

Nieoczywiste miejsca, ważne rozmowy – akcja społeczna promująca profilaktykę raka piersi

Rusza ogólnopolska akcja społeczna „[*Dobra Wróżka radzi – profilaktyka to najlepsza stylizacja*](#)”, przygotowana w ramach Różowego Października. Dobrymi Wróżkami tej kampanii są fryzjerki, kosmetyczki i makijażystki, które w codziennych rozmowach subtelnie przypominają klientkom o badaniach profilaktycznych.

Październik to miesiąc świadomości raka piersi, w którym szczególnie przypominamy o zdrowiu kobiet. W Polsce co roku diagnozuje się około 20 000 nowych przypadków raka piersi, a na badania mammograficzne zgłasza się jedynie ok. 31% uprawnionych. Dlatego profilaktyka staje się kluczowym działaniem. W tym kontekście powstała akcja [*Dobra Wróżka radzi – profilaktyka to najlepsza stylizacja*](#), której celem jest zwiększanie świadomości, zachęcanie do samobadania i regularnych badań kontrolnych.

Salony urody to miejsca, w których kobiety czują się swobodnie, mają czas dla siebie i naturalnie rozmawiają o codziennych sprawach. Fryzjerki, kosmetyczki i makijażystki – niczym **Dobre Wróżki – towarzyszą swoim klientkom w ważnych chwilach, budując relacje oparte na zaufaniu i bliskości**. Dzięki temu mogą w subtelny sposób przypominać o tym, co najważniejsze – zdrowiu i profilaktyce. Temat badań pojawia się w atmosferze życzliwości i zrozumienia, przy okazji zabiegów, które kobiety traktują jako chwilę tylko dla siebie.

Salony urody uczestniczące w kampanii pokazują, że dbają o kobiety całościowo – zarówno o urodę, jak i o zdrowie. Dzięki temu wyróżniają się na tle konkurencji, budują silniejszą więź z klientkami i zyskują dodatkową promocję. Każdy salon biorący w niej udział otrzymuje pakiet materiałów – scenariusz rozmowy, naklejki, ulotki, certyfikat, a dodatkowo zostaje oznaczony na mapie akcji.

Organizator akcji, sklep [Kontri.pl](https://kontri.pl), zaprasza do udziału. Więcej informacji: [link do strony akcji](#).