

<<美容美发店就该这样管>>

图书基本信息

书名：<<美容美发店就该这样管>>

13位ISBN编号：9787511903976

10位ISBN编号：7511903975

出版时间：2011-3

出版时间：中国时代经济出版社

作者：宋钊

页数：243

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>

## <<美容美发店就该这样管>>

### 前言

在人们眼中，美容美发行业是一个充满机遇的行业，由于准入门槛较低，美容美发店可以遍地开花，尤其是近年来更是如雨后春笋般层出不穷。

但是了解美容美发业的人都知道，在这个行业内淘金越来越难，越来越多的进入者步履维艰，甚至有不少人只能黯然退出。

美容美发店的发展壮大之所以非常困难，究其原因，就是管理人才的严重缺乏，不知道如何管理自己的店铺，也就难免会出现失误。

近20年来，美容人才的培养一直处于低水平重复发展，具有一定技能、工匠式的美容师需求日趋饱和，而兼具技术与管理经验的高素质人才则“价高难求”。

另一方面，全国美容培训机构也普遍面临招生困境，纷纷在寻求转型突破的出路。

在这种形势下，美容人才的培养必须提升层次。

未来美容美发店的主流模式是什么？

美容美发店有哪三种典型布局？

美容美发店有哪几种专业接待技巧？

本书为你一一揭示答案。

本书共分为五章，系统地介绍了美容美发店经营管理的基本概念，我国美容美发业的发展现状和趋势，美容美发连锁店经营管理的主要环节，包括美容美发连锁店开发筹划、营销策略、财务管理、员工管理等，同时介绍了美容美发连锁店经营要点和效益分析，力求深入浅出、通俗易懂。

里面的内容既有专业知识的介绍、业务技术的提高技巧，也有人员管理的知识、成功经营的范例、规避风险的手段等。

大凡美容美发店涉及的内容，都有详尽而科学的说明，如果你是美容美发店的店主，通过阅读这本书，很容易掌握盈利的要领，从而把你的生意做大做精，开创客流不断、财源滚滚的新局面。

本书既适合正在经营美容美发店并且渴望轻松愉快赚钱的老板阅读，也可以作为美容美发业的管理者、经营者、从业人士培训之用。

此外，本书也适用于一些意欲加入美容美发业的创业者，作为进军这一行业的指南。

编者

## <<美容美发店就该这样管>>

### 内容概要

女人爱美，“面子功夫”和“魔鬼身材”一项都不能少，各式各样的美容美发店如雨后春笋般涌现，因此，美容美发市场的潜力虽然大，但竞争也是异常激烈。

那么，美容美发店要如何管理呢？

宋钊编著的这本《美容美发店就该这样管》旨在帮助和指导美容美发店的店主们及早走出经营管理的误区，踏上轻松愉快的致富轨道。

《美容美发店就该这样管》中既有产品专业知识的介绍、业务技术的提高技巧，也有人员管理的方法、成功经营的范例、规避风险的手段……它既适合正在经营美容美发店并且渴望轻松愉快赚钱的老板，也适合意欲加入美容美发行业的创业者。

相信读完此书你一定会轻松掌握管理的要领，从而把自己的生意做大做精，迎来滚滚财源。

## <<美容美发店就该这样管>>

### 作者简介

北京某知名大学工商管理硕士，高级美容美发顾问，多年从事美容美发行业，长期致力于提升中国人魅力课程的开发与推广，是目前国内该领域的资深人士，深谙美容业管理规则，对美容业的经营管理有独到见解。

## &lt;&lt;美容美发店就该这样管&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 美容美发业管理备忘录：把准航向才赚钱一、美容美发业及其现状1.民营资本占主体.市场化运作2.产业发展明晰，经济运行稳定3.自主择业，自我发展，是创业和就业的良好通道4.教育培训支撑行业发展5.美容美发服务已经成为消费热点二、美容美发及用品企业经营现状1.上游企业现状2.中游企业现状3.下游企业现状三、美容美发店服务项目1.按身体部位分类2.按功能分类3.男士美容美发店的服务项目四、美容美发店经营模式1.单枪匹马2.合伙经营3.家族经营4.连锁经营五、美容美发店发展类型1.发廊式小型美容美发店2.会员制美容美体店3.休闲式综合美容关体中心4.专业性经营美容美发店5.家庭式美容美发店6.多元化经营美容美发店7.各种附设的美容美发店六、美容美发业内存在的问题1.服务的问题2.价格的问题3.信誉的问题七、附录：美容美发业暂行管理办法第二章 员工管理：员工关系高境界一、迎接客户，服务是王牌1.不要过度热情：培养员工学会察言观色2.不要怠慢你的客户3.切忌死缠烂打，多为顾客着想二、教你用“九型人格”认清你的员工1.什么是“九型人格”2.九型人格特点3.九型人格分类4.与各型员工的相处三、员工管理，打造有凝聚力的团队1.员工管理是店铺管理的根本2.明确对员工的素质要求3.规范员工招聘与配置渠道4.赏罚分明，一视同仁5.员工服务培训要做好6.用好激励这个杀手锏7.打造员工忠诚度四、提高员工识别能力，灵活应对不同类型的顾客1.针对“孔明型”顾客：明确目的，肯定观点2.针对“曹操型”顾客：配合顾客，博取信任3.针对“周瑜型”顾客：给足面子，多说恭维话4.针对“刘备型”顾客：找准机会，趁热打铁五、附录：美容美发店员工管理用表第三章 财务管理：财源不断滚滚来一、用人降低企业成本二、学会从内部挖掘资金1.美容美发店服务定价概述2.美容美发店定价技巧三、美容美发店薪酬管理1.美容美发店薪酬管理存在的常见问题2.确保员工的薪酬有竞争力四、建立健全的美容美发店财务管理制度1.如何建立健全的财务制度2.财务管理评估3.会计管理也要以人为本4.财务管理关系店铺生死五、美容美发店财务管理的有效方法1.明确财务管理人员的职责2.明确财务管理工作人员的工作内容3.制定财务收支管理制度4.制定现金和支票管理制度5.制定会计档案管理制度6.制定财务盘点制度7.制定财务分析细则六、附录：美容美发店财务管理用表第四章 美容美发店经营管理：顾客自然上门来一、美容美发店要把握好促销手段1.市场定位是基础2.销售与客户分析3.促销的七个市场作用4.美容美发店促销方案一览二、吸引美容美发店的潜在消费者1.潜在消费者在哪里2.怎样识别美容美发店的潜在消费者3.如何开发美容美发店的潜在消费者4.开拓美容美发店潜在消费者的具体步骤5.美容美发店推销话术6.美容美发店客户流失及对策三、创新才是生产力1.创新经营：成功服务是基础2.创新经营：模式创新是关键四、附录：美容美发店经营管理用表第五章 后勤管理：有序管理步步赢一、用良好的客户管理留住“回头客”1.什么是客户管理2.留住老客户3.跟进新客户4.美容美发店客户管理三原则5.美容美发店客户管理要点6.让售后服务留住顾客的心二、卫生管理面面观1.美容美发场所卫生规范2.美容美发店的店面卫生要求3.美容美发店的人员卫生要求三、附录：美容美发店后勤管理用表

## &lt;&lt;美容美发店就该这样管&gt;&gt;

## 章节摘录

## 2. 合伙经营 (1) 合伙经营的利弊。

合伙经营的好处：首先合伙经营资金的压力较小。

一项投资10万元的开店构想，对于一个人来说有较大的压力，但几个人分摊之后，压力就明显小了很多，比较容易筹到资金。

同时，市场基本上已经进入买方市场，现在有太多的美容美发店在经营，管理者纷纷都说生意难做。在这种市场大背景下，合伙创业有更多的吸引力。

其次，创业期间千头万绪，两个人，甚至更多的人共同创业，可以分工合作，既可以加快创建的进程，又可以顺利展开经营活动。

再次，合伙人相互之间可以取长补短，并各自负责特定的工作，可以实施较为复杂的开店构想与计划，规模也可以比单枪匹马大很多，发展的速度也往往超过单枪匹马的店面。

最后，由于起点相对较高，有比较大的竞争优势，可以承担较大的市场压力与风险。

合伙经营的弊端：第一，由于是几个人共同创业，对于其中的个人来说，创业的成就感也就差了很多。

第二，几个人共同创业，每个人的能力、发挥的作用也有一定的差异，分工合作往往会加大差异，出现苦乐不均的现象。

同时，利润的分配往往是按照投资比例进行分配，合伙人之间往往会有一定的猜忌和想法，影响工作的积极性。

第三，利润被合伙人分配后，往往十分有限，降低了经济利益的巨大吸引力。

第四，合伙人在美容美发店管理、发展、利润分配等方面往往会产生一定的矛盾。

第五，在创建初期与营运初期，美容美发店本身就处于投入和亏损阶段，但同时合伙人又必须支取一定的个人费用，这样更加大了资金的紧张程度。

第六，合伙人的中途退出，对新创建的美容美发店是一种巨大的考验。

## (2) 合伙经营的适用情况。

合伙经营一般适合相对复杂的开店构想，启动的规模可以较大。

同时，合伙人之间相互信任，并承诺必须的责任和共同遵守的规定，包括资金的投入、工作的分担、一定的合伙期限、共同遵守的基本原则等。

另外，合伙人在美容美发店中，最好能够取长补短、分工合作。

例如，有负责内部事务的，有负责外部事务的，每人承担特定的职能。

在合伙经营中，必须建立相对正式的管理模式，以便相互理解与信任，减少出现冲突的可能性，并一定要推选一个领导人。

## 3. 家族经营 (1) 家族经营的好处。

现在管理界有一种流行的观点，那就是大家普遍认为家族经营是一种很不好的经营模式。

实际上，在现实的管理当中，并没有什么好与不好，只有合适与不合适。

70%的美容美发店老板事实上都采取家族经营的模式，这就可以证明，家族经营自然也有其合理的地方。

对于老板来说，尤其是单枪匹马的老板，家族经营往往是合理、可行、高效的经营模式。

## (2) 美容美发店适合家族经营。

夫妻店、子承父业等是美容美发店最常见的经营模式，实际上，美容美发店的确也适合家族经营。

即使是现在的大中型美容美发店，创业期往往也是家族式的。

经营美容美发店推动业务更多地依靠员工的能力与责任心，费用的支出更是如此。

美容美发店的弹性很大，业务忙起来，往往长时间运转；不忙的时候，又清闲得令人发慌。

因此很难维持一定数量的固定员工。

创业期往往因陋就简，工作环境相对较差，同时很难给员工较高的待遇，需要员工更多的理解。

采用家族经营的模式，上述问题就可以相对容易解决，家就是美容美发店，美容美发店就是家，

## <<美容美发店就该这样管>>

从而达到管理的最高境界——爱店如爱家。

家族经营，大家的目标一致，并有特殊的信任关系与责任心，美容美发店因此获得很高的凝聚力，一致对外。

在艰苦的创业期，大家可以克服各种困难。

(3)家族经营的弊端。

当然，家族经营也有不少弊端，这些弊端在美容美发店度过创业期、向前发展过程中尤为突出。

……

<<美容美发店就该这样管>>

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>