

<<美容美发店5日通>>

图书基本信息

书名：<<美容美发店5日通>>

13位ISBN编号：9787802343283

10位ISBN编号：7802343283

出版时间：2009-2

出版时间：中国发展出版社

作者：祝文欣 主编

页数：195

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<美容美发店5日通>>

内容概要

本书讲述如何成功开一家美容美发店。

全书共分五个部分：第一部分为基础篇，对店铺的概念进行定义，对行业现状和经营条件进行分析，对开店方式进行选择，对不同的运作模式进行评比，试图找出最适切的经营之路。

第二部分为选址装修篇，重点解析选址在店铺经营中的重要意义、消费群体调查分析、店铺装修、细部规划及商品陈列与布局技巧等一系列在店铺经营前期所应解决的问题。

第三部分为经营篇，主要解决店铺定位、采购进货、商品定位与分析、产品定价、宣传、推广与促销策略等日常经营过程中时常遇到的难题。

第四部分为管理篇，细化为员工管理、财务管理、货物管理、客户管理等方面，洞烛幽微，力图帮助经营者在最短的时间内体认最直接的管理方式和运作理念。

第五部分为提升篇，将店铺提升到整个行业的高度展望，期以统筹、全局化的目光审视所处的地位和急需解决的问题，希望起到高瞻远瞩、未雨绸缪的作用。

在每篇中，我们辅以“阿旺锦囊”和“鉴证实录”，妙笔评析、查缺补漏，篇篇均新颖，招招是窍门，其中既有相关的理论知识，更有简明的操作方法，多层次、多方位地阐释了创业、开店的艺术技巧和策略，可令商界新手跃跃欲试，茅塞顿开；令商界老手若有所感，若有顿悟。

本书内容系统全面，可操作性、可读性强，有很多值得借鉴的实用、实效的方法与技巧，可直接运用于店铺实际运作中，是创业开店的绝佳教材。

<<美容美发店5日通>>

作者简介

祝文欣：中国零售业著名营销管理专家，中国连锁经营协会零售业顾问，中研国际首席零售管理顾问。

擅长卖场选址、卖场布局、卖场订货、卖场促销、卖场人员管理等。

曾拍摄了专门针对零售终端的系列光盘《店铺业绩提升之天龙八部》及其他VCD产品200多集，主编出版了30余本品牌打造及加盟商终端管理专业书籍。

<<美容美发店5日通>>

书籍目录

第1日 基础篇 一、美容美发业的现状与特点 美容美发业现状 美容美发业的特点与服务 阿旺锦囊 教你如何加盟美容美发店 二、美容美发店的开店条件 了解经营意图与自身条件 开店必须注意的事项 阿旺锦囊 如何选择最合适的开店地点 三、选择合适的经营方式 阿旺锦囊 美容店的7大类型 四、店面的形态定位 阿旺锦囊 美容美发店持久赢利的制胜法则 见证实录：创业几经磨难终成正果

第2日 选址装修篇 一、商圈与选址 商圈形态的种类与调查要点 店址的区域位置选择 阿旺锦囊 怎样找到开店的“黄金宝地” 二、店铺的装修与布局 店面广告 店面设计 店面色调 阿旺锦囊 装修店面需要注意的问题 三、产品展示与陈列 阿旺锦囊 营造好的氛围 见证实录：从空姐到女老板

第3日 经营篇 一、开店的基本准备 设备准备 人员准备 阿旺锦囊 美容仪器的选择 二、如何进行市场定价 美容美发店定价技巧 阿旺锦囊 怎样让美容院红火起来 三、开业造势与活动安排 开业前的温情造势 开业当天的活动安排 阿旺锦囊 美容院开业庆典活动流程 四、促销活动的开展 促销方案的制订 促销活动的流程与实施 阿旺锦囊 促销为美容美发店添利 见证实录：成功老板透露经营妙招

第4日 管理篇 一、美容美发业的现代管理 阿旺锦囊 美容院如何招聘和管理美容师 二、员工管理 员工薪酬管理 如何稳定美容师 阿旺锦囊 美容美发店为何留不住人？

三、顾客管理 顾客档案管理 顾客档案的灵活应用 理解顾客的不满和抱怨 处理顾客抱怨或投诉的方法 阿旺锦囊 美容院如何维护老客户 四、卫生管理 清洁卫生管理 “交叉感染”的预防 阿旺锦囊 美容院急救常识 五、服务管理 顾客服务流程 接待服务的标准动作 阿旺锦囊 不同性格顾客接待方法 六、美容院岗位职责与工作流程 前台(美容顾问)工作职责及相关要点 美容师工作职责及工作流程 美容院会计工作职责 美容美发店部门领班工作职责 店长工作职责及实际工作技巧 见证实录：小区美发店老板的生意经

第5日 提升篇 一、信息化建设掌控美容美发店未来 阿旺锦囊 行业繁荣下的IT需求 二、21世纪美容美发店经营趋势 阿旺锦囊 美容业连锁经营九大营销策略 三、特许加盟连锁经营盈利模式 阿旺锦囊 加盟美容美发店，关键要找到一只大牛股 见证实录：紫居美容院连锁案例分析附录：美容美发店经营管理表格

<<美容美发店5日通>>

章节摘录

第1日 基础篇 一、美容美发业的现状与特点 美容美发业现状 从20世纪80年代中期至今,我国美容行业经历了从初级阶段的摸索性成长到中级阶段的思考性发展,市场规模从小到大,从业人员由少到多,生产企业和专业美容化妆品品牌已经与国际接轨。

1. 产业基本概况 (1) 全国美容美发业从业人员总数约1120万,是“第三产业”中就业人数最多的行业之一。

(2) 全国城镇美容美发机构总数约153.2万家。

(3) 全国城镇美容美发业总营业收入1680.4亿元。

(4) 全国每万名城镇居民平均拥有美容美发店32家,每家美容美发店平均就业人员5.1人。

(5) 全国城镇平均每个美容美发就业者年工资水平1.16万元,略高于全国各类就业人员平均工资水平。

(6) 美容美发业占全国国内生产总值(GDP)比重为1.80%。

(7) 美容美发业占第三产业产值比重为5.21%。

(8) 城镇人口月平均美容美发花费21.33元。

我国美容美发产业是完全竞争的成长型产业,是内涵丰富、供求弹性度强盛的朝阳产业,具有广阔的发展前景。

2. 行业发展基本特征 (1) “五化”,即产业化、集团化、成熟化、市场化、国际化。

产业化。

美容美发产业从单一的店面服务,已发展成为美容、美发、医疗美容、美体、美甲、形象设计、色彩店面服务,以及专业职业教育、相关专业仪器研发、生产、销售为主体的综合性产业,并在每个领域中诞生了龙头品牌和龙头企业。

集团化。

早期的美容美发业以小作坊为主体,今天的美容美发业以形成了不少集团化的代表性企业。

大型的美容机构拥有上千家的加盟连锁店,如天津柔婷集团、法国诗婷国际美容连锁集团、上海“自然美”等。

他们拥有自己的生产工厂、培训基地、研发机构、教育机构,又如“蒙妮坦”教育机构拥有数十家海内外连锁规模的学校。

成熟化。

早期的美容美发业的店面装修、设备、技术、用品,都显得简易、粗糙、不规范,目前全国美容美发业整体成熟化得到明显体现,店面的档次、用具、仪器的品质、从业者的素质都发生了根本的改变而趋于优化。

市场化。

美容美发业是扩展空间非常大的人体产业。

它的每一个部分都可延伸到美化、塑型、健康、养生四个层面。

它的生存空间、生长空间非常广阔,市场化很强。

基于此,全国美容美发业在各个领域出现了适合市场需求的优秀品牌和特色服务机构。

国际化。

我国的美容业,早期更多地借用了国际的名,有名无实,国际大师、国际名牌泛滥。

但在加入WTO后的今天,国际化得到了切实的体现——行业呈现国内外双向互动,渗透日益宽泛,实现了真正的国际化。

(2) “五性”,即自律性、更新性、需求性、成长性、可持续性。

良好的自律性。

全国美容美发业是完全市场竞争化的行业。

其发展历程中经历了三个发展阶段:第一阶段为单一赚钱阶段,存在着较为明显的劣质服务。

第二阶段为转化阶段。

一些优良企业脱颖而出,单店发展为综合经营,并有了一定的市场地位。

<<美容美发店5日通>>

第三阶段为发展阶段。

一批优秀企业扩大发展，单纯赚钱和拓展愿望转化为强劲的健康发展。

这期间，涌现了大批行业有志之士，自觉自愿地成为各级行业协会的发起人和组织者，他们提高和强化了行业自律性。

与此同时，经历了市场优胜劣汰的市场竞争规律洗礼，一批优秀品牌和企业也脱颖而出。

观念的更新性。

经过业界长年的耕耘和积累，欣慰的是美容美发行业得到了社会的认可，不再是伪劣、欺骗、色情的代名词，有了靓丽的时代色彩。

美容美发业成为社会关注的时尚行业，吸引着消费者越来越多的信赖目光，成为人们生活中不可或缺的一部分。

强大的需求性。

亚洲是全球美容美发消费普及率最高的地区，中国的消费市场是其中最可观的市场。

中华民族悠久的人文传统、丰厚的审美观以及相对一致的审美共性，成为中国美容行业市场定位的坚实基础。

专家预测，21世纪最火的行业不是计算机、不是基因工程、而是美容业。

同时，巨大的发展空间吸引许多资金流入行业，加强行业发展的综合实力。

快速的成长性。

美容美发行业发展20余年，没有哪个产业能拥有这样的发展速度和成长规模，这种发展态势还将随着经济的发展、生活水平的提升以及行业的完善和成熟，继续保持下去。

根据奥肯法则，GDP（国内生产总值）每增长1%，美容人数则增加0.08%。

值得关注的是，在快速成长的背后也存在着很大的发展隐患，为此，各级行业协会、业界优秀品牌和企业、业内人士需要同心同德、群策群力，强力提升推动发展。

稳步发展的可持续性。

随着中国经济的稳步成长，人民的生活日益富裕，人们的尚美追求日愈强烈。

美容美发业由此获得了稳定的可持续发展基础；同时，行业在管理水平、技术能力、经济实力方面都有了相当的经验积累，已经建立了一个坚实的发展平台。

此外，越来越多的专家学者加盟这个行业，优秀的高端人才成为行业可持续发展重要的支援力量。

3. 行业现存的主要问题 (1) 全国美容美发业管理体系亟待完善。

我国美容美发业管理体系尚未形成，相应的法律法规几近空白，工商、税务、卫生、物价、技监、消防、劳动保障等各部门的归口管理较为混乱。

行业管理尚处于无法可依、无章可循的状态。

(2) 行业协会的职能和作用尚待加强。

各级行业协会与承担起“完善、规范、提升、促进”行业发展的历史使命的要求还存在一定的距离。

如何建立健全协会的管理体制、运行机构，如何配合政府相关部门尽快制定标准规范，还未成为协会的核心任务和重点工作。

(3) 全国美容美发市场秩序较为混乱。

全国美容美发行业尚无服务技术的鉴定准入机构，服务项目尚不规范，服务质量得不到保障，资质名称、技术名称较为混乱，消费者合法权益得不到保障。

(4) 行业诚信度较低。

诚信问题较为突出，美容美发业的缺少行业约束，虚假宣传、虚假炒作现象较普遍，在相当大程度损害了消费者的利益，同时也损伤了行业信誉。

(5) 从业者素质亟待提高。

相对于行业快速发展速度，职业教育水准明显迟缓，从业者素质参差不齐，职业培训时间明显不足，培训标准混乱。

4. 发展趋势预测 (1) 中国美容美发业目前正处于市场发展的较快增长期，仅最近几年的新

开店数就占了总数的78%，其营业收入的增长幅度也高于全国GDP增长速度。

美容美发业在GDP和第三产业中所占比重，以及就业人数在第三产业中所占比重均呈增长态势。

<<美容美发店5日通>>

这种快速发展态势表明：该产业属于朝阳产业，其产业的延伸内涵丰富，供求的弹性空间较大。

(2) 美容美发业是投入少、进入门槛低、民营资本占绝对比例的新兴服务产业。

美容美发业必然将是国家下一步启动和激励民间投资的重要领域之一。

(3) 美容美发业是典型的青春产业，是吸纳新生劳动力就业和下岗失业人员再就业的最可观的就业门路。

(4) 中国区域经济发展的差异性，使整个美容美发业的发展水平极不平衡。

除一二级城市之外，三四级城市的美容业发展还相对迟缓，或说是方兴未艾。

随着经济的发展、社会的进步以及城市化程度的提高，中国美容业还将有更长远的市场前景。

(5) 作为从传统服务项目中成长发展起来的美容美发业，其服务的深度和附加价值具有极大的拓展和想象空间。

(6) 消费水平不断增长、社会文明程度日益提高，美容意识越加明确。

与此对应，美容美发消费在家庭消费中所占的比重必将逐年提升。

(7) 美容美发行业在社会就业方面具有较强的吸纳能力，并将为相对弱势的女性劳动者和受教育程度不高的农村与城镇低端劳动力群体提供更多的就业机会。

(8) 国家扩大就业的重点是第三产业。

第三产业中新兴的美容美发业如果顺乎逻辑地获得更多的政策倾斜和扶持，将给美容美发业的持续、快速、健康发展提供更大和全新的行业机会。

美容美发业的特点与服务 从企业经营的角度来看，美容美发店是专门从事美容美发产品销售，提供各种服务项目和设备，直接为消费者服务的企业，从心理角度来说，“美容美发店是出售美丽和梦想的地方”。

因此，美容美发店不仅能改善人们的外在形象，更重要的是能够满足人们的心理需求，为其带来享受美的身心愉悦。

1. 美容美发店的特点 (1) “给人以美”的目的性。

美容美发店所提供的产品和服务，目的是给人们以美的形象，美的享受。

此外，美容院还提供相关的服务项目，如化妆、形象设计等，无一不追求着“美”这一目的。

(2) 服务的直接性。

美容美发店是直接为人们提供产品和服务的。

与其他企业不同，它是在同一时间、同一地点为顾客提供产品和服务，与顾客零距离面对面直接接触，因此，服务人员的形象、举止、言谈和服务态度、服务技术将直接影响顾客情绪。

这对美容美发店在服务态度、服务技术上以及人员素质等方面提出了更高更直接的要求。

(3) 技术性。

美容美发店为顾客提供高超技术和优良服务，除了操作过程中需要一定的工具设备外，主要以手工操作为主，因此，对服务人员的技术要求较高。

护肤美容的手法按摩技巧，应用化妆品中不同色彩来修饰面部，突出优点，掩饰不足等，这些都需要很高的技术。

随着生活水平的提高，人们的审美观也在不断地发生变化，这就要求美容技术精益求精，推陈出新，增加服务项目，跟上时代步伐。

<<美容美发店5日通>>

编辑推荐

爱美之心，人皆有之。

除了健康之外，美是人们最为关注的！

让美好存在于门店，让美名远扬于行业，让美丽洞烛幽微，成功一定有方法，本书从前期准备、选址装修、经营、管理、提升5个角度，提炼了美容美发店经营、盈利的关键技巧。

只需5日，让您轻松做老板。

日本时尚零售业泰斗人物。

零售百货业实战家，被誉为“日本零售之神”的柳田信之先生：中研国际是国际零售业先进管理理念的推广者，成功经验的传播者。

国美·鹏润国际时尚中心首席顾问，台湾著名零售专家李春材先生：中研国际是中国零售业的财富教练，它传道、授业、解惑。

实践家知识管理集团董事长林伟贤先生：我在《我爱钱更爱你》中说过，一个人要想成功必须具备丰富的知识和爱心。

我想我能理解中研国际为什么会成功。

成功不是自己拥有什么，而是你给了别人多少，中研国际的成功就在于它不断帮助零售企业创造价值，走向卓越。

中国商业联合会商品交易市场专业委员会秘书长骆毓龙：零售业发展需要动力，中研国际为零售业不断输送智慧产品。

《销售与市场—体育营销》主编张斌先生：可用“实”来概括中研国际立身实战，厉行实务，力求实效。

<<美容美发店5日通>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>