



梁菊

著

美业店 就要这么开

——美业店轻松赚钱的
六大经营智慧

开一家，旺一家，
第一次开美业店
就赚钱



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

五个关键：

- 引领时尚的产品组合
- 快速裂变的拓客策略
- 分钱收心的激励措施
- 多点增长的利润系统
- 持续盈利的运营模式

美业店快速做大做强



美业店 就要这么开

美业店轻松赚钱的
六大经营智慧

梁菊

著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目(CIP)数据

美业店就要这么开: 美业店轻松赚钱的六大经营智慧 / 梁菊著.

—北京: 中国经济出版社, 2018.8

ISBN 978-7-5136-5286-5

I. ①美… II. ①梁… III. ①美容—服务业—商业企业管理

IV. ①F719.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 162790 号

责任编辑 焦晓云

责任印制 马小宾

封面设计 周 飞

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京富泰印刷有限责任公司

经销者 各地新华书店

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 16

字 数 169 千字

版 次 2018 年 8 月第 1 版

印 次 2018 年 8 月第 1 次

定 价 58.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010-68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68355416 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010-88386794

梦想 是要有的，万一实现了呢



“在我们内心深处，

曾经藏着一个又一个不同的梦想。

不要奢望别人能给你经济上的任何帮助，

钱对任何人都是不够用的——

有一万元的人想干两万元的事，

有十万元的人想干二十万元的事。

人要为梦想而努力！

传递梦想，梦想成真！

我为坚持梦想的人服务，持续进步！

永不放弃，超越自己！”

这是我自己的美业信条，也是多年来我一直坚持的梦想。我始终相信，只要有梦想，坚持下去，就一定能实现。

2009年，我带着三个梦想开店创业：

第一个梦想是一定要开10家以上的直营连锁店；

第二个梦想是一定要帮助5万以上的中国人远离肥胖困扰；

第三个梦想是一定要把企业管理变得简单、变得轻松，成为一个每月只

上3天班的老板。

后来，我做到了，我用自己的努力捍卫了我的梦想!

从2009年起，我的美业版图一直在扩大，如今我已成立12家直营店、3家分公司（分别设在陕西西安、新疆乌鲁木齐、新疆库尔勒）!

你们是不是也有很多梦想呢？也许很多人觉得梦想很难实现，这部分人一定很想知道到底是什么原因让梦想化为一个又一个泡影。我想告诉他们：这个世界除了你自己，没有谁可以阻挠你实现梦想！我们最大的敌人就是自己。

梦想一定要有，但是不能空有梦想而不去执行。我一直坚信：态度决定行为，行为决定习惯，习惯决定性格，性格决定命运!

你有什么样的心态，就有什么样的行动，久而久之就会养成一种习惯，习惯久了，就会演变成你的性格，性格决定你的命运！这就是习惯的力量。

人类因梦想而伟大。如果你有梦想，如果你想提升自己、改变自己并且愿意学习，那么，我们就可以说，你其实是在尽最大可能实现你的梦想。可能你尝试了无数的方法，却感觉收获并不大，为此感到茫然无措。在这里我想对你说：过去不代表未来，只要你下定决心去开店，只要你愿意付出努力扎扎实实地去做，再加上本书中提到的轻松开店方法，你终有一天会成功。这也是我写这本书的初衷——希望可以帮助更多有梦想的美业人实现梦想。

在这本书里，我对自己多年的美业经验进行了系统整理和总结，呈现一种“悦轻松开店”智慧模式，希望可以助力你的美业梦想轻松成真。

每一个美业人的梦想都是从开店开始的，在这里，请先回忆一下你开店

的初心是什么？我认为需要从五个方面来考虑：

一、我们的店是为谁开的？

二、他们需要的是什麼？

三、我们能在多大程度上满足他们？

四、我们的利润点在哪里？

五、如何与顾客达成交易？

搞清楚以上问题，再结合我们悦己美业管理大学提出的团队智慧、分钱智慧、收钱智慧、产品智慧、营销智慧和连锁智慧，相信你一定能轻轻松松开一家赚钱的美业店。

我要告诉大家：人生并没有那么多的不公平和挫折，只要心中有梦，刻苦努力、坚持不懈，梦想就一定会实现。

起点并不是那么重要，重要的是你自己！只要你有梦想，并且坚持“悦轻松开店”的智慧模式，就一定能够突破企业发展瓶颈，打造永续经营、自动化运营的系统，解决发展中的五大问题（客户、团队、项目、渠道、运营），进而实现企业自动化运转、员工自动自发工作、老板身心解放。

愿你能开一家轻松赚钱的店，实现美业梦想！

第一章

为什么有的美业店老板又苦又累还不赚钱

2 | 1.1 你过的是“非人类”的开店生活吗

2 | 1.1.1 有一种美业店叫“别人家的美业店”

5 | 1.1.2 开店≠自由

7 | 1.2 为什么说美业店成功是小概率事件

10 | 1.3 过去你可能存在的问题

10 | 1.3.1 开店没给自己留过过渡期

11 | 1.3.2 缺乏长久的创业激情

12 | 1.3.3 没有系统规划

15 | 1.4 什么样的人适合开美业店

19 | 1.5 想开美业店，你做好准备了吗

19 | 1.5.1 开店的“钱”

20 | 1.5.2 开店的“人手”

21 | 1.5.3 抓住市场，找到“蓝海”

22 | 1.6 “悦轻松”打造自动化的营销系统

22 | 1.6.1 成功美业店的七大布局

23 | 1.6.2 成功美业人的特质

25 | 1.6.3 优化商业模式

28 | 2.1 提升追随力，成为员工的偶像

29 | 2.1.1 情绪管理：稳住情绪，管住心智

30 | 2.1.2 眼光思维：胆识、眼光、魄力

32 | 2.1.3 信任体系：做不到的事情千万不要说

33 | 2.1.4 责任管理：任何事都要从我做起

34 | 2.1.5 全局思维：团队第一，全员第一

36 | 2.2 组建团队，打造高效执行力

36 | 2.2.1 招得来：各方挖掘“纳”人才

39 | 2.2.2 用得好：制定规则“管”人才

40 | 2.2.3 顶得上：专业培训“育”人才

第二章

团队智慧：组建一支具有高强战斗力的美业队伍

43 | 2.2.4 留得住：赚钱项目“留”人才

44 | 2.2.5 每月3天，实现时间自由

46 | 2.3 建立合理的晋升机制，给员工发展的空间

49 | 2.4 找到核心员工，让他们成为你的合伙人

49 | 2.4.1 哪些员工可以成为合伙人

51 | 2.4.2 按照“贡献估值法”让他变身为合伙人

52 | 2.5 打造团队文化，增强团队凝聚力

52 | 2.5.1 团队皮肤：统一美业店的“团队符号”

53 | 2.5.2 团队血液：打造团队内涵

53 | 2.5.3 团队使命：让每个成员都有梦想

55 | 2.6 提高团队执行力

55 | 2.6.1 企业执行力不佳的五大原因

58 | 2.6.2 执行力的三大要素

60 | 2.6.3 确保执行力的五个关键词

60 | 2.6.4 如何提高管理者的个人执行力

62 | 2.6.5 店长的工作内容

66 | 3.1 懂得分钱的艺术，做好最基本的激励管理

69 | 3.2 薪酬设计：专业薪酬制度与岗位挂钩

69 | 3.2.1 岗位薪酬：最普遍的薪酬式激励模式

71 | 3.2.2 弹性薪酬：用“弹性”取代稳定，增强激励效果

72 | 3.2.3 混合薪酬：灵活分类，综合调动工作积极性

73 | 3.2.4 年薪工资制：做好合理的长期激励措施

75 | 3.3 绩效分钱：按目标责任打造高效执行力

75 | 3.3.1 设立KPI指标，根据指标分钱

77 | 3.3.2 先给一个“工资包”

79 | 3.3.3 定制绩效考核方案，定好目标责任系统

80 | 3.4 福利分钱：要创业，先绑定员工利益

80 | 3.4.1 给员工一个基本保障：留住员工的最基本福利支出

81 | 3.4.2 按揭分钱：奖励员工奋斗

第三章

分钱智慧：分好
钱，管好人，聚
心合力共创大业

第四章

收钱智慧：找到
利润的源头

- 83 | 3.4.3 “大奖”分钱模式
- 84 | 3.4.4 年终奖分配
- 85 | 3.5 分钱容易分权难，权、责、利的分配不容忽视
- 85 | 3.5.1 给多少“权”，就给多少“责”
- 86 | 3.5.2 综合考量，建立卓越“权、责、利”体系表
- 88 | 3.6 零底薪薪酬设计
- 88 | 3.6.1 薪酬设计应远离的 12 大死局
- 89 | 3.6.2 让员工像老板一样工作
- 94 | 4.1 收钱的三大原理
- 94 | 4.1.1 推广：撒下天罗地网
- 95 | 4.1.2 信任：不计一时得失，用信任获取长久利益
- 97 | 4.1.3 合伙：放长线，钓大鱼
- 100 | 4.2 美业店利润的三个来源
- 100 | 4.2.1 资源：让一切社会资源为我所用
- 101 | 4.2.2 劳动力：把人才变为“人财”
- 102 | 4.2.3 物流：一站式采购，将美业链条串联起来
- 103 | 4.3 搭建“傻瓜式”销售流程
- 103 | 4.3.1 建立专业销售流程
- 104 | 4.3.2 专业的销售话术技巧
- 108 | 4.4 会员制：实现永续经营目标
- 108 | 4.4.1 品牌声誉营销，用知名度打开缺口
- 109 | 4.4.2 打造会员导购式规则，主动出击赢得客户
- 112 | 4.4.3 推新项目，满足客户的多样化需求
- 114 | 4.5 抓住市场趋势，找到市场缺口做销售
- 117 | 4.6 零资金开店的“融资之道”
- 117 | 4.6.1 为什么那么多人投资美业店
- 119 | 4.6.2 融资计划书
- 124 | 4.7 打造核心竞争力

第五章

产品智慧：产品
永远是最好的赚
钱工具

130 | 5.1 定位：先搞清楚美业店最需要什么“货”

130 | 5.1.1 店铺定位：你的店铺是什么等级

131 | 5.1.2 客户定位：了解客户的消费属性

133 | 5.1.3 市场定位：当下美业店货品走向

135 | 5.2 项目组合：给客户一个零瑕疵的产品推荐

135 | 5.2.1 有好项目才能选择好货

136 | 5.2.2 时效+时尚+价廉

138 | 5.2.3 差异化思维，推出个性不同的产品组合

139 | 5.3 严格把关进货渠道

139 | 5.3.1 货比三家，选择质量可靠的供货商

140 | 5.3.2 首选信誉度较高的产品

141 | 5.3.3 别忘记考察供货商

143 | 5.4 货品陈列：快速拿下客户的视觉

144 | 5.4.1 主题陈列：用故事打动人心

144 | 5.4.2 整体陈列：为客户做整体设想

145 | 5.4.3 分类陈列：极简中一目了然

145 | 5.4.4 关联陈列：互补产品一起展示

146 | 5.4.5 美业店陈列法则

148 | 5.5 不仅要会“卖”货，还要会“管”货

148 | 5.5.1 产品定价方案

150 | 5.5.2 库存管理要科学

151 | 5.6 服务是美业店的“产品”王牌

151 | 5.6.1 打造专属特色服务

153 | 5.6.2 根据客户需求创新“爆品服务”

154 | 5.6.3 服务接待流程

158 | 6.1 客户思维：获取客户，一切向转化率看齐

158 | 6.1.1 客户激活：以最佳方式与客户建立关系

160 | 6.1.2 客户留存：留住最有价值的客户

第六章

营销智慧：用互联网思维把美业店搞“火”

162 | 6.2 平台思维：打通线上引流和营销全战略

162 | 6.2.1 直播营销方案

165 | 6.2.2 微信公众号营销方案

167 | 6.2.3 微博营销方案

168 | 6.2.4 APP 营销方案

169 | 6.3 O2O 思维：线上消费、线下体验的新颖方式

169 | 6.3.1 线上折扣、捆绑优惠信息“连环刷”

171 | 6.3.2 提供优质、专业的上门服务

172 | 6.4 体验思维：打造“沉浸式”体验，让客户不想出店

173 | 6.4.1 打造“个性化定制”中心

174 | 6.4.2 建立一个体验性社交场所

175 | 6.4.3 店内自助服务

176 | 6.5 免费思维：让客户少花钱，企业多赚钱

177 | 6.5.1 “买送”决不走老套路

178 | 6.5.2 免费试用，抓住他的先知消费

179 | 6.5.3 免费后续服务要够吸睛

181 | 6.6 社群思维：通过社交认同取信客户

182 | 6.6.1 流量：用内容做社群账号的流量积累

182 | 6.6.2 转化：用社群做销售转化

184 | 6.6.3 裂变：由一到十裂变更多粉丝

186 | 6.7 内容思维：近乎零成本的互联网推广

187 | 6.7.1 文案：几句话的组合，让店面风靡全网

189 | 6.7.2 软文：一篇文章引发“病毒式传播”

191 | 6.7.3 更多花样百出的互联网新内容营销

193 | 6.8 活动思维：用“特色”活动拿下市场占有率

193 | 6.8.1 借势热点，让人气爆棚

196 | 6.8.2 开门红营销的五大“爆点”活动策略

第七章

连锁智慧：股权
设计帮你快速复
制 N 个门店

200 | 7.1 复制连锁店是每个美业店老板的梦想

204 | 7.2 从单店到连锁，复制店铺开一家火一家

204 | 7.2.1 开店要数量，更要质量

206 | 7.2.2 连锁店的店铺机制是否和总店一样

207 | 7.2.3 每家连锁店都要有自己的特色

209 | 7.3 留住连锁店核心人才，用股权给他戴上“金手铐”

212 | 7.4 选择适合美业店的股权激励方案

212 | 7.4.1 股票期权模式

213 | 7.4.2 限制性股票模式

213 | 7.4.3 虚拟股票模式

214 | 7.4.4 业绩股票模式

215 | 7.4.5 账面价值增值权模式

215 | 7.4.6 期股模式

216 | 7.4.7 延期支付模式

217 | 7.5 合伙模式：做好合伙连锁店的股权详细规划

218 | 7.5.1 根据合伙人角色分配股权

220 | 7.5.2 签署合伙人股权分配协议

222 | 7.6 设计股权生命线：开多少店都不能失去控制权

227 | 附录一 美业店客户调查问卷模板

231 | 附录二 美业店收入与支出明细表

232 | 附录三 美业店现金收支日 / 月报表

232 | 附录四 美业店产品盘点表

233 | 附录五 美业店产品使用统计表

233 | 附录六 美业店促销效果评估报告

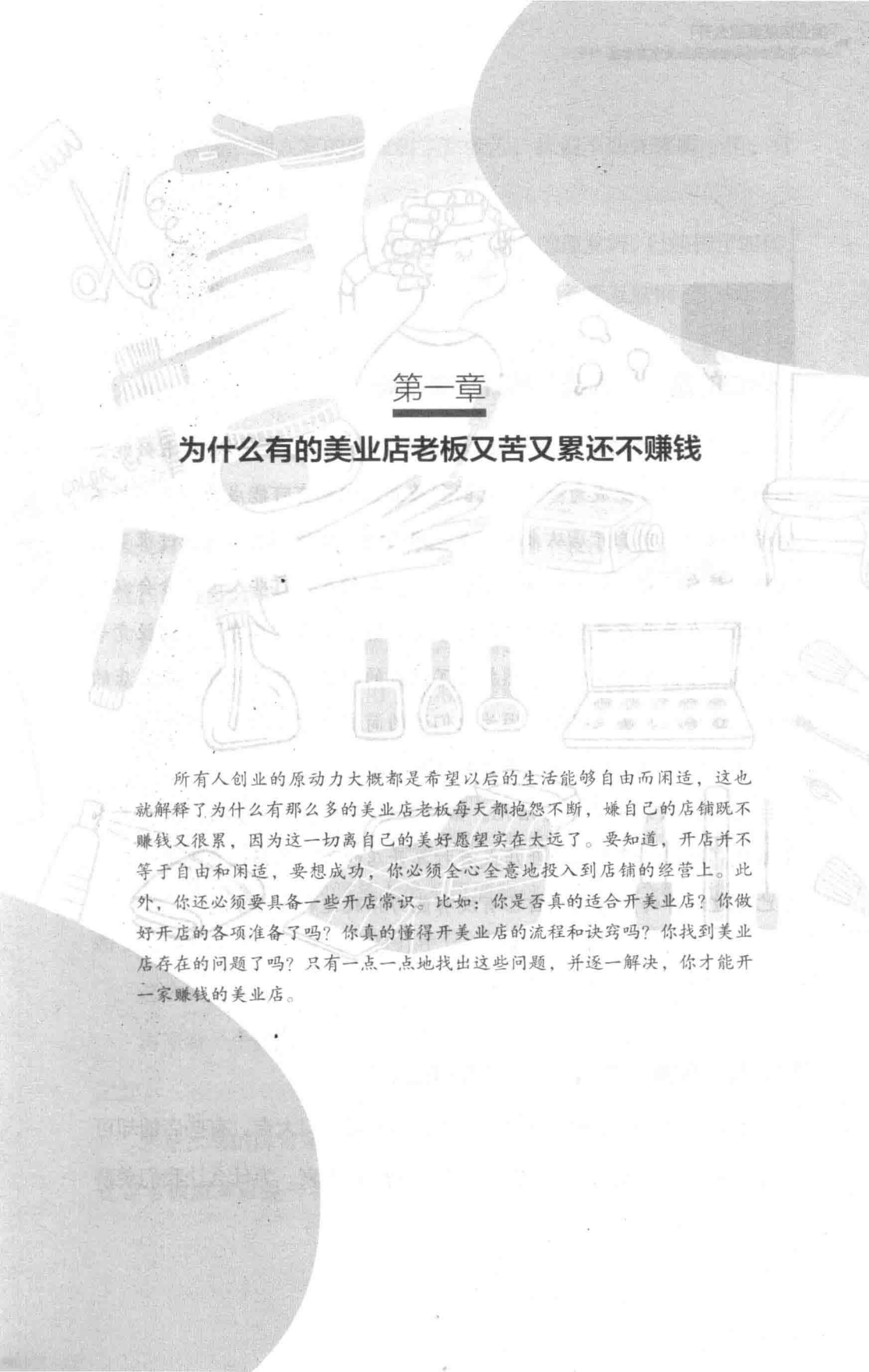
235 | 附录七 美业店员工工作职责

237 | 附录八 会员资格取得与申办程序

238 | 附录九 悦己美容会员权益

附录

一家成功的美
业店所需的工
具明细



第一章

为什么有的美业店老板又苦又累还不赚钱

所有人创业的原动力大概都是希望以后的生活能够自由而闲适，这也就解释了为什么有那么多的美业店老板每天都抱怨不断，嫌自己的店铺既不赚钱又很累，因为这一切离自己的美好愿望实在太远了。要知道，开店并不等于自由和闲适，要想成功，你必须全心全意地投入到店铺的经营上。此外，你还必须要具备一些开店常识。比如：你是否真的适合开美业店？你做好开店的各项准备了吗？你真的懂得开美业店的流程和诀窍吗？你找到美业店存在的问题了吗？只有一点点地找出这些问题，并逐一解决，你才能开一家赚钱的美业店。

1.1

你过的是“非人类”的开店生活吗

每个人在开店之初都会雄心勃勃、热情高涨，但结果却未必能如己所愿——你可能成为一名出色的创业者，但也有可能成为一个不折不扣的失败者。创业开店从来都不是一蹴而就的事情。我们接触过很多在没想清楚自己商业模式的情况下就盲目开店的人，这些人大部分会以失败收场。在美业店竞争日益激烈的今天，有多少人“葬身”在这股竞争的洪流之中？又有多少人虽然挺过了洪流的冲击，却每天挣扎在关店的边缘。这些人其实很痛苦，因为他们过的简直是“非人类”的生活，每天都要饱受店铺亏损和心有不甘的双重折磨。

开店，从来都是体力活儿。如果经营不善，还会亏损，根本谈不上赚钱。所以，现在正在开店或者打算开店的你，不妨认真思考一下，自己想过这样的生活吗？自己有没有能力摆脱这种生活状态？

1.1.1 有一种美业店叫“别人家的美业店”

在美业店发展繁盛的今天，有些店铺瞬间关门大吉，有些店铺却可以持续经营，有些店铺更是历经上百年而繁盛不衰。为什么让我们羡慕

不已的，总是“别人家的美业店”？今天，我们不妨先来看一下，什么叫作“别人家的美业店”。

位于爱尔兰的 Sam 理发店是一家“古老”的理发店，已经传了四代，有一百多年的历史。在当前这个传统经营方式备受互联网和个性化经营冲击的时代，这家理发店却依然繁荣地发展着。我们来看一下它长久之不衰的原因。

首先，客户在 Sam 理发店可以喝到纯正的香浓爱尔兰咖啡。

试想一下，客户在等候服务的同时，往吧台上一坐，叫一杯咖啡，耳边是舒心的爱尔兰民谣，就这样在午后阳光下慢慢享受美好的“等候”时光，该是多么美妙的体验啊！

其次，客户购买美容产品之后，店铺会提供传统的热毛巾剃须。

再次，店铺内的设计采用了非常有质感的复古材料，比如旧木头、仿古镜等，客户在这里能体验到浓浓的历史感。

最后，服务人员热情款待，个个都会讲笑话。

多数美业店服务人员往往通过笑容、肢体语言等表达自己的服务态度，但是 Sam 理发店的服务人员不仅通晓这些，还个个都会讲笑话，每一位客户都能在服务人员的引导下，带着笑容坐上理发椅。

这么美好的体验，客户在享受了一次之后，当然愿意第二次登门了。

再来看一个我们国内的“别人家的美业店”——新颖美业店的成功之处。

来自上海的薛青是新颖美业店的店主，旗下拥有三家美睫沙龙店。这位老板原本只是一名普通理工男，在创业激情的驱使下，他一边工

作一边进修了上海交通大学工商管理硕士学位，在 O2O 的互联网大潮中，冲进了美业界。

薛青的第一家门店叫“稻荷の睫日式美睫”，位于上海八佰伴地区的繁华地段，客流量很大。薛青一开始加盟的是日本松风睫毛总代理，后来他经过专业美业管理学院的培训，对美甲美睫行业的技术要求和运作模式渐渐找到了感觉，第一家店终于在一年后实现了盈利。有了第一家店的经验，他的另一家分店——闵行店在开业后第二个月就顺利实现了盈利。

在薛青的美业沙龙店里，几乎看不到美甲桌的影子，代替它们的是几套芝华仕沙发。薛青认为，客户是至高无上的，一定要给他们足够的舒适感，于是在环境和硬件设备上都尽量达到最优质的水平。此外，薛青店铺内的美甲、美睫技师都接受过专业的技能培训，从而保证了即使面对再高难度的服务要求，他们都能应对自如。

不仅在硬件、软件上达到了标准，薛青还将传统美业与互联网结合，通过 PC 和移动端连接线下服务，整合从营销、服务到反馈的闭环。同时，他还通过数据管理量化客户的消费习惯，并以 O2O 模式经营，建立了会员管理系统和店铺管理系统。可以说，薛青的美业店，无论是在技术、人力还是在服务上，都做到了无可挑剔的程度，这样的店铺自然能赢得客户的广泛认可并在市场竞争中占据一席之地。

当然，类似于 Sam 理发店和薛青美业店的案例不在少数；从它们的成功经验中我们可以看出，“别人家的美业店”之所以会成功，是因为它们足够重视客户体验并且有自己的特色，而要做到这些，需要

在开店前做大量的准备工作，而且要确定符合当前市场的店铺定位。因此，开店绝不是一件随随便便的事情，而是一件需要认真对待的事情。

1.1.2 开店≠自由

很多人觉得开店就代表自由，代表自己从此可以脱离朝九晚五的固定上班模式，再也不需要打卡上下班，也不需要担心老板高兴不高兴，更不会因为迟到被扣钱。所以，很多年轻人往往是出于对“自由”的向往而加入了创业开店的队伍。他们不知道的是，开店与自由从来不能画等号。

成功的创业者会告诉你这样一个道理：开店比上班更辛苦（图 1-1），开店甚至等于抛弃了自由。为什么这样说呢？

第一，创业开店必须要有极大的心理承受能力

第二，创业开店需要更多的自制力和勤奋

图 1-1 开店的辛苦

1. 创业开店必须要有极大的心理承受能力

如果你天生在心理上对压力的承受能力不足，一定不适合创业，因为创业过程中要承受的压力绝对超乎你的想象，它甚至会让你崩溃。

比如，有可能在最初的三个月甚至半年的时间里，你的店一直处于亏损状态，没有任何盈利，你需要不断往里注入大量金钱和人力。这样的压力你能顶得住吗？再比如，你店内的技术人员惹恼客户后“开