第一图书网, tushu007.com

<<如何开家赚钱的美容美发店>>

图书基本信息

书名：<<如何开家赚钱的美容美发店>>

13位ISBN编号：9787563930708

10位ISBN编号：7563930701

出版时间：2012-6

出版时间：北京工业大学出版社

作者：丁艳丽

页数：242

字数：212000

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

前言

美容、美发店是实现美丽与梦想的地方。
在物质条件满足了基本生活需求的情况下，人们的生活越来越丰富多彩，美容、美发店也成为人们在闲暇之余常常驻足的地方。
于是，美容、美发行业便蓬勃发展起来，各式各样的美容、美发店如雨后春笋般遍布大江南北、大街小巷，成为大小城市和乡镇的一道亮丽风景线。
一家家美容、美发店给千千万万的人们带来了美的享受，也给人带来了身心的健康。
据权威机构调查，美容、美发业即将成为继房地产、汽车、旅游、电子通信之后我国居民的“第五大消费热点”，而中国即将成为世界上最大的美容王国。
显而易见，美容、美发行业是一座潜力巨大的朝阳行业，这个行业吸引了大批的创业者，他们为美容、美发行业心动、拼搏、竞争、献身。
然而，美容、美发市场虽大，竞争却异常激烈，稍稍了解这一行业的人都知道，在这个行业内淘金越来越难，越来越多的步人者举步维艰，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，其原因是多方面的。
首先，美容、美发业存在着无序竞争，参差不齐的挂羊头卖狗肉式的小美容、美发店玷污了这一行业的名声，严重干扰了这一行业的健康发展，这也是造成许多美容、美发店亏损的外部原因。
其次，在美容、美发店自身的经营和管理上，也存在着诸多问题，比如，项目定位不准、美容师不专业、价格不合理、服务跟不上、与顾客关系不和谐、不能有效控制采购和日常支出、不善于处理危机，不会在竞争中生存乃至店铺选址不当，装修不到位，等等，这些都给美容、美发店经营带来了诸多困难，给美容美容店的赢利造成了严重影响。
那么，如何才能让自己的美容、美发店别具一格，做活更专业、技术更精湛，服务更优质，让自己的店铺做大做强而“独领风骚”呢？
为此我们编辑了《如何开家赚钱的美容、美发店》一书，旨在帮助美容、美发店的经营者们及时走出经营管理上的误区，跨上快速赚钱的轨道。
本书共分九个攻略，系统介绍了美容、美发店经营管理的基本概念，美容、美发业的发展现状，美容、美发经营管理中的开店筹划，店铺装修，设备选购，店员管理，顾客管理，经营管理，财务管理和安全卫生管理等基本知识。
本书内容丰富，具有很强的实用性和可读性，既适于美容、美发行业的经营者们阅读，又适于准备投资于此行业的创业者们阅读。
笔者坚信：通过阅读本书，读者一定会很快掌握经营美容、美发店的秘诀，从而把美容、美发行业做大、做强、做精，创建客流不断、财源滚滚的美容、美发店。

内容概要

本书共分九章，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美容、美发经营管理中的各个环节，包括开店筹划、店铺装修、设备选购等。

书籍目录

攻略一　分析现状，认准方向
　第一节 美容、美发业的现状
　第二节 美容、美发店的种类
　第三节 美容、美发店的经营模式
　第四节 美容、美发的连锁经营
　第五节 美容、美发店的服务项目
　第六节 美容与医学的有机结合
　第七节 男士美容蔚然成风
　第八节 美容、美发业存在的问题
攻略二　选准项目，精心筹建
　第一节 为美容、美发店准确定位
　第二节 选择好经营项目
　第三节 选择开店地址的重要性
　第四节 美容、美发店选址原则与禁忌
　第五节 选择好开店位置
　第六节 开店资金的筹集
　第七节 办理美容、美发店开店手续
攻略三　合理规划，美化形象
　第一节 美容、美发店整体形象规划原则
　第二节 为美容、美发店取个好名字
　第三节 美容、美发店门面装饰为店铺形象增光添彩
　第四节 美容、美发店布局原则
　第五节 美容、美发店内部区域设计
　第六节 美容、美发店内部装修
　第七节 美容、美发店装修注意事项
攻略四　多下工夫，用心鉴别
攻略五　合理配置，激励有方
攻略六　广开思路，有序经营
攻略七　了解需求，规范服务
攻略八　合理预算，有效控制
攻略九　预防为主，有效防范

章节摘录

版权页： 要想投身于美容、美发这一行业，首先要对美容、美发业的现状有足够的了解。
只有了解美容、美发业现状，才能有效经营自己的美容、美发店。
美容、美发店是创造美和欣赏美的地方，这一行业也是制造美和欣赏美的行业，它起步于20世纪80年代初中期，从90年代中期才开始进入高速发展期。
经过几十年的发展，美容、美发业已由单一的理发和简单的护肤演变为一个涉及美发、美容、化妆品、美容器械等广泛领域的链条产业。
产业的终端是美容和美发服务业，它是各种物化手段的人性化体现。
美容、美发服务业已成为整个行业的火车头和晴雨表，带动美容、美发、化妆品及相关行业在探索中生存、在竞争中发展。
具体来说，根据业内于2008年开展的专项调查结果显示，我国的美容、美发业具有如下特征：1民营资本占主体，进行市场化运作 我国美容、美发业的主体经济结构是民营经济性质，其生于市场、长于市场，按照市场机制由自发到自觉地配置资源，该行业处于市场竞争状态。
目前美容、美发机构中有94.78%为民营机构；5.22%为外资或合资机构；美容、美发机构注册资金在30万元以下者有72. 31%；营业场所主要以租赁方式为主，占88.27%;设备投资以小型化为主。
美容、美发业整体属于小投资、大市场型服务。
美容、美发业经过改革开放后的20多年快速发展，已经形成产业规模，基本由民间资本自发投入，依赖市场化运作。
2产业发展迅速，管理运行稳定 我国美容、美发业已由单一的理发和简单的护肤服务演变成涉及美容、美发、化妆品、美容器械、美容教育、美容媒体、美容会展和美容营销等的朝阳产业，而且已经步入成长期。
据调查，全国各类美容、美发机构主要集中在城市（包括乡镇），有近50%是在近五年内新开业的；以生活美容服务为主的占75.91%，以美发服务为主的占24.08%。
抽样调查表明，全国美容、美发店年平均营业收入为11.63万元，中心城市的大型美容、美发店收入较高，年平均收入超过60万元的美容、美发店达到43.84%，小店的年收入多在5万～10万元之间，行业员工月收入平均为1100元左右；全国美容、美发机构中约52.6%为赢利，38.5%为持平，8.9%为亏损。
抽样调查表明，美容、美发机构管理模式以家族式管理占主导地位，经营方式正由单一走向综合，形式也日趋多样化。
品牌经营机构发展为连锁加盟模式占到87.98%;美容、美发服务机构的形态表现为发廊型、沙龙型、治疗型、休闲型、享受型、专门型和会员型，有80.25%的美容、美发服务机构都不同程度地采用会员制经营方式，在经营面积达到200平方米以上的大型美容、美发机构中，全部采用会员制经营。
在美容、美发管理模式中，职业经理人管理模式约占10.23%，大多数中小型全部机构都由投资者为主体进行管理，但大型美容、美发机构由职业经理人进行管理。
运用网络信息化或电脑数字化手段进行管理的，在被调查的美容美发机构中约占5.72%。

编辑推荐

《如何开家赚钱的美容、美发店》旨在帮助美容、美发店的经营者们及时走出经营管理上的误区，走上轻松愉快赚钱的轨道。

第一图书网, tushu007.com

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