

心灵塑造 / 职业形象 / 有效沟通 / 人际关系 / 销售技巧

塑造一流 美容师

邓创 编著



SUZAO YILIU

Meirongshi



辽宁科学技术出版社

LIAONING SCIENCE AND TECHNOLOGY PUBLISHING HOUSE

塑造一流

SUZAORYILIU MEIRONGSHI

美容师

邓 创 编著



辽宁科学技术出版社

沈 阳

图书在版编目(CIP)数据

塑造一流美容师/邓创编著. —沈阳: 辽宁科学技术出版社,
2004. 3

ISBN 7-5381-4130-8

I. 塑… II. 邓… III. 美容-服务业-基本知识
IV. F719.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 003047 号

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮编: 110003)

印刷者: 沈阳市第三印刷厂

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 175mm × 230mm

印 张: 13.75

字 数: 190千字

印 数: 7001 ~ 12000

出版时间: 2004 年 3 月第 1 版

印刷时间: 2004 年 7 月第 2 次印刷

责任编辑: 李丽梅

封面设计: 耿志远

版式设计: 于 浪

责任校对: 李 雪 李 冰

封面图片提供: 辽宁欧菲实业有限公司欧菲美容院

定 价: 25.00 元

责任编辑联系电话: 024-23284354

邮购热线: 024-23284502 23284357

E-mail: lnstp@mail.lnpgc.com.cn

http://www.lnkj.com.cn

美容院经营管理系列

1. 《美容院经营管理实务》

本书是国内第一本深入探讨美容院经营管理的论著，但它突出的特点是实务，是将管理理论运用于美容院日常经营实际中，而不是一般的理论和说教。书中介绍了如何创办一家美容院，如何经营美容院，如何激励和管理美容院的员工，如何开拓客源和留住顾客以及如何进行美容院的产品销售等，都是很实用的经营管理方法。同时，书中还提供了众多的美容院日常经营中实用的管理表格，供管理者参考。

2. 《美容院顾客服务方法与技巧》

本书有着严谨的理论体系，语言通俗易懂，将美容院顾客服务各方面的知识全方位和盘托出。书中首先介绍了什么是美容院的顾客服务，包括其特点、原则及做好顾客服务的重要意义；接着介绍了美容师应如何做好顾客服务，包括美容师应具备的素质，美容师接待顾客的技巧，美容师的服务技巧等；然后从美容院管理者的角度出发，介绍了美容院如何对顾客服务进行管理，即如何建立一个健全的顾客服务管理部门来监督、考核并提高美容院的服务水平，从而让顾客享受超值的 service。

3. 《专业美容导师读本》

本书从美容导师的角色定位开始，运用通俗易懂的语言，为美容导师做了准确的定位，同时明确了美容导师的服务对象、服务内容以及与其相对应的工作职责，详细介绍了美容导师应具备的基本素质、服务技能、营销技巧以及美容导师必备的专业知识等。本书对美容导师如何处理公司与加盟店之间的关系、拓展公司产品市场、培训加盟店的美容师等均有重要的参考价值。

4. 《美容院促销与广告策略》

本书主要介绍了美容院促销的概念，举办促销活动的时机，促销活动的种类，如开业促销及沙龙促销等，尤其是对时下常用的“促销百法”做了具体介绍，这些促销方法使美容院的经营管理者在举办促销活动时，可以得心应手。此外，本书还对美容院如何做广告进行了介绍，如怎样选择广告媒体，广告设计的原则和内容等，书中还收集了近年来美容化妆品的广告文案和广告语以及作者举办的一个促销活动案例，以供美容院在设计促销广告时参考。

5. 《美容院经营问题速查手册》

本书围绕美容院经营管理上的常见问题，按照美容师、店长、顾客、美容院、日常经营管理、员工管理、员工培训、产品销售、顾客服务、开店创业、发展壮大、经营诊断等方面进行归类，整理出 300 多个条目，并针对每一个问题进行详细分析解答，突出实质，切中要害，语言通俗易懂、深入浅出，具有很强的针对性和实用性，是美容院经营者必备的随身宝典。

前 言

人才是企业最宝贵的资源。美国钢铁大王卡耐基曾经说：“将我所有的工厂、设备、资金、市场全夺去，但只要保留我的组织和人员，我仍将是一个钢铁大王。”可口可乐的总裁也说过：“如果可口可乐在一夜之间被大火烧掉，只要留下人才，可口可乐照样可以成为世界一流的企业。”

现在，人们普遍关注的知识经济，实际上应被称为“人才经济”。因为随着技术革命的蓬勃发展、信息网络的广泛应用，企业间的竞争日益表现出知识、经济、智力的竞争，而知识、技术、智力是由人掌握，存在于人体之中的。因此，企业间的竞争，归根结底是人才的竞争。人才，是当今最大的竞争力，也是企业的经营之本、发展之基。

美容院同样如此。无论是今天还是将来，谁拥有的人才多，谁就能在竞争中处于主动的、有利的地位。人才，将决定着美容院的盛衰存亡，美容师是美容院的事业支柱，能否拥有一流的美容师，决定了美容院的财富。

那么，什么样的美容师是美容院的人才呢？

作为美的塑造者和传播者，美容师首先应具备良好的职业形象和丰富的专业知识。这样，才能获得顾客的信任 and 好感，才能满足越来越理智和精明的顾客对其专业性的认可。

其次，美容师从事的是服务行业，每天都要与各种各样的顾客打交道，良好的沟通能让顾客如沐春风，不好的沟通处处让顾客感到难堪。同时，人际关系问题处理得好，就能促进美容院的服务质量和管理水平的提高，也让美容师在人与人的交往中获得心理上的满足。相反，人际关系处理得不好，就会给美容师带来无穷无尽的

烦恼。

更重要的是，会销售的美容师不但帮助顾客解决难题，而且还能帮助美容院创造突出的业绩；拥有积极心态的美容师，富有责任感和爱心，他们乐观、向上、充满自信，是美容院的宝贵财富。

因此，我认为塑造一流的美容师应遵循着这样的原则：一流的美容师 = 积极的心态 + 良好的职业形象 + 丰富的专业知识 + 和谐的人际关系 + 有效的沟通技巧 + 熟练的销售技巧，本书就是按照这样的体系广泛收集资料编写而成。考虑到国家劳动保障部已有相关的美容师专业知识的书籍，本书对此不另做介绍，其他五个方面分列在本书各章中。本书力争做到内容丰富翔实、语言通俗易懂、说理透彻，应该是美容师素质提升的必备读物，也是美容院、美容美发学校作为培训美容师首选的教材。

但愿本书能为中国美容业培养更多一流的美容师。

邓 创

2004年1月3日

于广州励精集团

目 录

第 1 章

心灵塑造

第一节 进取心	001
一、积极心态	001
二、树立目标	004
三、坚持不懈	009
四、珍惜时间	012
第二节 责任心	014
一、美容师如何变得更优秀	014
二、为什么要把工作变成乐趣	017
三、怎样把工作变成乐趣	018
四、为什么要具有团队精神	020
五、怎样成为团队中最受欢迎的人	021
第三节 自信心	024
一、为什么要拥有超强的自信心	024
二、如何拥有超强的自信心	026
三、做自己的主人	029
第四节 爱心	032
一、充满爱心	032
二、学会宽容	033
第五节 控制情绪	034
一、情绪控制的重要性	034

二、掌控情绪的方法	036
-----------------	-----

第 2 章

职业形象

第一节 美容师必备的服务要素	040
一、仪表要素	040
二、语言要素	041
三、举止要素	041
四、礼仪要素	042
五、称呼要素	043
第二节 美容师应该遵守的纪律	043
一、职责纪律	043
二、工作纪律	044
三、仪容纪律	044
四、服从纪律	045
五、协作纪律	045
六、行为纪律	046
七、服务纪律	046
八、考勤纪律	046
九、佩证纪律	046
十、着装纪律	047
十一、保管纪律	047
十二、财物纪律	047
十三、人事纪律	048
十四、作风纪律	048
十五、检查纪律	048

十六、生活纪律	048
十七、保密纪律	049
第三节 美容师在工作中应保持的仪态	049
一、站态	049
二、坐态	050
三、行态	050
第四节 美容师如何做到礼貌待客	051
一、迎接来客的方法	051
二、引路与送客	051
三、为顾客奉茶	052
第五节 美容师日常工作培训	052
一、上班前的准备	052
二、当美容师进入岗位时	052
三、当美容师“问好”时	053
四、当美容师遇到顾客或上级时	053
五、当美容师在工作时	053
六、当顾客向美容师询问时	053
七、当美容师接到电话时	053
八、当对方电话打错时	054
九、当对方需要留言时	054
十、当你准备下班时	054
十一、当上级对下级布置工作时	055
十二、当下级接受上级任务时	055
十三、当美容师向上级汇报工作时	055

第 3 章

有效沟通

第一节 尊重	056
一、顾客至上	056
二、以礼敬人	057
三、以诚感人	057
第二节 倾听	058
一、认识倾听的重要性	058
二、有效倾听的要点	059
三、有效倾听的禁忌	060
第三节 服务礼貌敬语	061
一、称呼语	061
二、见面语	062
三、招呼语	063
四、介绍语	064
五、感谢语	066
六、道歉语	067
七、赞美语	068
八、谦让语	069
九、委婉语	070
十、道别语	071
十一、常用礼貌语词	071
第四节 形体语言	072
一、表情语言	072
二、手势语言	075

第五节 怎样说“不”	078
一、微笑不语	078
二、婉言谢绝	079
三、先“是”后“非”	079
四、顺水推舟	080
第六节 电话沟通技巧	080
一、打电话的语言技巧	080
二、接电话的技巧	081
三、电话语言基本要求	083
第七节 常用应对语言	083
一、应对语句举例	083
二、服务语言忌讳	090

第 4 章

人际关系

第一节 美容院人际关系的重要性	095
一、做好顾客服务离不开人际关系	095
二、人生的成功离不开人际关系	099
第二节 怎样才能理顺人际关系	103
一、人际关系的复杂性	103
二、容易相处和难以相处	112
第三节 美容师如何处理顾客关系	121
一、顾客是人	121
二、顾客是服务的对象	123
三、顾客是不是“上帝”	129
四、正确理解顾客“总是对的”	133

- 五、让顾客觉得你和蔼可亲137
- 六、让顾客对他自己更加满意141

第 5 章

销售技巧

- 第一节 认识销售的重要性145
 - 一、销售是美容院运营的关键环节145
 - 二、会销售的美容师实现美容院的收益145
 - 三、代表美容院与顾客建立良好的关系145
 - 四、促进产品的选购145
 - 五、会销售的美容师是战胜竞争对手的砝码146
- 第二节 顾客的消费心理146
 - 一、顾客的购买动机146
 - 二、顾客消费心理过程分析148
- 第三节 销售前的准备150
 - 一、熟悉美容院的服务项目150
 - 二、熟悉产品151
 - 三、了解顾客151
- 第四节 开拓客源156
 - 一、个人认识156
 - 二、依靠他人介绍156
 - 三、影响力中心157
 - 四、举办活动157
 - 五、挨户访问157
 - 六、电话158
 - 七、展示会158

八、扩大您的人际关系	158
第五节 获得顾客的好感	158
一、塑造专业形象	159
二、注意顾客的情绪	159
三、给顾客良好的外观印象	159
四、要记住并常说出顾客的名字	160
五、让您的顾客有优越感	160
六、替顾客解决问题	161
七、自己需快乐开朗	161
八、利用小赠品或免费试用品赢得准顾客的好感	161
九、别出心裁的名片	161
十、请教顾客的意见	161
十一、迅速提出顾客能获得哪些重大利益	162
十二、告诉准顾客一些有用的信息	162
十三、指出能协助解决准顾客面临的问题	162
第六节 了解顾客的需求	162
一、挖掘顾客的潜在需求	162
二、探询顾客的真正需求	164
第七节 如何进入推销主题	167
一、进入推销主题的时机	167
二、进入主题的技巧	167
第八节 介绍产品的技巧	168
一、什么是产品说明	168
二、如何将特性转换成利益	169
三、把握产品重点的大方向	171
四、拿出证明说服你的顾客	171
五、抓住顾客关心的问题	172

六、摸清顾客的一些基本情况	174
七、介绍产品时要注意的问题	175
第九节 异议处理技巧	177
一、异议是什么	177
二、异议的种类	178
三、了解异议产生的基本原因	179
四、处理异议的方法	180
五、常见的异议	187
第十节 成交	194
一、捕捉顾客购买欲的方法	195
二、建议成交的策略	196
第十一节 售后服务	198
一、亲自访问	199
二、书信问候	199
三、电话通讯	199
四、给顾客一个惊喜	199
五、熟记顾客姓名	200
第十二节 培养正确的推销信念	200
一、认识自己	200
二、专业美容师的推销信念	202

第一节 进取心

一、积极心态

1. 一念之差有多大

有这样一个老太太，她有两个儿子，大儿子是染布的，二儿子是卖伞的，她整天为两个儿子发愁。天一下雨，她就会为大儿子发愁，因为不能晒布了；天一放晴，她就会为二儿子发愁，因为不下雨，二儿子的伞就卖不出去。老太太总是愁眉紧锁，没有一天开心的日子，弄得疾病缠身，骨瘦如柴。一位哲学家告诉她，为什么不反过来想呢？天一下雨，你就为二儿子高兴，因为他可以卖伞了；天一放晴，你就为大儿子高兴，因为他可以晒布了。在哲学家的开导下，老太太以后天天都是乐呵呵的，身体自然健康起来了。

看来，事物都有其两面性，问题就在于当事者怎样去对待它们。强者对待事物，不看消极的一面，只取积极的一面。如果摔了一跤，把手摔出血了，他会想：多亏没把胳膊摔断；如果遭遇车祸，撞折了一条腿，他会想：大难不死必有后福。强者把每一天都当做新生命的诞生而充满希望，尽管这一天有许多麻烦事等着他；强者又把每一天都当做生命的最后一天，备加珍惜。

我们回想一下身边的人和事。同样都是聪明的孩子，学习成绩却有好坏优劣之分；学习不好，不是智力问题，而是不认真听讲，不认真学习，不认真做作业。“认真”是什么，认真并不是智慧，而是“心态”！同样是工人、职员，有人为“五好”员工、劳动模范，有人却为“阿混”，真正的区别仅

在于谁更积极、更努力、更负责，而不是聪明才智和技能。积极、努力、负责都是“心态”。社会精英、领袖伟人，他们的成就，取决于付出甚至牺牲的多少。愿意付出、牺牲，绝非方法问题，确确实实来源于心态。

人与人之间只有很小的差别，但这种差别却往往造成了人生结果的巨大差异：很小的差别就是人生的态度是积极的还是消极的，巨大的差异就是结果的成功与失败。

不明白这个道理，就容易埋怨责怪。埋怨社会无机会，世道不公平，责怪别人冷漠无情，责怪自己生不逢时……可是我们想过没有，无论在任何社会环境里，总有人充满希望，生活得幸福、快乐。正所谓“任何时代，都是发大财的时代！”关键就在于，任何事物都有积极的一面和消极的一面，这就要看你的心态是积极的还是消极的。如果你是积极的，你看到的就是乐观、进步、向上的一面，你的人生、工作、人际关系及周围的一切就都是成功向上的；如果你是消极的，你看到的就是悲观、失望、灰暗的一面，你的人生自然也就乐观不起来。

2. 谁在控制我

你掌握控制着自己的心态，因而你主宰着自己的命运。影响你心态的不是上司，不是同事，不是父母，也不是失败，而是你自己。外界事物的变化，别人的所思所行，都不是我们的责任。我们只为自己的反应负责，这就是我们的态度。你怎么想、怎么反应，全凭你自己是积极还是消极。

成功学大师拿破伦·希尔说：

“积极的心态，就是心灵的健康和营养，这种的心灵能吸引财富、成功、快乐和身体的健康；消极的心态却是心灵的疾病和垃圾，这样的心灵不仅排斥财富、成功、快乐和健康，甚至会夺走生活中已有的一切。”

有两个秀才一起去赶考，路上，他们遇到了一支出殡的队伍。看到那一口黑乎乎的棺材，一个秀才心里立即“咯噔”一下，凉了半截，心想：完了，活见鬼，赶考的日子居然碰到这个倒霉的棺材。于是，心情一落千丈，走进考场，那个“黑乎乎的棺材”一直挥之不去，结果，文思枯竭，果然名落孙山。

另一个秀才也同时看到了，一开始心里也“咯噔”了一下，但转念一想：棺材，棺材，噢！那不是有“官”又有“财”吗？好，好兆头，看来今天

我要鸿运当头了，一定高中。于是心里十分兴奋，情绪高涨，走进考场，文思如泉涌，果然一举高中。

回到家里，两人都对家人说：“棺材”真的好灵。

现实生活中，有人会因为失败而跳楼，也有人因为战胜失败而成就一番更大的事业；有人会因为对手强大而畏惧，也有人会因为挑战巨人而使自己快速成为巨人；有人会因为产品卖不出去而抱怨产品，抱怨公司，抱怨顾客，也有人因为产品卖不出去而创新出大受市场欢迎的新产品和服务；有人会因为受不了上司的严厉而每每跳槽，也有人会因为“严师出高徒”而使自己能胜任更复杂的工作后不断晋升到高位！

对事物的看法，没有绝对的对错之分，但有积极与消极之分。消极思维者，对事物永远都会找到消极的解释，并且总能为自己找到抱怨的借口，最终得到了消极的结果。接下来，消极的结果又会逆向强化他消极的情绪，从而又使他成为更加消极的思维者，形成恶性循环……

所有的这一切正如叔本华所言：“事物的本身并不影响人，人们只受对事物看法的影响！”——即使你不能改变环境，至少你可以改变内心的想法和看待事物的态度。你不可以改变自己的容貌，但可以展现笑容；你不能控制他人，但可以掌握自己；你不能预知明天，但可以利用好今天；你不可能每战每胜，但你可以尽心尽力……

3. 思维的态度决定人生的高度

一个人能否成功，就看他的态度了！有些人总喜欢说，他们现在的境况是别人造成的，环境决定了他们的人生位置。事实上，并非如此。成功人士与失败人士之间的差别是：成功人士始终用最积极的思考、最乐观的精神和最辉煌的经验支配和控制自己的人生，失败者刚好相反，他们的人生是受过去的种种失败与疑虑所引导和支配的。

你的态度很大程度上决定了你的成败：

- 你怎样对待生活，生活就怎样对待你。
- 你怎样对待别人，别人就怎样对待你。
- 一项工作刚开始时，你的态度决定了最后有多大的成功，这比任何其他因素都重要。
- 人们在任何组织中地位越高，就越能找到最佳的态度。