

诱人项目，美丽工程

低门槛，高利润，回报快，“钱景”滚滚……

层出不穷的推销手段，新颖独特的经营模式，盈利滚滚的服务项目

揭秘 美容美发店 赚钱的门道

曾仕娟◎著



致力赢得顾客钟情，轻松赚得盆满钵满
深度挖掘赚钱玄机，倾力授予赚钱之道

MEI RONG MEI FA DIAN ZHUAN QIAN



现代出版社
MODERN PRESS

揭秘 美容美发店 赚钱的门道



曾仕娟◎著



现代出版社
MODERN PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

揭秘美容美发店赚钱的门道 / 曾仕娟著. —北京:
现代出版社, 2010. 7

ISBN 978 - 7 - 80244 - 766 - 0

I. ①揭… II. ①曾… III. ①美容 - 服务业 - 商业经营
②理发 - 服务业 - 商业经营 IV. ①F719. 9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 119383 号

作 者: 曾仕娟

责任编辑: 陈世忠

出版发行: 现代出版社

地 址: 北京市安定门外安华里 504 号

邮政编码: 100011

电 话: 010 - 64267325 64240483 (传真)

电子信箱: xiandai@cnptc.com.cn

印 刷: 北京东海印刷有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16 开

印 张: 16

版 次: 2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 80244 - 766 - 0

定 价: 30.00 元

版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载

前言

美容店是销售美丽和梦想的场所,女人爱美,“面子功夫”和“魔鬼身材”是一项都不能少,所以各式各样的美容院如雨后春笋般出现,一家挨着一家,但这些美容院是否都能赚钱呢?美容市场虽然大,但竞争也是异常的激烈,仅凭大而全或者降低价格来吸引顾客,也并不一定完全有效。

爱美的薇薇是某美容院的常客,一年以前她开始做皮肤护理,那时候并不太喜欢打扮,有一次在百货大楼逛街时有人送了她一张免费美容卡,就试着去做了一次脸部皮肤护理。做完之后,感觉非常好。在美容师的鼓动下,又购买了她们的一套护肤品,包括洗面奶、爽肤水、润肤露、润肤霜、卸妆水在内的五件套。后来还购买了一张美容月卡,每周做一次至两次脸部皮肤护理。女人的钱就是这么好赚!正如商业教父著称于世的犹太人说:“如果你想发财,就赚女人钱。”这句话影响了整个世界,被商业人士常挂嘴边。

据相关权威机构调查,美容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”,巨大的商机已经开始凸现,而中国即将成为世界上最大的美容国。显而易见,美容业是一座潜力巨大的金矿,对投资经营者、创业人士而言,无不心动。但谁能紧紧地抓住这个巨大商机呢?在美容美发店盛行的狂潮中,不必和千军万马一起挤独木桥,另辟蹊径其实一样可以成功。盲目的追随者是永远分享不到美容这块大“蛋糕”的,开店最怕一哄而上,只有独辟蹊径,才能把店铺变成旺铺,才能把生意做得红红火火,才能赚大钱做大事。

纵观国内外成功的美容业营销案例,无论是投资创业者,还是资深经营者,积极创新努力挖掘自身特色,提升服务质量和选取经营项目都是非常关键的。

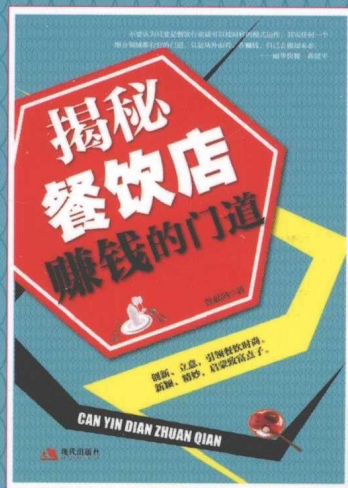
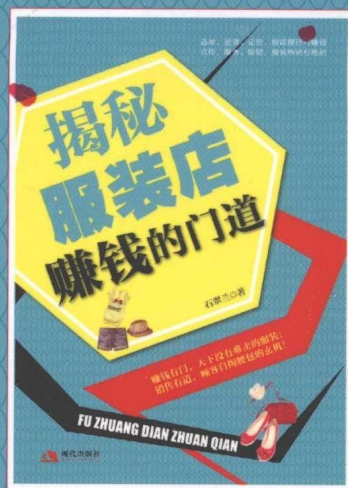
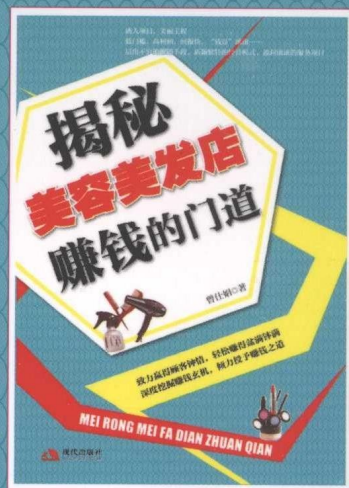
简言之,在美容美发业想赚钱首先得掌握其中的门道。

本书内容丰富,具有很强的实用性,其中篇篇新颖,多方面透视美容美发行业的成功“秘诀”:独具匠心的个性化美容美发经营模式,使您步步为营、稳扎稳打成就财富。技高一筹的美容美发服务妙招,使您客源不断、稳步发展;出奇制胜的新鲜点子,吸引顾客眼球,给您带来滚滚财源……它是初涉美容界人士的行动指南,更是行家老手的“囊中瑰宝”。

全面了解美容美发这一行业的门道、诀窍,定能启发和唤醒您在美容美发方面赚钱的潜能。用智慧巧妙创造出属于自己的一套经营模式,为您探寻美容美发店成功门道,找到一条通往财富的捷径,让创造财富变得如此简单。

曾仕娟

市场营销硕士毕业，高级美容美发顾问，多年从事美容业经营，深谙美容行业潜规则，对美容业的经营门道有自己的独到见解。





目 录

第一章 美容美发店有人这样开

- 1.1 “不瘦不要钱”的美丽诱惑/3
- 1.2 按揭美容，提前享受美丽/7
- 1.3 塑造“精油神话”，让顾客为此惊叹/12
- 1.4 美发店超低价位，暗藏玄机/16
- 1.5 一流发型设计师，高开价/21
- 1.6 赚口碑生意，与顾客建立情感链/25
- 1.7 绕开经营误区，千万别这样开店/30



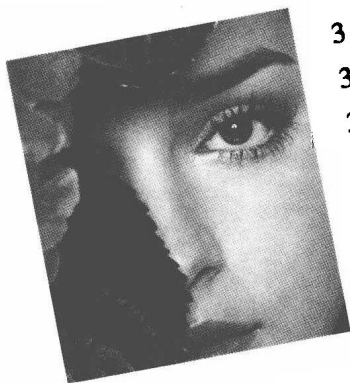
第二章 因人施伎，美容美发灵活定价

- 2.1 美容店，定价玩的是“机动”/39
- 2.2 量身定做，美容产品蕴藏如此商机/43
- 2.3 价格翻倍，滞销品立马畅销/49
- 2.4 “折价促销”，形象不掉价/54
- 2.5 “价格战”透视美发沙龙定价策略/59
- 2.6 巧立名目，美发店赚得盆满钵满/63





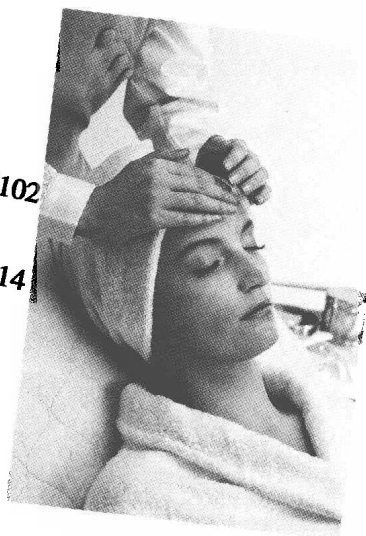
第三章 光鲜靓丽，美容美发偏好贵族



- 3.1 奢华享受心理，女人愿为梦想买单/71
- 3.2 高端化，让1%产生800%的利润/76
- 3.3 “情调”装修，提升美发店的档次/80
- 3.4 美容美发行业的高端化趋势不可遏制/85
- 3.5 一流“硬件”+高标准“软件”才是赚钱王道/90

第四章 医疗美容，美容馆的擦边战略

- 4.1 丰胸保养，中医美胸/99
- 4.2 晒不黑的秘密，美白针真有那么神奇/102
- 4.3 刮痧保健疗法，养生养颜两相宜/110
- 4.4 快速瘦脸，人人都想变标准小脸美女/114
- 4.5 排毒养颜，美丽就那么轻松/118
- 4.6 激光美肤，找回不一“斑”的感觉/122





第五章 顾客“免费”进门，“破费”离开

- 5.1 免费消费有所不免，如何留住初次上门顾客/131
- 5.2 拆解被拒局面，攻破顾客防线/135
- 5.3 “操纵”顾客，放长线稳定顾客/140
- 5.4 抓住顾客心理，快速促成“买单”/143
- 5.5 贴心服务，带动“瘾”性消费/148
- 5.6 撒下天罗地网，火爆拓客/152
- 5.7 美容美发消费年卡，稳定顾客/157



第六章 美容美发用品，来源应有尽有

- 6.1 浪淘沙，火眼金睛识好产品/165
- 6.2 连锁加盟，并非高枕无忧/169
- 6.3 做个精明的进货商，低价拿好货/175
- 6.4 项目翻新玩新花样，顾客嗜好新鲜/180
- 6.5 自制产品，疗效留人/184

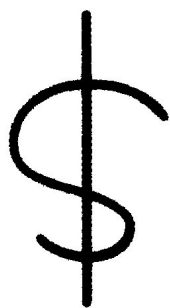




- 第七章 推销手段层出不穷，让顾客感受增值
- 7.1 美容院全年促销方案，赚钱闲不住/193
 - 7.2 男士美容店，未开发的“金矿”/198
 - 7.3 新奇各异的美容经营模式/203
 - 7.4 只有淡季的思想，没有淡季的市场/207
 - 7.5 游乐王国里的儿童理发店/213
 - 7.6 招揽生意，美发店奇招尽出/218
 - 7.7 概率营销，寻觅上门顾客/224



附 录 /230



第一章

美容美发店有人这样开



- ▶1.1 “不瘦不要钱”的美丽诱惑
- ▶1.2 按揭美容,提前享受美丽
- ▶1.3 塑造“精油神话”,让顾客为此惊叹
- ▶1.4 美发店超低价位,暗藏玄机
- ▶1.5 一流发型设计师,高开价
- ▶1.6 赚口碑生意,与顾客建立情感链
- ▶1.7 绕开经营误区,千万别这样开店



1.1 “不瘦不要钱”的美丽诱惑

如今,几乎所有的美容院都在做减肥项目。许多顾客花了大价钱参加过许许多多的减肥项目:如“针灸减肥,穴位减肥,埋线减肥,按摩减肥,桑拿减肥”等;购买过多种多样的减肥仪,有国产的,有进口的,有几千元一台的,有几万元一台的;使用各种纤体舱,太空舱,蒸气房之类的减肥设备……但是,当试用过这一切的减肥手段之后发现……现在的顾客越来越精明,早就看穿了这套小把戏,这些套路早就不灵了。

揭示低价减肥的消费过程

“三天嫩肤美白”、“七天瘦身”等夸张宣传。懂行的人认为这种广告只不过是跟科学开了个玩笑,求美心切让女同胞甘愿往“坑”里“奔”。某药科大学大四女学生青青从小就胖,马上快要毕业找工作了,终于在一家美容院“10天瘦10斤,不瘦不要钱”的诱惑下心动。花了将近两个月的生活费800元办了美容卡。两个月过去了,青青依然“胖并苦恼着”。

1. 借以低价减肥吸引顾客。

美容院凭借广告上说的“300元保证掉5公斤,可签约减肥”等诱人的话语,吸引顾客来到美容院,然后通过点穴和食谱减肥等手段,顾客一周基本都能瘦10斤左右,速度非常惊人,变瘦的顾客很满意地走了。可没过两周,顾客就会出现反弹。这时,美容师就会说这是因为没排毒,排毒就好了,顾客减肥心切,于是同意排毒减肥。美容师这时会向顾客介绍号称“国际名牌”的排毒产品,其实这都是一些不知名的牌子,但价格却是当初300元减肥的两倍、三倍甚至更高,一周之后再次减掉10斤左右,顾客又很高兴地走了。



赢利心经

2. 不停反弹是因为治疗不够。

排毒减肥一段时间以后,顾客的体重还会反弹,再次来到美容院时,美容师就会说需要做调理,产品更贵。一顿吹嘘之后,又推荐各类价格不菲的调理产品,一周之后又瘦了。顾客隔十天半个月,又反弹了,这时候美容师又说没做治疗,会推荐比之前的价格翻了几倍的产品,做了一周又瘦了……

反反复复都是那5公斤左右的体重,其实这些过程的减肥方法都一样,而产品也没有那么贵。但美容院却层层递进,美容师至少从每位顾客身上赚到5000元左右,有的能达到1万元,最多的甚至达到七八万元。其中一些减肥的女性,还会被美容师怂恿买美容产品和内衣等,其实也没有那么多神奇的功能,一套好内衣进价也就百元左右,但却可以卖到5000~8000元不等。

3. 运用心理战术。

“那治疗减肥后又反弹怎么办?顾客来找咋办?”对此,最后一站,就是打心理战术。美容师会有很多话等着,比如有的顾客结婚生小孩,就说生育后导致身体肥胖,或者说暴饮暴食、吃药有激素等等,总之有很多搪塞的理由。顾客因多次减肥后周而复始出现反弹,导致没有自信心,心里往往也不会觉得被骗。

当然,不是所有的减肥对象都是这样的,也有真正能起到减肥作用的,但很少。想给那些想要减肥的人士提个醒,减肥要通过科学的方法,不要相信那些所谓效果神奇的减肥产品,要到正规的减肥机构去。

中医减肥为何如此火热

某小区外边的一条街上有20多家店铺,其中美容院纤体馆有七八家。而几乎每一家都提供了中医减肥。其中一家小店,不仅出售各种化妆品、保健品,还把“300元保减5公斤”的横幅广告挂到了店外,而服务员的服装也和医院的护士相仿。

“我们是绿色减肥,一次只减半斤。根据每人的体质不同,想减掉5公斤肉,需要二三十天。”该店老板说。她坚称不会有任何副作用,还介绍,如果减不掉5公斤,将退款,减肥者还可以和美容院签订合同。



1. 手法相同,价格自由定。

虽然都是“中医减肥”,但各医院、美容院报价却相差悬殊。同是一个减肥方法,同一疗程的费用可能相差十几倍。如针灸减肥,有的美容院 140 元/20 针,有的 600 元/20 针,有的则报价 1000 元/20 针,装修豪华的美容院则报价 2000 元/20 针,相差 10 多倍。同样,有的小店点穴减肥报价 300 元一个疗程,有的则报价上千元。

设在高档社区内的报价可高达 2000 元的针灸减肥,并不比其他店提供更多服务,唯一的不同在于,店面装修豪华,社区居住人群消费能力较高。而报价在 100 多元的美容院则店面装修简单。

2. 贵的不是银针,是技术。

之所以美容院纷纷开展中医减肥的项目,主要是有巨大的利润空间。中医减肥的成本并不高,如针灸、针刺,掌握技术是核心,针本身的成本非常低。“100 根一次性针灸针的价钱还不到一把手术刀的价钱。”据业内人士透露,一根针成本在几分钱,一般一位顾客一次使用 10 根针,20 次一个疗程使用 200 根针,成本十几元。所以收取几百元甚至上千元的费用,可以说是一本万利。而点穴、推拿、拔罐都是只需要人力成本,不需要物质成本投入的。但由于技术的神秘性,顾客就欣然接受不合理的价格。

3. 减肥原理:抑制食欲为主,分解脂肪为辅。

无论是中药减肥,还是针灸按摩减肥等,几乎所有的中医减肥方法的原理都是相同的,就是“调节经络、调节内分泌、调理脾胃、抑制食欲、分解脂肪”。顾客选择“中医减肥”的原因,基本都是因为其为物理医学、对人体副作用小。

体重 120 公斤的罗女士通过针灸减肥有时候一次可以减三四斤,有时候减几两,体重整体是往下走的,对于针灸减肥,她还是抱有信心。最成功的一个顾客在一个疗程减了 30 公斤,不过她的“基数”大,体重超过 100 公斤。

几乎所有的“中医减肥”机构都要给顾客提供一个“食谱”,严格要求顾客配合进食。有的点穴减肥要首先“净肠”,要求顾客 24 小时连水都不能喝,是比较苛刻



的。如果一个人不吃饭,肥胖就变为不可能完成任务。至于是否分解脂肪,顾客就很难确认了。

美容店的减肥“助手”

1. 减肥中心的“三件法宝”。

一般情况下,减肥中心帮顾客实施减肥计划之前,都会让顾客照镜子、称体重,这是第一步。而问题就是从这第一步开始的。据业内人士透露,一般减肥中心的镜子可称为“神镜”,他们利用的是凹透镜使物体宽大的原理,使顾客发现自己的体形比平日里更为臃肿。而当减肥计划结束时,美容院就会反其道而行之,将凹透镜换为微微有些突出的凸透镜,让顾客的身材变得纤细修长。

在整个减肥计划中,还要再配合使用能伸缩的“魔尺”。通常是在减肥之前,先用普通的皮尺量一下腰围、臀围等部位,而在最后一天,他们会用一个比一般的皮尺刻度大一点的特制皮尺,来量顾客的腰围、臀围的尺寸,由此,减肥的“效果”就不难体现出来。

另外,不准确的“专用减肥秤”也是一种利器。在减肥前称体重时,他们会悄悄地将指针往大调上1~2格;减肥计划结束后,服务人员又会悄悄地将指针往回调1~2格。

2. 模糊减肥的具体标准。

减肥!减肥?减掉多少“肥”是顾客最关心的。减肥中心也正是抓住这种心理,在顾客入会之前会告诉顾客,你将能减掉多少斤。这也是他们广告中经常出现的,或者是“效果明显”,或者是“可减6~8公斤”。但可千万别轻信,这里面门道很多!首先,“效果明显”本身就是个模糊概念;再说,人人能减6~8公斤,那顾客要是只有45公斤,减到35公斤还不得飘着。所以,诚实的减肥广告应该宣传减肥效果因人而异。

3. 低价背后的连环消费。

随着竞争的激烈,减肥中心也迎来了价格大战。有些减肥中心利用顾客“少花钱,多办事”的心理,以低报价来吸引客源。而一旦报名后,名目繁多的额外费用就