

最新

美容美发店 旺铺赚钱术

王 丹 著

真实案例+科学理论，打造美容美发超级诱惑

推销手段+经营模式，揭秘项目新颖盈利秘密

最新赚钱术，帮你轻松赢得客户的心，快速赚取多多的金！

企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



最新美容美发店 旺铺赚钱术

ZUI XIN MEI RONG MEI FA DIAN
WANG PU ZHUAN QIAN SHU

王 丹 著



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

最新美容美发店旺铺赚钱术 / 王丹著. — 北京: 企业管理出版社, 2014. 8

ISBN 978 - 7 - 5164 - 0909 - 1

I. ①最… II. ①王… III. ①美容 - 服务业 - 商业经营 ②理发馆 - 商业经营 IV. ①F719.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 165607 号

书 名: 最新美容美发店旺铺赚钱术

作 者: 王 丹

责任编辑: 杜 敏

书 号: ISBN 978 - 7 - 5164 - 0909 - 1

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68701816 编辑部 (010) 68414643

电子信箱: 80147@sina.com

印 刷: 香河县宏润印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米 × 240 毫米 16 开本 16 印张 235 千字

版 次: 2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

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。

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显,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。

作者



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



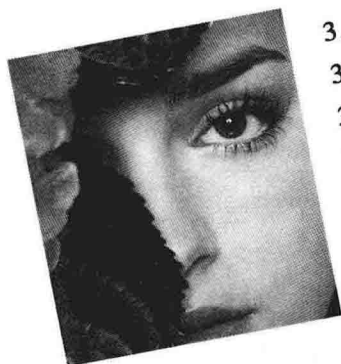
第二章 因人施伎，美容美发灵活定价

- 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





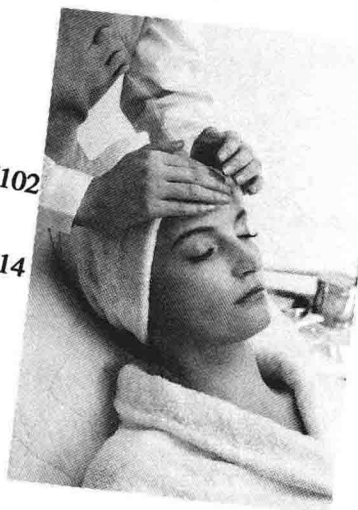
第三章 光鲜靓丽，美容美发偏好贵族



- 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。



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。如果一个人不吃飯,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



会铺天盖地袭来,像什么服装费、场地费、器材费,甚至于洗澡费、存衣费等。

所有爱漂亮的顾客在报名前,最好向老顾客询问一下她们一年或一期要支付的全部费用是多少,然后再综合对比一下,把减肥的质量放在第一位,其次才是费用。

1.2 按揭美容,提前享受美丽

据了解,在欧美国家,美容已成为家常便饭,随便点击一家美容沙龙的网站,各种不同的价目和付款方式便映入眼帘,其付款方式可采用现金支付,也可采用信用卡方式付款,且有各种不同的折扣和按揭方式。其中,近年来最受人欢迎的是零首付的分期付款方式。由于有“分期付款”这一消费方式存在,尽管整容业价格不菲,追求美丽的人们还是不惜将大笔的钱投进去。

按揭美容,为美丽投资

黄小姐最近有了一种新的消费模式,即分期付款做医疗美容项目。她在某整形医院切割双眼皮,总共花费 2300 元钱,最后在医院结账时,轻松使用信用卡在 POS 机上一刷便省去了许多繁杂程序,这不仅是一种取巧的方式,也是如今流行的一种“美丽”投资方案。

究竟什么是“按揭美容”呢?“按揭”一词源自英语“Mortgage”,其含义即为“抵押贷款”,又为“商品房抵押贷款”。“按揭”具有房地产抵押及分期还款两层含义。它是指按揭人将物业的产权转让于按揭受益人(银行)作为还款保证,还款后,按揭受益人将物业的产权转让回给按揭人。具体地说,按揭贷款是指购房者以所购得的楼宇作为抵押品而从银行获得贷款,购房者按照按揭契约中规定的归还方式和期限分期付款给银行;银行按一定的利率收取利息。如果贷款人违约,银行



有权收走房屋。“按揭美容”，就是针对一些数千元甚至上万元的高价位美容服务项目和办理年卡而提出来的。顾客可以先付总款的20%~30%，剩下部分按一定比例单次支付，直至美容项目做完，款也还完。

按揭美容的好处在于：首先，大大降低了顾客消费高端美容项目的门槛，从而提高美容院销售业绩；其次，消除了顾客认为美容院“圈钱”的疑虑。由于现实中出现很多美容院收钱后玩“蒸发”的现象，让顾客很害怕一次性付出一大笔钱，这个方法赢得了顾客的信任；再次，非常有利于美容院高端项目的推广；最后，满足了更多顾客的心理需要，找到了心理平衡点，可以与有钱人享受同样的美容服务了！

1. 按揭隆鼻：总价15000元每月还数百。

买房、买车的惯用方式分期付款，现在也出现在整形业。“按揭整形”的整形缴费方式一露面，就受到不少爱美人士的追捧。

陈小姐在一家私人公司任职文员，刚刚得知可以像供房子一样“供整形”时，她觉得不可思议，为此还考虑了一个多月才递交了申请材料。从小她就对自己的塌鼻梁不大满意，考虑隆鼻整形已有两年时间了，但选择怎样的隆鼻材料一直让她犹豫不决：便宜的材料价格可以接受，但不是最好的选择；贵的材料要上万元，以自己的收入能力目前却负担不起。整形毕竟是一辈子的事，要做（整形）就一次到位，不希望做了不好再做。陈小姐冲着“按揭整形”四个字挑选了15000元的隆鼻材料。在递交了身份证明、物业管理费复印件的第五天，陈小姐收到了施术单位通知进行手术的电话。陈小姐称，虽然自己每月比单供楼时得多交几百元钱给银行作为手术费，但一年就可以还清隆鼻的费用，还是承受得起。

2. 受白领一族的青睐。

对按揭整形感兴趣的，多数是中等收入，也有部分收入较低者，其中每月三五千元的“小白领”最多。医疗美容说白了是一种冲动消费，一般月入三五千元的爱美者对一万元以下的隆鼻、割双眼皮等小手术更能接受，因此按揭整形一现身，最先



触动的就是她们。

申请人一般首付5%手术费后,可以选择此后的6个月、12个月甚至24个月为贷款期。平均每千元月供为47~180元,一般有较稳定工作的人士都能承受。这种以5%手术费为首期的分期付款整形方式最吸引人之处是申请难度低。目前医疗美容贷款属中小额贷款,每人贷款金额在2000~5万元,因此相应地对贷款人的申请条件要求不高,最高要求也就要求有房屋抵押或者提供共同申请人。

3. 具有一定的风险。

整形美容手术跟一般的消费不同,因为手术后容易出现纠纷,比如做个隆鼻手术,医生觉得一定的高度比较符合求美者的整体形象,但有些求美者则认为不好看,这就导致对整形效果认可度的纠纷,求美者也可能因此而拖延还款期限,给医院造成压力。此外,还有一个诚信的问题,即如何确保整形顾客做完后按时还款,因为手术完成顾客就受益了,以后即使顾客不还款,对医院来说也是麻烦事。

借鉴地产营销策略,美容院生意更好做

既然美容都可以像地产一样以“按揭”形式付款,为何不好好借鉴地产行业的一些营销措施,从而进行营销创新,创造新的销售业绩。相对美容行业而言,房地产行业的营销水平比较成熟和先进。房地产的售楼处就相当于一个店,从这个意义上讲,房地产和美容院都属于店铺营销。那么看看美容院如何运用房地产营销策略:

1. 现场数钱,数多少送多少。

在房市持续低迷的情况下,某房地产公司推出一种刺激消费活动,获得了极大的成功,成为了经典营销案例,被众多媒体报道。其实就是在售楼中心现场,叫购房的顾客参加数钱比赛,在规定时间内你数了多少钱,就抵多少房款。那么这个方案,美容院能不能借鉴呢?起初,MM美容院认为,买房子的钱都是几十万上百万数目巨大,二者缺少可比性,另外,房地产利润非常大,非美容院可比。对此,他们做了变通策划:按顾客当日的消费额决定数钱的面额。消费满300元,可以数面值为1元的纸币;消