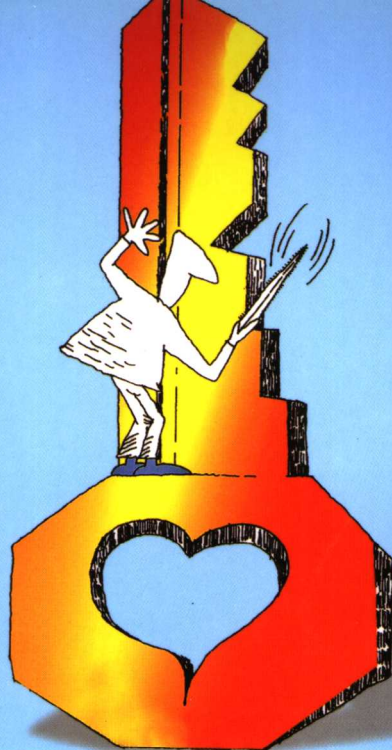


● 明晰 正反案例加点评
● 实用 案例来自发廊一线
● 轻松 全彩漫画读本



发廊经营必读
12位业界精英鼎力推荐

美 发 店 赢 利 实 用 法 则

发廊经营 **细节** **制胜**

编著 周书领 李 萍
漫画 苏 晨



辽宁科学技术出版社
LIAONING SCIENCE AND TECHNOLOGY PUBLISHING HOUSE



发廊经营
细节制胜

FALANG JINGYING XIJIE ZHISHENG

美发店赢利实用法则



编著 周书领 李萍
绘图 蔡晨

江苏工业学院图书馆
藏书章

图书在版编目 (CIP) 数据

发廊经营 细节制胜: 美发店赢利实用法则/周书领, 李萍编著; 苏晨漫画. —沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2006.9

ISBN 7-5381-4780-2

I.发... II.①周... ②李... ③苏... III.理发—服务业—商业经营 IV.F719.9

中国版本图书馆CIP数据核字 (2006) 第070880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: 辽宁彩色图文印刷有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 180mm × 230mm

印 张: 9

字 数: 100 千字

印 数: 1~5 000

出版时间: 2006 年 9 月第 1 版

印刷时间: 2006 年 9 月第 1 次印刷

责任编辑: 李丽梅

封面设计: 程天成

版式设计: 程天成

责任校对: 东 戈

定 价: 36.00 元

投稿热线: 024-23284354

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

邮购热线: 024-23284502

http: //www.lnkj.com.cn

《发廊经营 细节制胜》专家顾问及评语

(排名不分先后)

《发廊经营 细节制胜》这本书是为美发界量身打造的通俗读物，易读、易懂、实用。

广州市八佰伴美发美容连锁机构总经理 许少丽

有志于加入美发这个朝阳行业的年轻人，建议你细读这本为你准备的《发廊经营 细节制胜》。

圣千慧美容美发学校校长 邵元富

思想是原因，行动是结果，这本书能更新你的观念，教给你行动的方法，助你走向成功！

亚洲流国际发型艺术研究机构主席 刘金汨

美发行业图书见得不少，这一本让我眼前一亮！

广东美容美发协会常务理事、中国发型艺术大师 许必坚（牛叔）

世界上的事难就难在“用心”二字，这本图书之所以深受市场欢迎，我想这两个字是最好的解释。

香港环球美发美容协会主席 赖维安

创新无止境，《发廊经营 细节制胜》走出了可贵的一步。

意大利梵彩化妆品公司总经理 李汉周



看到《发廊经营 细节制胜》，很高兴，这是国内少见的一本通俗化的漫画读本，很适合发廊从业人员阅读。

广东人荣实业发展有限公司总经理、《美容美发·发型师》杂志副社长 冯胜文

简单朴实而且富有成效才是最真实的，这本书最大的特点是简单、有效、做得到。

粤港澳国际教育机构校长 张勇

这本《发廊经营 细节制胜》意在通过对比发现影响业绩的漏洞和不足，提高服务的质量。我想，它确实做到了。

《CHINA 发廊》杂志总编 程康生

如果你想改变一下，想获得更好的业绩，我建议你看一下《发廊经营 细节制胜》。

星点专业美发造型培训中心校长 戴少华

社会在变，顾客在变，如果你想要有更好的业绩，你得跟着变，而这本书是学习的最合适的书之一。

中央电视台特邀造型师、TOP CUT培训机构技术总监 王宝沣

这本《发廊经营 细节制胜》很实用，很适合发廊人士阅读。

卡丝发型创作组总监 王高旗



序

广东美容美发协会常务理事、中国发型艺术大师 牛叔（许必坚）

我曾经说过：“高素质人才能投身于美发业，是业界之大幸。”这话在不久的今天就得到了又一次的验证，一套“发廊成功天机”刚推出，周书领先生就为我们奉献出又一力作。

这本《发廊经营 细节制胜》继承了周先生系列丛书“语言通俗、全彩漫画、易读易记、量身定做”的一贯特色，而且在贴近性上有了可喜的突破。

它的例子提炼自现代发廊经营的实践，鲜活生动，让你感觉到事情就发生在你的身边；它的编排设计用尽苦心，分为“情景故事、漫画、如果是你、问题分析、应该这样做、赢利法则”等6个部分，对比分析，提炼要旨，让你明白错在哪儿，知道怎样做才对；68个例子概括了发廊经营的68个细节，提炼出从业人员应当记取的68条法则，赞其贴近，实至名归。

目前，美发行业高速发展，2004年的社会产值约为1166亿元，美发业每年保持6%的增长率，可谓前景光明。但同时，在服务方面，大部分发廊还处于起步阶段，在细节处理上更是严重不足，这是制约美发业发展的一个障碍。对美发从业人员来说，认真读读这本书，对比对比，感悟感悟，是当务之急。

期待周先生出更多的好书，期待业内人士因此获得进步。

2006年2月



中奥美发经营管理研究中心

管理是发廊经营的灵魂，随着美发行业的高速发展，发廊经营管理越来越得到经营者的高度重视，中奥美发经营管理研究中心在这种大背景下应运而生，中奥成立以来得到全国美发业的广泛认同，出版了中国第一套为发廊从业人员量身定做的全彩漫画读本——《赢在管理》《怎样与顾客沟通》《在惨烈的发廊PK中胜出》《促销招招鲜》《怎样提高外卖》《如何让顾客回头》，更多更全的发廊管理丛书、口袋书正在规划实施中。

本中心以实战为出发点，注重细节，根据当地不同的情景制定不同的经营决策。以优质服务为宗旨，注重实效，全面提高发廊整体竞争能力及生存发展能力。亲自驻店、驻校内训等是我们的培训方式；策划、启动、落实是我们的服务特色；24小时电话咨询，监控您的行为及执行力是我们的工作范围；确保您的利益，使您的企业得到良性发展是我们的职责。

服务项目：

- ①发廊诊断
- ②美发企业形象建立
- ③发廊连锁经营
- ④发廊培训
- ⑤发廊全程管理

中奥美发经营管理研究中心

咨询电话：020-35580168

电子邮箱：138188199@163.com

辽宁科学技术出版社

已出版的美容、美发类图书

美容院经营管理实务

美容院顾客服务方法与技巧

美容院促销与广告策略

美容院经营问题速查手册

专业美容导师读本

塑造一流美容师

美容院店长读本

美容院管理文案范本

美容服务要点及案例评析

美容院核心技术读本——美白祛斑

美容院核心技术读本——脱敏护肤

美容院核心技术读本——除皱护肤

美容院核心技术读本——去痘护肤

美容院核心技术读本——美体减肥

美发店经营管理实务

美发店管理文案范本

发型师专业技术160问

日本固定分区剪发技术

白发变黑发

亲爱的读者朋友，如果您对上述图书的内容及形式有何意见和建议，欢迎来电或来函与我们交流，我们将不胜感激！同时，我们也热切地希望您能踊跃投稿。

投稿热线：024-23284354 lnstp@mail.lnpgc.com.cn 联系人：李丽梅

地 址：沈阳市和平区十一纬路25号 邮 编：110003

邮购热线：024-23284502 23284375 联系人：何桂芬





目 录

第一篇 细节制胜 赢得顾客 /001

第二篇 美发店赢利的68条法则 /009

01. 内部工作人员切莫在顾客面前争论 /010
02. 无论什么情况,在为客人提供服务时,都应该一丝不苟 /012
03. 不要说“不”,告诉顾客我们能为他做什么 /014
04. 你是专家,顾客不是 /016
05. 接近顾客的时机过早,反把顾客给吓跑了 /018
06. 了解顾客所需,寻找挽回的技巧 /020
07. 善于诱导顾客说话是引导顾客消费的有效手段 /022
08. 不要问及顾客隐私及有可能伤其自尊的话题 /024
09. 帮顾客找出合适的商品,这是建立良好客户关系的技巧之一 /026
10. 表达应抓住客人的关注点 /028
11. 敬语可拉近与客人的距离 /030
12. 在顾客服务过程中应尽量避免可能产生的异议 /032
13. 专业服务就是公平对待每一位顾客 /034
14. 处理顾客争议时,聆听安抚,可得其心 /036
15. 细心观察顾客,才能提供合适的服务 /038
16. 勇于承担责任,让顾客享受到你的“错”后服务 /040
17. 与顾客交流时,应该选择不失礼的语言 /042
18. 听而不闻会使顾客认为你对他不尊重 /043
19. 间接的赞美,同样能打动顾客 /044
20. 工作操行要专业且彬彬有礼 /046
21. 巧妙说服女性顾客提高对美发的消费水准 /048
22. 在顾客面前诋毁你的竞争对手,这是非常错误的做法 /050
23. 真正优秀的服务人员都是聆听的高手 /052
24. 说“不”时,要给个理由 /054

25. 引导询问，主动出击，提高服务质量 /056
26. 抓住成交的时机，不要一味被动地等待顾客作决定 /058
27. 基于事实、发自内心的赞美才能引起顾客好感 /060
28. 产品外卖是对顾客服务的一个延伸 /062
29. 女人的价格知觉强于实用知觉——好即是贵，贵即是好 /064
30. 肯定的语气容易打消女性顾客消费的顾虑 /066
31. “来电”的顾客=潜在顾客 /068
32. 盲目地向顾客做连锁推销，不讲究技巧，会让顾客心生厌烦 /070
33. 服务过程中恰如其分地赞美女性顾客，得到她们的好感，可以让她们按你的要求去做 /072
34. 设法引导顾客注意其所满意的服务项目 /074
35. 正确恰当的语言也有利于推销服务 /076
36. 主动为犹豫不决型顾客作出决定 /078
37. 只有超出顾客的满意标准，才能使顾客感动，顾客的忠诚度才有可能提升 /080
38. 我们不能控制自己的长相，但我们能控制自己的笑容 /082
39. 用数字说话，打动顾客消费 /084
40. 善于运用肢体语言，反映服务水准，有时能深深地打动顾客 /086
41. 为客人服务时，应善于观察，消除潜在的不满 /088
42. 及时道歉，消除误会 /089
43. 异议提出后应立即予以解决 /090
44. 在外卖时，要进行“四个确认” /091
45. 微笑在美发服务中能带来意想不到的收获 /092
46. 小小的道歉可将客人的不满消于无形 /094
47. 主动告诉顾客有额外的服务，让顾客有机会感受你们的贴心服务 /095
48. 在服务过程中，灵活掌握反馈方式，达到良好的沟通效果 /096

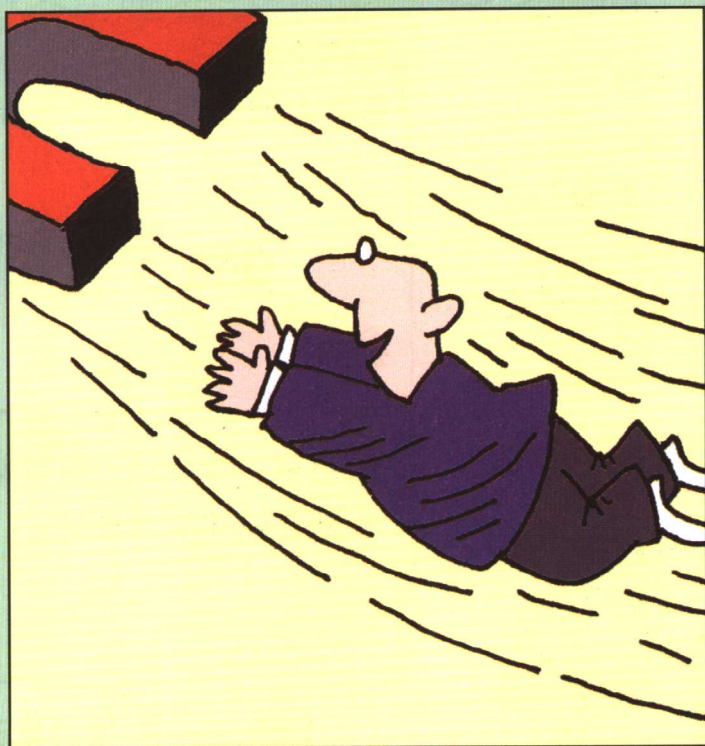


- 49. 道歉之后更要有实际的行动 /098
- 50. 当顾客有异议时, 要“先认同, 再说明” /100
- 51. 冷漠是赶走客户的有力武器 /102
- 52. 引导顾客对品质而不是对价格在意, 抱怨便会自动消除 /104
- 53. 要善于突出美发的优点和它能带给顾客的利益, 把价格挤到一个次要的位置 /106
- 54. 在对老年人服务过程中, 可以从身体健康、生活经历、年龄和家庭去赞美他们 /108
- 55. 顾客的话是一张藏宝图, 顺着它可以找到宝藏 /110
- 56. 巧妙处理顾客抱怨, 化抱怨为商机 /112
- 57. 对顾客异议实行补偿, 使他们获得心理平衡, 愿意重新接受你的服务 /114
- 58. 仔细聆听, 达成服务的秘密尽在其中 /115
- 59. 天底下好的赞美就是选择对方最心爱的东西、最引以为自豪的东西加以称赞 /116
- 60. 服务应该一丝不苟, 客人在与不在都一个样 /118
- 61. 转化矛盾, 变消极为积极, 从而促使顾客消费 /120
- 62. 微笑服务, 不只是脸上挂笑, 而是真诚地为顾客服务 /121
- 63. 虚心请教是一种高超的赞美方法 /122
- 64. 良好的电话沟通是发廊服务人员应掌握的基本技能 /124
- 65. 勇于承担责任, 自然会赢得顾客 /126
- 66. 针对顾客提供个性化的服务, 让顾客有满足感, 这样就留住了顾客, 也就留住了财源 /128
- 67. 作为服务人员, 你永远没有理由漠视顾客的需求和感受 /130
- 68. 服务人员向顾客诉求时, 要从正面来表达, 千万不要进行负面诉求 /132

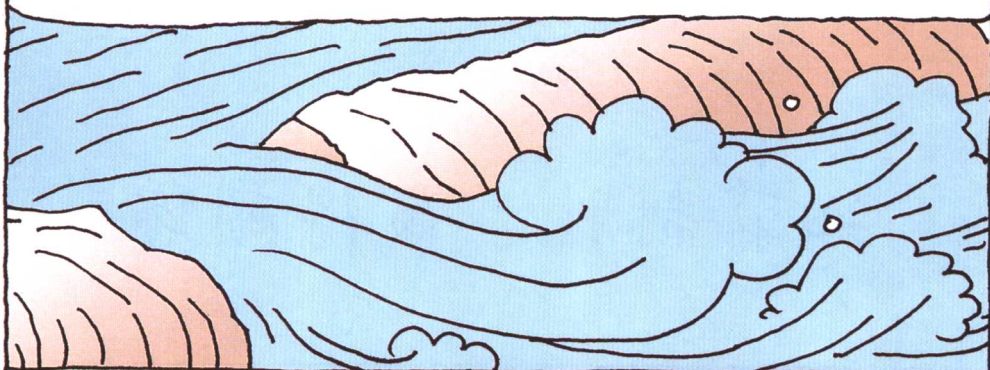
后 记 /134

第一篇

细节制胜 赢得顾客

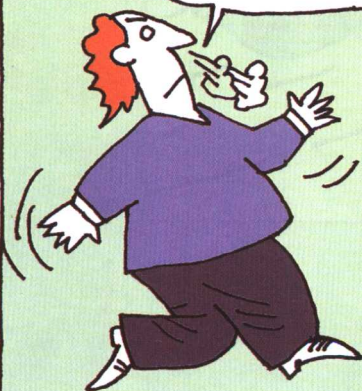


导致大堤崩溃的，不是用材和施工，而是一个小小的蚂蚁穴。



同样的道理
吸引顾客
需要多方面的努力
丢失顾客
往往只因为一个细节

再也不来这里了!



蚁穴不易被发现

服务上的失误自己往往难以察觉



通过别人看自己，提高警惕，将
有助你快速取得成功。



原来是这样!

发廊失败的原因可谓多种多样，但是大多数失败的情况无非是由以下三种与顾客有关的因素造成的：

1. 缺乏足够的顾客。
2. 缺乏过硬的技术。
3. 缺乏顾客所需要的服务。

在各类与顾客有关的发廊倒闭的现象中，有80%是因为缺乏足够的顾客而出现的。而之所以缺乏足够的顾客，要么是因为发廊未能招徕足够多的顾客，要么是因为它让已有的顾客也流失了。

下面，我们将举例对一些即将倒闭的发廊进行分析。
这些画面反映出了什么问题？



阿丽和阿杰决定要开办一家发廊。由于他们两人都喜欢美发，因而开办一家发廊好像是一种非常理性的选择。他们与美发产品批发商取得了联系，挑选了他们中意的一系列美发产品，并为发廊起了一个名字——创颜时尚发廊。他们租了一家店铺，在门口打出了一个醒目的招牌，在附近散发了一些宣传单，然后便坐了下来，期待顾客们争先恐后地到他们的发廊进行美发服务。



他们每天从上午9点一直坐到夜间10点，并且这样一连过了数月之后，他们最终意识到实际情况并非像他们原先想象的那样一帆风顺。因为，来他们发廊的顾客寥寥无几！



阿君选择了一条稍微有些不同的道路。他们加盟了一家发廊连锁机构。总店为他们提供了标准的训练，并就如何使发廊赢利和降低成本给他们提出了许多宝贵意见。但是，关于如何与街对面的艺彩发廊进行竞争，他们却没有得到太多的建议。结果，艺彩发廊的顾客多得似乎难以计数，而阿君发廊的顾客却少得可怜。



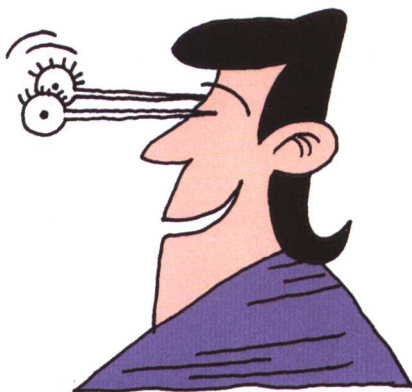
最后，我们来看一看阿林的情况吧。阿林的问题稍微有些特殊。他的发廊开张3年来一直效益良好。但是，自从附近开了一家“名匠美发店”后，他的发廊效益便陡然出现下滑，最终不得不以关门而告终。名匠美发店以其服务和极具竞争性的价格而闻名。事实上，这家发廊如此成功地压制了自己的竞争对手，以致美发行业送给了他们“价格杀手”的称号。试想，阿林的发廊如何能竞争得过这样一个美发行业巨霸呢？



从这些例子中我们可以看到，很多发廊都存在这样或那样的问题。事实上，这些问题对于发廊来说构成了唯一的致命因素，即未能赢得顾客。不要仅仅让他们考虑是否来消费，不要仅仅让他们消费一次或两次，一定要以长远的眼光赢得他们，这是所有成功的发廊或发廊老板所具备的特点。

只要你将本书对你的指点付诸实践，我相信就赢得顾客的能力来说，你将遥遥领先于他人。这个过程看起来虽然简单，但是做起来却非易事。你不但可以将其应用于任何组织，而且还可以将其应用于各种关系。也就是说，这里提供的方法不但有助于一个人在发廊经营方面取得成功，而且还可以用来巩固婚姻和家庭关系。竞争制胜的技巧是相同的，然而你的成功仅仅取决于以下四种因素：

用长远眼光赢得顾客
是发廊老板成功的特点



1. 是否注意到了“细节”。
2. 是否注意到了现有的技巧。
3. 是否愿意试验新方法。
4. 是否坚持一致性原则。



简而言之，本书将向你介绍如何在发廊经营中利用细节制胜，增加顾客的数量，并尽可能地赚取最大的利润。

所有这些例子最终说明了一点：不能注重细节赢得顾客是导致发廊失败的最重要的原因。那么，我们如何才能克服这个问题呢？你能这样问，我感到很高兴！本书所谈论的正是这个问题！在本书中，你将会读到一些与众不同但却富有成效的做法，你可以采取这些做法来赢得顾客，尤其是能够赢得忠实的回头客！

细节制胜赢得顾客的过程有两个步骤：

1. 吸引和调动顾客来发廊消费。
2. 留住(如果有必要，赢回原来的)顾客。

