

<<决定开美容、美发店的18个 >

图书基本信息

书名：<<决定开美容、美发店的18个关键>>

13位ISBN编号：9787801939876

10位ISBN编号：7801939875

出版时间：2008-2

出版时间：中华工商联合出版社

作者：姜雪 编

页数：317

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>

<<决定开美容、美发店的18个 >>

内容概要

本书力求深入浅出，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……大凡美容、美发店涉及的内容，都有详尽而科学的说明，如果有心人能够对这本书认真阅读，相信一定会收到事半功倍的效果。尤其是美容、美发店的老板们看了这本书，就很容易掌握赢利的要领，从而把自己的生意做大做精，迎来财源滚滚的局面。

本书既适用于美容、美发业的老板们阅读，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读本。

<<决定开美容、美发店的18个 >>

书籍目录

前言关键1 准确把握美容、美发店的定位 1.创办者为什么要做好定位 2.做好美容、美发店市场地位的
定位 3.做好美容、美发店服务对象的定位 4.做好美容、美发店规模大小的定位关键2 选好合作伙
伴, 决定盈亏一半 1.美容、美发店如何寻找合作伙伴 2.美容、美发店如何加盟连锁 3.选好合作伙
伴、避免出现分歧 链接: 合伙经营合同范本(参考) 关键3 服务项目要刺激顾客的消费欲望 1.美
容、美发店选择经营项目的五个因素 2.比较受顾客青睐的美容项目 3.美容、美发店如何确定美容、
美发产品 4.美容、美发店选择产品的技巧关键4 找好店址, 赢得“地利”优势 1.美容、美发店的店
址举足轻重 2.美容、美发店适合的区域位置 3.美容、美发店选址时要考虑的因素 4.美容、美发店
选址上的技巧 5.美容、美发店选址上的忌讳关键5 学会用店铺门面向客人“招手” 1.门面的美是直
接的美 2.如何给美容、美发店起个好名字 3.精心设计美容、美发店的招牌 4.合理的店铺布局 5.
内部设计与装修关键6 店长势美容、美发店的“台柱子” 1.“王牌”店长应具备的素质 2.店长应具
备的能力 3.店长的主要职能 4.店长究竟应该怎样与老板相处 5.店长如何让店员“服管” 链接:
美容、美发店店长岗位职务描述与职责标准(参考) 关键7 美容、美发师是美容、美发店的财富之源
1.美容、美发师的作用 2.美容、美发师自身应具备的修养 3.美容、美发师的待客礼仪 4.美容、
美发师的个人仪表 5.美容、美发师应克服的不良习惯关键8 顾客是美容、美发店的利润来源 1.掌握
顾客选择消费的原因 2.美容、美发店要满足顾客的需求 3.美容、美发店应该如何维护老顾客 4.美
容、美发店如何防止顾客流失 5.美容、美发店如何消除顾客的不满 6.美容、美发店怎样应对各种各
样的顾客关键9 优化价格使美容、美发店实现最大利润 1.美容、美发店定价需考虑的因素 2.美容、
美发店定价的方法 3.美容、美发店定价的技巧关键10 服务是维系顾客感情的直接方式 1.美容、美
发店服务不到位的原因 2.美容、美发店如何做好顾客满意的服务 3.美容、美发店应为顾客提供什
么样的服务关键11 营造安全卫生的工作环境 1.美容、美发店的卫生守则 2.美容师的卫生操作要求 3.
如何对美容用品、工具消毒 4.如何搞好美容、美发店工作人员的个人卫生 5.店长如何安排店员搞
好卫生关键12 采购工作不能放松 1.美容、美发店需要哪些仪器和材料 2.美容、美发店如何采购基
础设备 3.如何选择美容产品的品牌 4.如何签订严密的购货合同 链接: 美容、美发店购货合同范
本(参考) 关键13 搞好销售才能确保“盆满钵满” 1.影响美容、美发产品销售质量的原因 2.美容
师的产品销售操作规范 3.美容师的产品销售技巧 4.美容师如何击破顾客的“拒绝理由” 关键14 靠
高明的促销拓展客源 1.美容、美发店为什么要做促销 2.如何为成功促销做准备 3.做好促销的几种
方法 4.美容、美发店如何利用广告做宣传关键15 理财是发财的基础 1.美容、美发店老板理财必备
知识 2.美容、美发店如何估算成本 3.美容、美发店如何控制成本 4.美容、美发店如何精打细算
5.如何实行规范的财务管理 链接: 美容、美发店财务管理制度(参考) 关键16 强化店员管理, 使
赢利有矩可循关键17 踏平“危机”成坦途关键18 在竞争中赢得持久胜利参考文献后记

<<决定开美容、美发店的18个 >>

章节摘录

关键1 准确把握美容、美发店的定位 继汽车、房地产、旅游和电子通信之后, “美容经济”已经成为目前人们的第五大消费热点。如此巨大的市场空间,更是吸引了无数的投资者纷纷进入美容、美发业,争先恐后地挖掘自认为是属于自己的那一桶金。

“明天的太阳是美好的”,人们通常爱说这句话。

对美容、美发店的老板们来说,未尝不是如此。

然而,有许多投资者连看太阳一眼的机会都没有,就变成了一颗流星转瞬即逝了。

在这些美容、美发店里面,有相当一部分是在手上有了些闲钱,但还没有准确定位,听说开关容、美发店赚钱快就甩开膀子干上了。

还有一部分美容师凭借技术优势,在创业的冲动下未加理性地分析就仓促自立门户,匆匆上马。

这两类情况最终的结果是发现美容、美发店的钱并不好赚,做得实在是辛苦至极,结果坚持了几个月或一年之后便关门大吉,他们也不得不接受“出师未捷身先死”的残酷命运。

鉴于此,如何才能准备投资美容、美发业的时候,做好定位呢?

下面我们将就这一问题为大家做以分析,希望业内人士能从中找出自己所需要的答案。

1 创办者为什么要做好定位 为什么要做好定位?

就是要让有志于创办美容、美发店的人士找准自己经营美容、美发店的优势,选择特有的目标消费群体,适时调整改变经营思路,以期达到最终目的。

随着社会环境的改变和消费形态的多样性,顾客越来越注重多样化、个性化的需求。

作为美容、美发店的老板应该敏锐地把握住这些不同的需求,站在顾客的角度,主动出击,依靠准确的市场定位与经营特色,开设各种不同风格和类型的美容、美发店,以满足并细分市场的需求。

如何做好定位,大体要注意以下两点: (1) 市场细分 可以根据顾客的消费能力分为高、中、低三个档次的美容、美发要求,也可根据顾客的目标分为保健、医疗、化妆等服务要求。

总之,每家店的主要收入应以细分后的主要市场需求为导向,是针对平头百姓还是瞄准时尚人士,在开业前就应定好位。

(2) 差异化经营 差异化经营,是在不影响主流业务情况下的更高追求。

比如,美发店里增加“美甲”服务,既不增加房租、设备等直接成本的投入,又不增加人力等间接成本的消耗,何乐而不为呢!

<<决定开美容、美发店的18个 >

编辑推荐

《决定开美容:美发店的18个关键》既适用于美容、美发业的老板们阅读,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,《决定开美容:美发店的18个关键》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读本。

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>