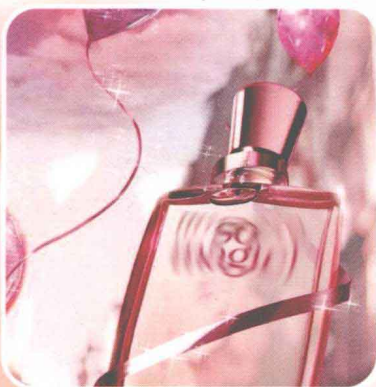




美容指导员

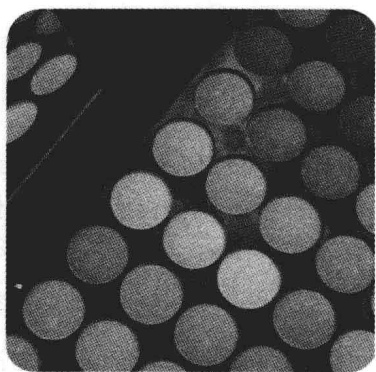
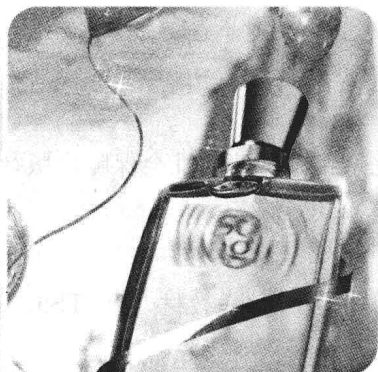


人力资源和社会保障部教材办公室 组织编写
上海市职业培训研究发展中心





职业技术·职业资格培训教材



美容指导员



主 编
编 者
主 审

何丽玲

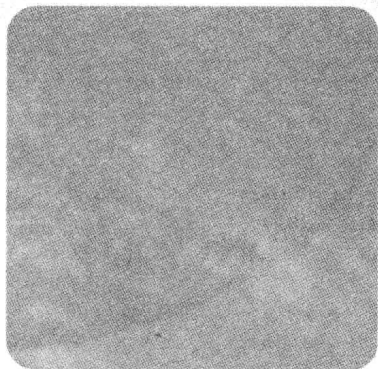
张晓燕

张文英

杨保山

朱红穗

李锦枫



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

美容指导员/何丽玲主编. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2009
职业技术·职业资格培训教材
ISBN 978-7-5045-7455-8

I. 美… II. 何… III. 美容-技术培训-教材 IV. TS974.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 012825 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出 版 人: 张梦欣

*

新华书店经销

北京地质印刷厂印刷 三河市华东印刷装订厂装订
787 毫米×1092 毫米 16 开本 11.5 印张 235 千字

2009 年 2 月第 1 版 2009 年 2 月第 1 次印刷

定价: 22.00 元

读者服务部电话: 010-64929211

发行部电话: 010-64927085

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010-64954652

内 容 简 介

本教材由人力资源和社会保障部教材办公室、上海市职业培训研究发展中心依据上海 1+X 美容导师（四级）职业技能鉴定细目组织编写。教材从强化培养操作技能，掌握实用技术的角度出发，较好地体现了当前最新的实用知识与操作技术，对于提高从业人员基本素质，掌握美容指导员的核​​心知识与技能有直接的帮助和指导作用。

本教材在编写中根据本职业的工作特点，以能力培养为根本出发点，采用模块化的编写方式。全书分为 4 个单元，内容包括：接待、咨询、推荐指导和修饰美容。为便于读者掌握本教材的重点内容，每一单元后附有单元测试题及答案，全书后附有知识考核模拟试卷和技能考核模拟试卷及答案，用于检验和巩固所学知识与技能。

本教材可作为美容导师（四级）职业技能培训与鉴定考核教材，也可供全国中、高等职业院校相关专业师生参考使用，以及本职业从业人员培训使用。

前 言

职业资格证书制度的推行,对广大劳动者系统地学习相关职业的知识和技能,提高就业能力、工作能力和职业转换能力有着重要的作用和意义,也为企业合理用工以及劳动者自主择业提供了依据。

随着我国科技进步、产业结构调整以及市场经济的不断发展,特别是加入世界贸易组织以后,各种新兴职业不断涌现,传统职业的知识和技术也越来越多地融进当代新知识、新技术、新工艺的内容。为适应新形势的发展,优化劳动力素质,上海市劳动和社会保障局在提升职业标准、完善技能鉴定方面做了积极的探索和尝试,推出了1+X的鉴定考核细目和题库。1+X中的1代表国家职业标准和鉴定题库,X是为适应上海市经济发展的需要,对职业标准和题库进行的提升,包括增加了职业标准未覆盖的职业,也包括对传统职业的知识 and 技能要求的提高。

上海市职业标准的提升和1+X的鉴定模式,得到了国家人力资源和社会保障部领导的肯定。为配合上海市开展的1+X鉴定考核与培训的需要,人力资源和社会保障部教材办公室、上海市职业培训研究发展中心联合组织有关方面的专家、技术人员共同编写了职业技术·职业资格培训系列教材。

职业技术·职业资格培训教材严格按照1+X鉴定考核细目进行编写,教材内容充分反映了当前从事职业活动所需要的最新核心知识与技能,较好地体现了科学性、先进性与超前性。聘请编写1+X鉴定考核细目的专家,以及相关行业的专家参与教材的编审工作,保证了教材与鉴定考核细目和题库的紧密衔接。

职业技术·职业资格培训教材突出了适应职业技能培训的特色,按等级、分模块单元的编写模式,使学员通过学习与培训,不仅能够有助于通过鉴定考核,而且能够有针对性地系统学习,真正掌握本职业的实用技术与操作技能,从而实现我会做什么,而不只是我懂什么。每个模块单元所附单元测试题和答

案用于检验学习效果，教材后附本级别的知识考核模拟试卷和技能考核模拟试卷，使受培训者巩固提高所学知识与技能。

本教材虽结合上海市对职业标准的提升而开发，适用于上海市职业培训和职业资格鉴定考核，同时，也可为全国其他省市开展新职业、新技术职业培训和鉴定考核提供借鉴或参考。

新教材的编写是一项探索性工作，由于时间紧迫，不足之处在所难免，欢迎各使用单位及个人对教材提出宝贵意见和建议，以便教材修订时补充更正。

人力资源和社会保障部教材办公室
上海市职业培训研究发展中心

目 录

● 绪论	1
● 第 1 单元 接待	
1.1 顾客接待	7
1.2 电话接待	30
单元测试题	35
单元测试题答案	36
● 第 2 单元 咨询	
2.1 介绍	39
2.2 指导	48
单元测试题	87
单元测试题答案	89
● 第 3 单元 推荐指导	
3.1 化妆品基本知识	93
3.2 各类化妆品的特点、作用及使用	98
3.3 销售基础知识	102
单元测试题	126
单元测试题答案	128
● 第 4 单元 修饰美容	
4.1 色彩基础	131
4.2 修饰	134

4.3 化妆	154
单元测试题	159
单元测试题答案	162
知识考核模拟试卷	165
知识考核模拟试卷答案	171
技能考核模拟试卷	172
技能考核模拟试卷评分表及答案	173
参考文献	176

绪 论

1. 美容概述

美容是通过一种或多种不同的手段（如化妆、药物、医疗手术、中医、气功、体育等），达到人的容貌或形体美的一门综合性学科，美容的分类见表1。

表1 美容的分类

分类角度	分类	原理、内容与范畴
美容手法	生活美容	运用各种艺术性的原理，对人体进行装饰、化妆，以达到美化容貌或形体的方法。生活美容除了包括装饰美容、化妆美容外，还包括发型美容、皮肤美容（皮肤的保养）、健美美容（形体的塑造）、保健美容（身体的保养）等内容
	医学美容	通过各种医学手段，如手术、器械、仪器、药物等，消除影响人体容貌和形体美的因素，达到人们自我需求的美，或是在原有基础上达到更深一层的美，主要包括整形美容、药物美容、物理美容等
美容部位	面部美容	应用物理、化学及医学的原理，经过科学的、艺术的手法，恢复面部的各种生理功能、减弱或消除面部的缺点，从而增添美感
	形体美容	通过医学和体育锻炼的方法，增强体质，塑造健美的形体

美容不仅可以创造美丽的外表，更能振奋人的精神，使人表现出高雅的精神气质。而追求完美的外表和高雅的精神气质正是美容的最高境界。

2. 美容发展简史

人类对于美的追求，是和人类的产生和发展同步的。有了人类，美容就在有意无意中诞生了。人类的祖先茹毛饮血、赤身裸体，为了抵御寒冷，他们采用树叶或兽皮遮身以助保暖。生活的经验使他们懂得，遮体的兽皮，除了保暖之外，还要轻便合体，利于劳作。人类就是从这种基本的生活需要开始了原始的对美的追求。他们在劳作之余，学会了用动物的牙齿、骨头串成项链挂在脖子上，作为装饰品；用天然的颜料，如赭红、黄褐等色来涂抹脸和手脚。最原始的美容就在此基础上慢慢形成了。

因此，考古学家不论在原始社会的古墓群中，还是在十七八世纪的古城堡遗址中，总能挖掘出形式、材料各异的装饰、美容用品，从石头、贝壳、骨头、陶瓷、象牙制的项链、耳饰，到金属、宝石制的衣饰、戒指、头饰等应有尽有，更有利用自然界丰富的植物和动物的脏器提炼制造的美容化妆品。直至今日，民间还流传着直接用植物的茎、叶来护肤、护发、护甲等的方法。考古学家认为，最早有意识地使用化妆品来装饰个人的是古埃及人。他们使用化妆品的范围很广，无论是个人使用或在宗教仪式中使用，甚至在葬礼中

为死者化妆都可以看出他们对美容的偏爱。

(1) 国外美容发展史。古埃及早在公元前 5 000 年就有人开始修脚、染发和描眼眶；人们为防热和防止干燥，常用动物油脂涂抹皮肤；为了预防灰沙和飞虫侵入，人们还在眼圈上涂绿、蓝等颜料。他们从印度北部和阿拉伯南部运来大量的芳香性香胶、树脂、植物根部以及树皮等，用来制造香水和化妆品。妇女们的梳妆台上，常摆满各种装有她们最喜欢的香水和油脂的瓶盒。埃及人还建立了一套沐浴系统，沐浴后用香油、香水或油膏来滋润皮肤，达到护肤的目的。戴假发也曾在埃及盛行过，妇女们戴着齐眉的假发，还插上莲花，以示高贵和富有。

古希腊人用烟黑涂描眼睫毛，然后涂上黄白色的天然橡胶浆，以美化睫毛。妇女们还从指甲花里萃取红色染料，涂抹嘴唇和两颊。到了公元前 460—146 年间，希腊文化达到巅峰，人们大量使用香水和化妆品，同时还发明了保养皮肤与指甲的绝佳方法。

古罗马人继承了许多希腊人的习俗，同样很喜欢使用香料和化妆品。他们把从植物中提取的香油滴入洗澡水中，并用浸透这种香液的海绵来擦洗身体。古罗马人沐浴后抹用大量油脂以及其他配方的护肤品来保持肌肤的健康漂亮。他们从花朵、杏仁和其他物质中提取了许多不同的香料，也使用许多不同种类的美容辅助品或化妆品来维护健康、皮肤、头发和指甲。大约在公元前 454 年，罗马男子开始修面，白净无须的脸在当时蔚然成风，此一风尚也就成为现代美发与美容的先驱。他们还发明了许多漂白及染发的配方。女人用牛乳、面包与美酒制成敷面面膜，有些面膜则用玉蜀黍、面粉、牛乳及新鲜牛油制成。

东方人对健康和美的注重也有相当悠久的历史，对于东方人而言，美容是一种艺术。妇女们早就有把眼圈勾画成蓝黑色的习惯，香水和其他产品是针对自我保养而配制的。日本艺妓的化妆到目前为止仍是一种错综复杂且独具风格的艺术。

非洲人从天然环境中发现了许多美容原料，他们充满艺术气氛的发型精致复杂，别具一格。他们所特有的某些服饰及发型，即使以现代眼光来衡量还是相当时髦的。

中古时期（从罗马灭亡的公元 476—1450 年），宗教在人们的生活及习俗中扮演了极为重要的角色。从这个时期的绣帷、缀锦、雕刻以及手工艺品中，可以看到塔状头饰、复杂精细的发型、保养皮肤和头发所使用的化妆品等。中古时期的美容学与医学在英国大学里是一门课程，并不分开教授，美容与医学正式分离是在 16 世纪末期。

文艺复兴是欧洲始于 14 世纪的艺术与文学的复兴运动，这一时期的一大美容特色是剃掉眉毛和额前发际来展示宽阔的前额，女子剃眉在当时是智慧的象征。

英王伊丽莎白一世时期（公元 1558—1603 年）敷面膏的使用非常流行，配方的成分为粉状蛋壳、明矾、硼砂、杏仁及罂粟的种子，而牛乳、酒类、牛油、水果和蔬菜也被用作化妆品的原料。

在路易国王统治法国的洛可可时代，社会上香料销售量很大，使用范围很广。当时最时髦的是用牛奶洗澡以及用葡萄汁或柠檬汁涂擦按摩皮肤，从而达到增白、保养肌肤的目的。

奢侈时期（公元1755—1793年），玛丽安东妮为法国王后。在此时期有地位的妇女用草莓汁或牛乳来沐浴，并且使用大量昂贵的化妆品，她们将淀粉磨细做成香粉扑在脸部，嘴唇与面颊则涂用鲜明的化妆品，颜色从粉红色到橘黄色。

英国维多利亚女王时代（公元1837—1901年），在历史上被认为是最朴素的时代，因此这个时代的服饰、发型及化妆也深受保守作风的影响。当时的妇女宁愿用手捏面颊及嘴唇来造成自然的颜色，也不愿使用唇膏、胭脂等有色彩的化妆品。当时盛行面部浴，即将脸沐于冷水中，反复六次，经过一段时间后，脸色会变得红润而富有光泽。但不论男女都关心身体清洁及个人保养。为了保持皮肤健康与漂亮，人们用蜂蜜、鸡蛋、牛乳、麦片、水果、蔬菜及其他成分来做敷面膏。还有一种提神作用的沐浴方法，即用装有熏衣草、玫瑰花瓣及其他香味的花草和等量硼砂混合物的袋子浸入热洗澡水中，这样会令全室生香。在这种热汤中沐浴，可令人心旷神怡，消除疲劳，恢复精神。

到了近代，由于科学技术的进步，化妆品的种类十分繁多。有的化妆品含有保护皮肤的营养素，如维生素、蛋白质等。人们可以根据自身皮肤的特性选用不同的化妆品。工业革命给美国带来了新的繁荣，皮肤、头发及身体保养的各种类型化妆品在20世纪20年代大量上市，30年代初，好莱坞明星领导了世界妇女美容化妆的新潮流。第二次世界大战时期，电影成了妇女在服饰、发型及化妆方面的引导。虽然战争使原料及成品缺乏，然而化妆品的销量却持续增长，战后的市场物品繁荣引起人们对时尚服饰、发型及化妆品的极大兴趣，化妆品在大多数家庭中被广泛使用，美容院、按摩院也开始在各地设立。70年代给美容界带来了令人兴奋的改变，许许多多的化妆品、保养品纷纷上市，新的潮流使人们不再热衷于某一特殊发型或化妆方式，而开始针对自己的特点采用最适合自身的多姿多彩的化妆美容方式。此时，皮肤的科学保养方法不断涌现，美容院更提供了各式各样的美容服务。20世纪90年代，随着各国美容界频繁的技术交流，现代人对皮肤的科学保养方法及化妆品的正确使用方法有了更多的认识，美容的内容已被广泛推至全身的健美概念，各种美容仪器纷纷诞生，人工护理技术日益提高，从而带动了美容业的迅速发展。

（2）我国美容发展史。美容在我国也有着悠久的历史。中国的山顶洞人凭着他们对于自然珠宝审美特性的原始感觉，开始使用石珠、蜡壳之类作为装饰品，其中有钻孔的小砾石和大石珠，也有狐、獾、鹿等动物的牙齿等，其雕刻十分精美。

中国的美容记载开始于春秋战国时代，《楚辞》说：“粉白黛黑，施芳泽。”说明古时候的妇女已用黛修饰眉毛了。

到了汉代，便有正式的妆点、扮妆、妆饰等词了。从马王堆出土的女尸的发饰上可以看到汉代女子已经会用假发来盘制发髻作为装饰。春秋时期，美女西施以水代镜来梳妆打扮，而到了汉代，各种铜镜已广为流传，成为妇女梳妆打扮的工具。美容工具的发展和完善，说明当时人们对美的强烈追求。

到了唐代，人们已懂得饮茶美容了，唐玄宗的女儿永乐公主用黄花的种子泡茶饮用，数年后健美艳丽，光彩照人。唐代的化妆美容也开始向塑造和美化形象的方向发展，初步

形成了美容化妆的艺术性。宋明以后，美容化妆经久不衰。

明代李时珍在《本草纲目》中记载了用珍珠搽脸使皮肤滋润的方法。

到了清代，又出现了玉棍滚脸的初级按摩美容方法。可见当时已有了药物护肤和按摩护肤的美容手段。此时，宫廷美女为保持和增加美貌程度而使用的宫廷医药美容方法已形成系列化，出现了可内服外用的美容配方、美容药膳等。此外，按摩、针灸、热熨、冷冻、磨砂等美容方法也已十分流行。

可见，美容在中国的历史源远流长，因此应取其精华，将祖国传统的美容方法与现代美容相结合，力争早日走入世界美容业的前列。

2004年，中国已有美容院154万家，经劳动部门正式签发确认的美容教学机构673家，每年培训出来的各级美容师25万名；化妆品企业3750多家，其中一半以上为民营企业。而全国用于美容业投入和改造的资金大约在2000亿元以上。

2005年，“美丽经济”保持快速增长，整个美容美发行业产值接近4000亿元，还间接拉动数以千亿元计的其他消费，美容美发已经成为了继房地产、汽车、电子通信和旅游之后的“第五大消费热点”。

对于这个正在快速发展的行业，有太多的争议和不规范，2006年对美容美发行业进行了史无前例的治理。无论是政府对美容美发行业的监管还是民众的呼吁，都不断地加快着美容美发行业规范化的脚步。

这些年来，国家先后出台了《美发美容业国家级评委管理办法》《美发美容业开业的专业条件和技术要求》《美容美发业管理暂行办法》等法规标准。2007年，政府进一步大力整顿规范美容美发业市场，继续加强美容美发业的监督管理，国内美容行业上了一个新的台阶。

市场需求大、从业人员结构复杂、实验性比较强和产业结构水平比较低是当前中国美容业的四大特点。尽管经过了20多年的发展，但美容业至今没有进入成熟期，整个行业由于长期处于无序发展状态，寻找一种崭新的适合时代要求的产业运作模式迫在眉睫。

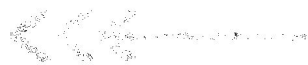
近年来，独立开办美容企业的成功率不到20%，加盟连锁店而开办企业的成功率却高于90%。可见，特许加盟连锁经营方式具有突出优势，但目前在国内发展还具有一定的滞后性，预计未来这一营销方式将成为主流。但特许加盟连锁经营虽然是一种先进的营销方式，但它并不能适用于所有的美容营业机构。除了特许加盟连锁经营外，规模很小但具有专业化、特色化的美容机构，也是未来的发展趋势之一。



第 1 单元

接 待

- 1.1 顾客接待 /7
- 1.2 电话接待 /30



引 导 语

美容指导员的任务是把企业的产品内涵、企业形象、企业精神带给终端顾客和销售公司。要完成这些任务，则要从接待工作做起。

在接待顾客时，美容指导员要做的就是明确讲解产品的使用方法，并利用自己的美容知识给顾客制定合适的护理方案。美容指导员的作用不仅是引导顾客、帮助顾客选择护肤品，最重要的是帮助顾客了解如何保养自己，让顾客清楚自己的身体状况，知道人的皮肤为什么会变差，而单纯脸部护肤根本是解决不了问题的，一定要让顾客明白保健与美容的关系，用正确的方式让自己更美丽。

接待工作是一种看似被动、实则主动的广义的公关行为，是企业联系内外的纽带和桥梁。通过接待工作，企业可以展示实力、树立形象，可以积累丰富的关系资源，可以吸引投资、扩大合作，从而推动经济的快速发展。

1.1 顾客接待

美容指导员要能够根据每一位不同年龄、不同形体、不同容貌的顾客的外在及内部的特定条件,帮助她们找到自己最美的一面。因此,美容指导员必须掌握接待顾客的技巧。

1.1.1 语言规范及素质要求

美容指导员通过语言、行为向顾客表示欢迎、尊重、热情和服务。因此,美容指导员的规范语言、自身高素质且具艺术性,对于改善服务态度、提高服务质量是十分重要的。

美容指导员的职业道德是美容指导服务活动的主导因素,其服务行为直接决定着服务质量。因此,对美容指导员职业道德有明确要求,是形成受人尊敬的职业形象的保证。

1. 职业道德规范

美容指导员职业道德的规范内容,主要包括七个方面:

(1) 热爱本职,树立为人民服务的观念。美容业是人民生活中必不可缺的行业,美容指导员要克服那种轻视服务性劳动,把服务工作看成低人一等、侍候人的工作的想法,要充分认识服务工作的重要意义,热爱平凡的服务劳动,热爱本职工作,树立全心全意为人民服务的观点。

(2) 对顾客耐心周到,百问百解。美容指导员对顾客的询问要有问必答,要多方面地为顾客着想,即使个别顾客有无礼言行,也要冷静对待、妥善处理。

(3) 对顾客热情和蔼,讲文明有礼貌。在服务顾客时,美容指导员要讲究语言艺术,用普通话接待顾客;语言须准确、亲切、精炼、通俗易懂、富有礼节性;严禁用粗语、脏语、江湖语及不文明的行话;严禁冷嘲热讽、挖苦或出口伤人;严禁以轻浮、怪态、苦脸、冷淡的表现和不文明的手势及动作对待顾客。

(4) 平等待客,对顾客一视同仁。美容指导员接待顾客时不要以貌取人,不因营业的忙闲或生意的大小来决定服务程度的繁简,大人小孩、新老顾客、本地顾客与外地顾客都应平等对待。

(5) 刻苦学习专业技术,不断提高技术水平。美容指导员是一个为消费者提供专业咨询服务的行业,具有一定的艺术性。要做好服务工作,就必须刻苦钻研业务技术,学习美学和造型艺术知识,学习与美容指导员相关的其他科学知识,不断提高自身的艺术修养。随着时代的不断发展,人们对美化生活的需求也越来越高。新发型、新项目、新技术和新工艺将不断出现。因此,必须要不断学习和提高,只有这样才能使自己的技术水平提高,设计的成果才能为顾客所欢迎。

(6) 谦虚谨慎,遵章守纪。美容指导员要自觉接受顾客的监督,虚心接受顾客的批评,对顾客的表扬也要谦虚,要自觉遵守企业的各项规章制度和商业纪律,不挪用企业公款,与贪污、盗窃等违法犯罪行为作斗争。在工作时思想集中、举止文雅、仪表端庄、不会客长

谈、不聊天说笑、不干私活，不擅离职守，遵守劳动纪律，自觉做一个企业的好员工。

(7) 严格执行价格政策，明码标价，质价相符。美容指导员在接待服务过程中，不能打闷包，严禁多收费、乱收费、少收费、不收费，严格按等级价目标标准收费，严禁用哄、骗等手法。美容指导员在服务过程中，应按等级服务规范程序操作，保质保量，做到质价相符。

2. 纪律

(1) 职责纪律。美容指导员在工作中应遵守的职责纪律包括以下几个方面：

1) 按时上、下班，工作时间不得擅自离岗位，不得迟到、早退，下班后未经允许不得重新进入工作区，不得在店内逗留。

2) 进入岗位必须穿工作制服。

3) 不准与顾客争辩，不准用粗言秽语对待顾客与同事，不得讥讽或嘲笑顾客，不允许存在不理睬顾客的怠慢行为，不得在公共场合与人争辩或大声喧哗。

4) 在工作（服务）岗位要热情、礼貌、周到地接待顾客，与顾客和同事交谈要使用敬语。

(2) 工作纪律。美容指导员应遵守的工作纪律包括以下几个方面：

1) 礼貌。礼貌是美容指导员最起码的准则。无论对待顾客还是对待同事都要以礼相待，使用敬语。在进行顾客服务时，还要做到：迎客要有问候语、说话要有称呼语、告别顾客要有致谢语、工作出现差错和失误要有致歉语。

2) 微笑。微笑服务是对美容指导员的基本要求。微笑要自然、得体、要发自内心，使顾客感到宾至如归、温馨和谐、轻松愉快。

3) 效率。美容指导员做任何事情都要讲求效率，说到就要做到，对工作不推诿、不拖拉，接待顾客要善始善终，交接工作要清楚。

4) 责任。美容指导员对各项工作都要有责任心，要有对顾客、对美容院高度负责的精神。

5) 诚实。美容指导员要诚实、可靠、正直、不徇私情、不可行贿受贿、不贪图别人的钱财和物品、不向顾客索要小费。

6) 细致。美容指导员工作要细致、认真、耐心、兢兢业业、一丝不苟。

(3) 协作纪律。对一位顾客的服务要经过多个岗位环节的共同合作。各个环节的工作人员都要本着一个共同的目标，即完成好对顾客的接待和服务。作为美容指导员必须树立合作的意识，在做好本职工作的同时，还要为下一岗位环节创造条件，保证顾客在接受服务的全过程中都满意。

3. 素质修养

(1) 具有自我形象定位的审美能力。对于美容指导员，自身的形象非常重要，她是个人形象、从业形象以及企业形象的综合。这种形象如何，小而言之，关系到美容指导员个人自身的素质和素养的高低；大而言之，关系到整个美容行业的社会影响。

从社会结构的角度看，每个社会群体都有自己特定的位置，而人们对不同的群体有不同的角色期待。美容指导员既然是美的创造者、描绘者之一，她自身也应该做到无论在形象上，还是在气质上，都向人展示一种赏心悦目的美、一种充满感染力的美、一种值得信赖的美。

(2) 具有独特的创造美的能力。美容指导员创造美的对象是人。美容指导员要根据每一位不同年龄、不同形体、不同容貌的顾客外在及内部的特定条件，帮助她们找到自己最美的一面。

美容指导员在创造美时要符合大多数人的审美意识，但又要是能找到每个人特有的闪光点。前者要求美容指导员的审美须遵循自然、社会群体认识的基本规则，后者要求美容指导员能发现每一特定群体或个体的不同特点，二者必须统一。同时，美容指导员要懂得，美是有变化的，美会随着时代、经济、文化的发展而发展，对此要有敏锐的洞察力，要把握住时代的脉搏，创造出符合时代精神的美。

(3) 具有综合美的能力。美容指导员的职责是做美的引导者，因此，必须具备综合美的能力。美容指导员要能透过事物的表象，去寻求蕴含在内部深处的实质，即透过事物的外部现象，发掘内在的美。

4. 服务要素

美容院的服务就是把“顾客至上”体现在日常服务工作中。这种意识就是美容指导员以顾客为核心开展工作，以满足顾客需求、让顾客满意为标准，时刻准备为顾客提供优质服务的一种意识。美容指导员要时时记住“顾客就是上帝”“顾客总是对的”，时时处处以顾客满意为标准，把握自己的言行，形成良好的服务意识。

美容院的服务就是要洞悉顾客的心理，采取适当的方法为顾客提供有关服务，从而打动顾客心弦，使其心情愉快，感觉舒适便利，满足其需要而使其产生消费欲望。

美容指导员的服务是指为顾客所做的工作，而服务就是 SERVICE（本意亦是服务），其每个字母都有着丰富的含义，见表 1—1。

表 1—1 美容指导员服务 SERVICE 的丰富含义

字母	含 义	
S—Smile	微笑	美容指导员应该对每一位顾客提供微笑服务
E—Excellent	出色	美容指导员应该将每一个服务程序、每一种微小工作都做得很出色
R—Ready	准备好	美容指导员应该随时准备好为顾客服务
V—Viewing	看待	美容指导员应该将每一位顾客看做是需要提供优质服务的贵宾
I—Inviting	邀请	美容指导员在每一次接待服务结束时，都应该显示出诚意和敬意，主动邀请顾客再次光临
C—Creating	创造	美容指导员应该想方设法精心创造出使顾客能享受其热情服务的氛围
E—Eye	眼光	美容指导员应该始终以热情友好的眼光关注顾客，适应顾客心理，预测顾客要求，并及时提供有效的服务，使顾客时刻感受到美容指导员在关心自己