación teniendo en cuenta fechas específicas.

Visuales atractivos: Presentación, color y contenido que resalte.

Posts - Ejemplos



@epicbeautypro @ietyg



@anaferreroepic



@makeupbymaleja



@danivaleromakeupstudio

Aplicaciones



Canva

Diseño

Crear posts e historias



Preview

Estética.

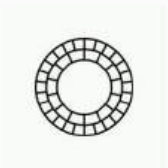
Ver como se va a ver tu feed antes de publicar.



When To Post

Programación

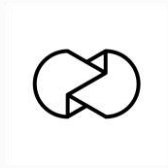
Te dice el mejor momento para publicar.



VSCO

Edición

Es una aplicación de edición de fotos.



Unfold

Historias

Plantillas para creación de historias



Instastories

Descarga historias

Con esta aplicación puedes descargar historias a tu carrete (UGC)

Influencers

- Convierte a tus clientes en influencers.
- Son personas reales que tienen más credibilidad
- Fácil y rápido para negociar (canjes o favores)
- Contenido Generado por Usuario (UGC) – 45% más de alcance.

Recomendaciones

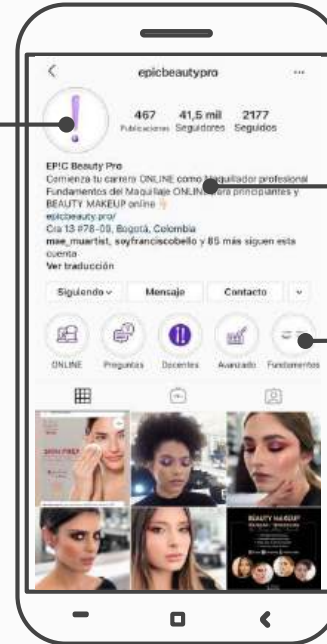
Mar de Contenido

- Encuentra el contenido que es atractivo para tu público.
- Agregar la ubicación – en especial si lo que ofreces es presencial. (79% alcance)
- Fotos generan 36% interacción que los videos.
- Videos funcionan muy bien para pautar.

Perfil Balanceado

- Debe ser consistente con tu marca.
- Foto Perfil, Historias destacadas, Feed.
- No tiene que ser perfecto, pero si coherente.

Logo o foto de perfil profesional
Colores acorde a la marca.



Información de Biografía debe atraer y ser clara.

Historias destacadas

Colaboraciones



- Todos son aliados.
- Encuentra modelo, fotógrafos, espacios
- Etiqueta cuentas y crea en conjunto.

Publicidad



- Invierte en publicidad
- Crea campañas con publicaciones con alta interacción.
- Call to action (llamado a la acción) página web, whatsapp, instagram

Historias



- Arma secreta de Instagram
- Agregar hashtags y ubicación
- Aprovecha eventos y ubicaciones especiales

Historias

Storytelling- StorySelling

Es la característica con mayor engagement en la historia de las redes sociales.

- Oportunidad para mostrar tu parte más humana y ser más cercano.
- Interactúa con tus seguidores:
Preguntas, Encuestas, Cuestionarios, Cuentas regresivas.
- Comparte (UGC) Contenido generado por usuarios.
- Backstage
- Lleva a tus seguidores a conocer tu día, tu proceso.
- Ofertas con límite de tiempo.
- Experimenta... Sólo dura 24 horas



ANTES DE MIRAR COMO HACER PUBLICIDAD, HABLEMOS DE...

Call to Action

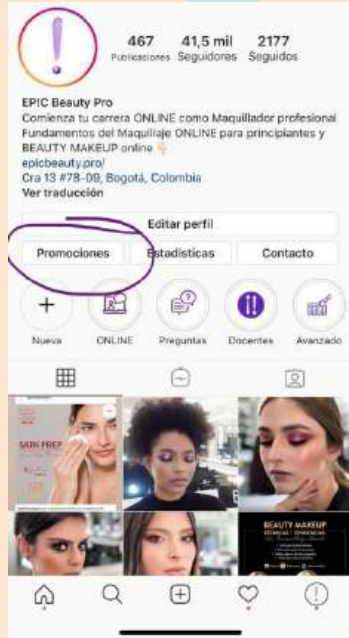
(llamado a la acción)

Es el método digital de pedirle a tu cliente que compre.
Esto es muy importante, porque si no lo pides no te lo dan.

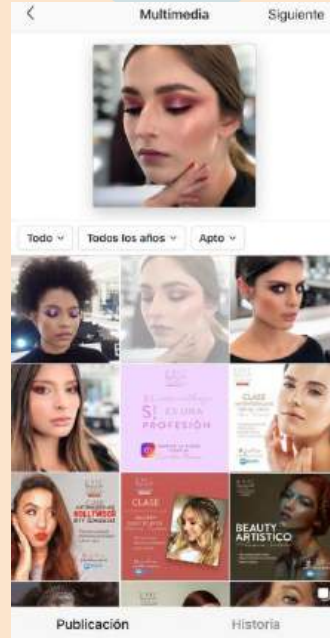
- Un llamado a la acción ideal no solo convence a las personas, sino que les dice que hacer y como hacerlo.
- Instagram te permite agregar llamado a la acción en tu bio, tu perfil y tus promociones.
- Lleva a tus seguidores a pedir más información, ir a comprar o ir a tu perfil a interactuar.

PUBLICIDAD - ¿Cómo lo hago?

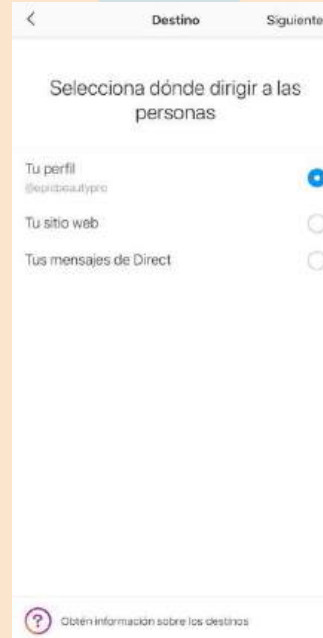
Comenzar



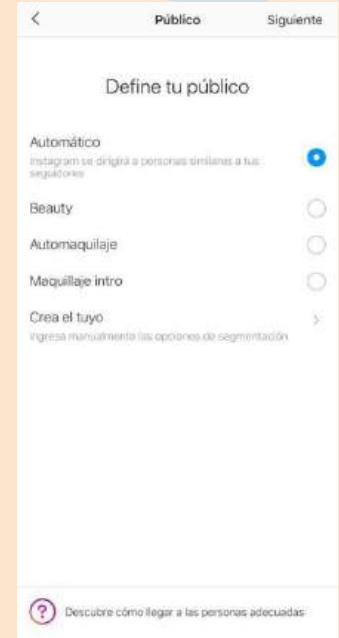
Publicación
Alta interacción



Call to Action



Público



PUBLICIDAD - ¿Cómo lo hago?

Crear un público

Cancelar **Crear público** Listo

No disponible
Personas relacionadas (personas)

Nombre del público ⓘ

Lugares >

Intereses >

Edad y sexo >

Todos | 13 - 65 años

Presupuesto y Duración

< Presupuesto y duración Siguiente

\$ 100.000 durante 5 días

Gasto total

3700 - 9800
ALCANCE ESTIMADO

Presupuesto

\$ 20.000 por día

Duración

5 días

ⓘ Más información sobre presupuesto, duración y distribución

Revisar

< Revisar

Revisa tu promoción

Tu alcance estimado es de entre 3700 y 9800 personas.

Vista previa de la promoción >

Destino
Ir al perfil de Instagram | @epicbesutypro

Público
Automático | Instagram se dirigirá a personas similares...

Presupuesto y duración
\$ 100.000 durante 5 días

País
Vencimiento: >

Las promociones se revientan en un plazo de 24 horas, aunque en algunos casos podría llevar más tiempo. Una vez que la promoción esté en circulación, podrás pausar el gasto cuando quieras.

Crear promoción

Al crear una promoción, aceptas las Condiciones y las Normas de publicidad de Instagram.

Agregar Forma De Pago

Cancelar **Métodos de pago**

MÉTODOS DE PAGO

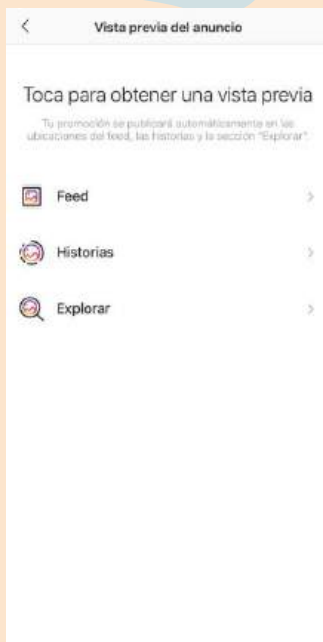
VISA Visa *6295 Vencimiento: 08/2024 Principal

Nueva tarjeta de crédito o débito VISA

Tu información de pago se guardará con el mismo nivel de seguridad que en un banco. [Más información](#) [Condiciones](#)

PUBLICIDAD - ¿Cómo lo hago?

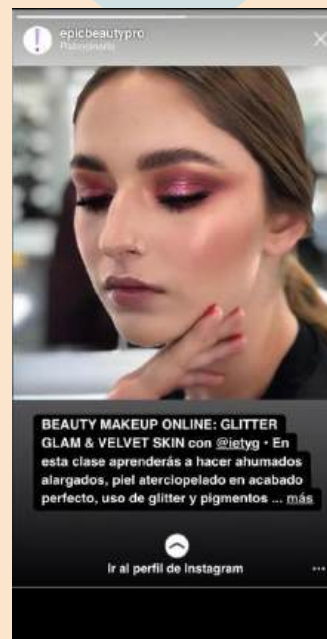
Vista Previa



Vista Previa
POST



Vista Previa
HISTORIA

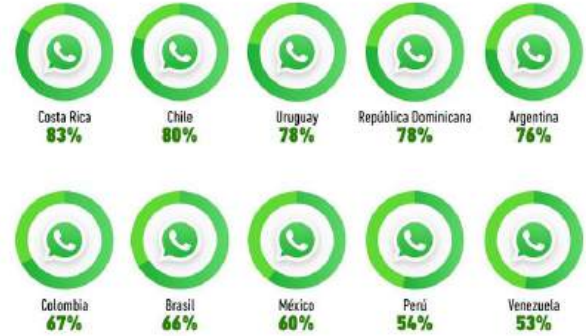


WhatsApp

Es la mejor base de datos y de fácil acceso

- Whatsapp es la app más descargada a nivel mundial en el 2018.
- En Colombia tiene una penetración de 67%.
- Canal de comunicación personal.
- Disponibilidad para resolver dudas
- Aplicación ideal para asesorar y guiar a tu cliente.
- Envío de información completa.
- Guardar números
- Búsquedas dentro de whatsapp.
- Estados Whatsapp

PENETRACIÓN Y USO DE WHATSAPP EN AMÉRICA LATINA



¡Gracias!



@epicbeautypro @anaferreroepic

EPIC
beauty pro
Online

