

开店实用技术与经营管理丛书

喜

美发

热烈庆祝祖国60年生日 推出“1”元风

四四千喜金秋

meifa

樊丽丽◎编

美发技术

MEIFA JISHU

与美发店经营

YU MEIFADIAN JINGING QUANGONGJIE

全攻略



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

# 美发技术与美发店经营全攻略

樊丽丽 编

 **中国经济出版社**  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

美发技术与美发店经营全攻略/樊丽丽编著

北京: 中国经济出版社, 2010. 1

ISBN 978 - 7 - 5017 - 9572 - 7

I. 美… II. 樊… III. ①理发—造型设计②理发馆—商业经营 IV. TS974. 2 F719. 9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 176138 号

责任编辑 后东升 (电话: 010 - 68359423)

责任印制 常毅

封面设计 白长江

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京东光印刷厂

经销者 全国各地新华书店

开本 787mm × 1092mm 1/16

印张 14.75

字数 288 千字

版次 2010 年 1 月第 1 版

印次 2010 年 1 月第 1 次

印数 1 - 6000 册

书号 ISBN 978 - 7 - 5017 - 9572 - 7/F · 8405

定价 25.00 元

中国经济出版社 网址 [www.economyph.com](http://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 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

# 前 言

由《中国美容时尚报》邀请专业调查机构作出的《中国美容业就业暨行业状况调查报告》，第一次用科学的数据描述出了中国美容行业的整体面貌，并对美容业未来就业形势作出了预测。

## 1. 中国美发业就业人数上千万

调查数据显示，全国美容业就业人员总数约为 1120 万人，城镇美容机构总数约为 154.2 万家。平均每个美容就业者每年创造的营业收入为 2.14 万元。

中国每 1 万个城镇居民中拥有美容店 32 家。平均每家美容店的就业人员为 5.1 人，平均每家美发店年营业收入为 10.9 万元，平均每个美发就业者年工资水平为 1.16 万元。城镇人口月平均美容花费 29.33 元。

## 2. 85%的美发机构为个人所有

调查显示，中国美容行业经营面积普遍偏小，以中小型店为主流。其中 50 平方米以下的小美容店占总量的 65.04%，50~100 平方米的中小型美容店占总量的 24.12%，100 平方米以上的美容店仅占美容店总量的 10.84%。经济属性以民营经济为主，比例高达 87.13%。经营方式以传统方式为主，独立投资雇人经营方式所占比例达 85.09%，其余为合伙投资经营和特许加盟经营方式。与餐饮、娱乐、保健等第三产业相比，美容业处于中等稍好水平，并且是一个女性占优势的产业。（从事美容业的男女比例为 23.6:76.4）。

## 3. 美发业对创业女性最适宜

调查显示，中国美发业现在正处于市场发展的较快成长期，是一个完全竞争的成长型产业。仅最近 5 年的新开店数就占了总数的 78%。美发业无论是在 GDP 中所占比重，还是在第三产业中所占比重，以及就业人数在第三产业中所占比重均呈增长态势。美容业的这种快速发展态势表明：该产业属于朝阳产业，预计未来 5 年内，美容业的营业额还可能再翻一番。

综合显示，美发业是投入少（全国每家美容店平均年租金水平为 2.50 万元）、进入门槛低、民营资本占绝对优势的新兴服务产业，也是典型的青春产业（就业人员平均年龄 25.5 岁），是吸纳新生劳动力就业和失业人员再就业的最有力的就业门路。对于那些想创业的女性和处于城镇低端劳动力群体的青年女性而言，以美发业为突破口成就一番事业应该说是一个不错的选择。

《美发技术与美发店经营全攻略》一书系统总结了美发店成功经验,充分吸收国内外先进的管理经验和技巧,内容涉及美容美发技术、美容美发服务、美发店的开业筹备、取名装修、经营理念、管理方法、营销策略等各方面,通俗易懂,且篇幅短小精悍,具有全面性、实用性、可读性、可操作性强的特点。

参加本书编写的人包括:樊娟、王媛媛、王丽丽、孔伟明、龚剑、彭镇坤、张焕强、贾朝娟、祁雪峰、张兴华、凌菡、李宏伟、周燕、朴燕、贾明、付世强等。

编者

# 目 录

Contents

- 上篇 美发店经营管理**
- 第一章 美发店的筹办 / 3**
  - 第一节 做好开美发店的准备 / 3
  - 第二节 美发店市场调查和选址 / 8
  - 第三节 美发店开店资金筹备 / 14
  - 第四节 美发店的开办 / 19
- 第二章 美发店的装饰设计 / 25**
  - 第一节 美发店形象设计 / 25
  - 第二节 美发店的氛围营造 / 31
  - 第三节 美发店的装修装饰 / 33
- 第三章 美发店的经营 / 37**
  - 第一节 拓展美发店的经营项目 / 37
  - 第二节 提高美发店技术和服 务 / 48
  - 第三节 美发店的经营策略 / 53
- 第四章 美发店的管理 / 65**
  - 第一节 美发店人员操守管理 / 65
  - 第二节 美发店的人力资源管理 / 72
  - 第三节 美发店的营业管理 / 81
- 第五章 美发店的服务 / 87**
  - 第一节 美发店服务宗旨和服务理念 / 87
  - 第二节 顾客服务心理 / 95
  - 第三节 顾客服务语言 / 106
  - 第四节 顾客服务流程 / 119
  - 第五节 顾客服务技巧 / 123
- 第六章 美发店的营销 / 131**
  - 第一节 美发店的广告 / 131
  - 第二节 美发店的定价 / 141
  - 第三节 美发店的促销 / 144
  - 第四节 美发店的顾客接待和营销 / 152
- 下篇 美发基本技术**
- 第七章 美发基础知识 / 161**
  - 第一节 头发的结构与特性 / 161
  - 第二节 美发用品的种类与作用 / 165
  - 第三节 美发的工具 / 170
  - 第四节 美发电器用具 / 173
- 第八章 美发基本技术 / 177**
  - 第一节 洗发与护发 / 177
  - 第二节 修面与剪发 / 184
- 第九章 烫发与漂发、染发 / 195**
  - 第一节 烫发服务 / 195
  - 第二节 漂染服务 / 202
- 第十章 美发造型设计 / 211**
  - 第一节 造型设计的基本知识 / 211
  - 第二节 发式造型的基本种类 / 213
  - 第三节 不同人物特点的发 型设计 / 218
- 附 录 / 223**



上 篇

# 美发店经营管理





## 第一章

### 美发店的筹办

开家美发店赚钱是一个有挑战性的好想法,要把这个想法付诸实施,必须制订周密的计划,做好全面的准备,不可疏忽开店过程的任何一个步骤,否则都会功败垂成。除了全面周密的准备,还要有坚强的意志力,如果遇到困难就退缩,那是什么事都干不成的。

美发店开业前的筹备工作是成功开店的关键,但却往往被经营者所忽视。其实,从市场调查、店址选择、筹集资金,到人员的招聘,开业的具体策划、操作,这一系列的细节正是美发店成功经营并赢利的基石。

## 第一节 做好开美发店的准备

### 一、心理准备

在你全身心投入开美发店的生意之前,必须确定并做好心理上的准备:

#### 1. 在心理上要做好迎接改变的准备

要时刻提醒自己:“我要开自己的美发店了。这是属于我自己的事业。从此,我将没有星期天,没有假日,我将时常工作到深夜……”开店创业是人生的一个大决定,它意味着将过一种与普通人不太一样的生活,如果心理上没有准备,真的干起来,会很不适应。

#### 2. 心理上要对风险有一定的认识

做生意的出发点是为了赚钱,但却是有风险的。风险并不可怕,只要心态保持冷静,做事有依据,未雨绸缪,就可以将风险控制最小的范围。一个人如果什么风险都不敢冒,那是成不了大器的;但如果盲目冒险,哪又是武夫的作为。开店之前在心理上正确认识风险,才能在面对风险的时候,做到有勇有谋。

#### 3. 要有积极的态度

有一句格言说:“一个人的人生态度决定了人生的高度。”态度是一种重要的影响

力量。创业赚钱的过程从来都不会一帆风顺,只有在态度上保持积极的状态,才会在面临困难时不萎缩,坚强自信,跨越障碍。

## 二、信息准备

信息的收集,可以帮助你了解想知道的关于美发店方方面面的事情。如:

什么是新兴的、流行的美发店潮流?

什么是可以尝试并且真正有效的经营方法?

什么方法已被别人用过并证明是失败的?

什么成功的经验可用在你这里?

有关工商、税务、会计、律师、专家顾问等方面,你有熟悉的吗?

.....

诸如此类问题,你都想知道,也必须知道!

你可以从以下几个方面获得信息:

### 1. 从你的供货商处

美国的一份杂志上登载了如下文章:

“即使你的生意再火爆,业务再繁忙,你也要抽三分钟与批发商会面。虽然在黄金时间内花三分钟去会谈,看起来是浪费时间。但是,批发商与众多的商店都有业务往来,所以他们掌握了准确的商业情报,可能会向你提供有用的情报。你因工作繁忙,脱不开身,很少外出,无法了解业界的行情,甚至不知道其他商店的经营方式和内容。批发商可以向你提供你想知道的情报。”

然而,供货商会忌讳将自己在与客户的业务往来中的所见所闻透露给另一家客户,且通常不愿将商业秘密泄露给另一家客户。

但是,只要你问话的方式巧妙高明,不要打破沙锅地追问“是哪一家美发店”,便可以从他的口中套出情报。这些情报对你的美发店的经营将有不可估量的作用。请你尽量和供货商搞好关系,收集有用的情报。

### 2. 从你的顾客处

不仅从供货商处可以收集到情报,而且从顾客那儿也能收集到情报。

把你们美发店作为美发专店而定期光顾的顾客除外,有的常客偶尔也去别家美发店。你可看似不经意地寻问其他美发店的技术、服务等情况,以供自己参考。

“好久没有见到您了。”

“是啊,最近太忙,所以顺便去了附近的美发店。唉,那家美发店很糟糕。”

“是吗?哪一方面令您不满意呢?”

“美发师动作太慢了,剪发、吹风竟花了两个小时。你们美发店只需要40分钟吧?慢吞吞的,真急人。”

由此可知,顾客不满意之处是“动作太慢”。如果你们美发店的美发师为这位顾客服务时动作缓慢,一定会失去这位顾客的支持。“职员喋喋不休太烦人”、“抱着胳膊姿势很难看”、“几个职员围着一个顾客转”、“洗头时脸总是被弄湿”、“衣服被弄湿”等,你可以听到顾客的许多牢骚不满。前车之覆后车之鉴,你的美发店应引以为戒。

### 3. 从你的竞争对手处

研究、观察竞争对手,以便了解他们的广告策略、使用的美容美发用品和销售方向。

### 4. 从业内的前辈处

你可征求他们的建议,打电话或写信均可。“姜是老的辣”,以前辈的眼光,多少可以给你一些帮助。

### 5. 从你的朋友、家人处

积极征询他们的看法和建议。

### 6. 从专业杂志、刊物上

每个行业都有协会,定期会组织各项活动,你应该积极参加会议及商展,订购专业刊物以便获得最新信息。

总之,新知识是制胜的力量,信息是竞争的筹码。分析和利用信息会节省你的时间和金钱,加快你成功的步伐。

## 三、经营准备

你想要经营一家美发店,必须对开业准备的要点有所了解。以下几点就是你成功经营的好建议:

1. 美发店是为顾客创造美的,因此,美发店的布置应达到美观的境界,并且再加上丰富有趣的想象,使其具有独特的风格。另外,接待顾客的场所设计得宽敞舒适是很重要的。

2. 要成为一家顾客满意的美发店,必须表现出此店的风格,并且精心策划一些主题,来迎合不同季节的改变或是节日的来临,借此抓住顾客的心理。

3. 干净、整齐、明亮而有情调的店,对顾客而言,可让其有宾至如归的感觉;对员工而言,可使其工作更有效率。如此,可让开店者,对整个店的管理,更得心应手。

4. 美发店的外部装潢与内部装潢可依开店者的喜好来设计,也应考虑到顾客的心理。必须考虑到美发店所处地理位置附近的顾客层次后,再加以装潢。如果脱离了顾客的心理,其装潢就算多么的新潮,也起不了多大作用。

5. 美发店的内外装潢,也是表现个性的武器。除了要考虑地理条件和顾客层次外,适时呈现开店者的个性及创造力也是非常重要的。

以上五条开业要点,经营者只有高度重视,才能把握好经营方向。

## 四、硬件准备

美发店的硬件设备很重要。一流的美发店,不仅需要一流的美容美发师,同样也需要一流的美容美发设备。当然,设在城乡结合部或远郊等档次较低一些的美发店则需要根据自己的实际情况购置美容设备。

目前市场上的设备大致有三类,一是进口产品,多来自日本、意大利、韩国等,质量可靠,但价格较昂贵;二是合资企业产品,多产自广东、天津、武汉等地;三是一些小型企业产品,虽价格较低,但质量不能保证。

### 1. 美发设备

(1)美发椅:因置于美发厅的显著位置,且使用频繁,在选购时,首先要注意外观与厅内整体装饰是否协调一致;其次是使用方便,结实耐用。相对于其他设备的档次来讲,美发椅应选用较好的。造型上男式美发椅较宽大,女式美发椅较小巧,结构基本相同。美发椅可分为电动升降式美发椅、油压升降式美发椅和人工升降式美发椅。电动升降式美发椅设计先进,使用方便,但售价较高;油压升降式美发椅结构精巧,色彩丰富,价格居中;人工升降式美发椅结构简单,价格较低。

(2)美发镜台:美发镜台可分为单一式美发镜台和带洗头设备的多功能美发镜台。男式美发椅可配置多功能式美发镜台;女式美发椅可配置单一式美发镜台。

(3)洗头设备:洗头设备分为坐式洗头用的洗头盆和仰式洗头用的洗头盆连椅组合。洗头盆需配置上、下冷热水管及喷头。

另外,还需购置吹风机、焗油机及各种发梳和发卡等。

### 2. 美发用品

各种中高档烫发药水,洗发、护发用品,各色染膏、双氧水漂粉,各种焗油膏及摩丝、发胶、美发啫喱等固发用品。

### 3. 必备的工作用具

美容架、垃圾桶、杂物架或存货柜、洗面小毛巾、洗面盆、消毒水、倒模小盆和搅拌棒、大量的包头毛巾、暗疮针、棉花盒、脱脂棉、纱布、面用纸巾、修眉修甲工具……

### 4. 供水设备

安置冷、热水设备,以便顾客及时清洗及用来清洗护理用具。还需要有蒸馏水,供奥桑蒸汽仪及调配护肤品时使用。

### 5. 视听设备

良好的视听设备能使顾客精神放松,以最佳的状态接受护理。此外,还需要备有供顾客等候时使用的沙发、茶几、杂志等。

总之,要开创一流的美发店,就应配备一流的美容美发设备。

## 五、物品准备

美发店即将开业的时候,经营者经常头疼的问题是:该准备些什么?怎样去准备才好呢?对此,经营者可根据店内实际情况,制作一张表,把所需物品都写在表内。开业前,一边核对一边准备,这样就方便多了。下面是某美发店开业准备一览表。(可供参考)

美发店开业准备一览表

品名	个数	品名	个数	品名	个数
美发师预约表		急救箱		洗发设备	
美发记录本		顾客账本		梳妆台	
营业日记表		美发杂志		美发机器	
材料购买簿		一般杂志		冷烫剂	
文件袋		包装纸(袋)		美发刷	
营业发票		员工衣帽架		梳子类	
收支发票		员工桌椅		夹子类	
员工规则		顾客接待坐椅		棒子类	
技术规范		扩音器		洗净喷雾类	
事物用品单		音响		修指甲用具	
收据		灭火器		化妆品类	
衣架		消毒器		洗发剂类	
烟灰缸		消毒剂		冷却类	
伞架		毛巾		其他类	
西装刷		吹发器			

### 1. 其他类

别针、盒子、黑橡皮、染发药水刷、染发药水、毛巾、润发乳、小镜子、消毒器、橡皮手套(六号、七号)、剪刀……

### 2. 化妆品类

润肤乳、护肤乳、洗发乳、清洁刷、按摩膏、粉底、腮红、口红……

### 3. 棒子类

一号、二号、四号、五A号、五号、六号、七号……烫发保护纸、棒子清洁剂……

### 4. 发夹类

小发夹、美国发夹、大号发夹、螺旋发夹、不锈发夹、魔发夹……

诸如此类,必须尽可能详尽地做好准备,然后进行核对。在开店的当时会比较忙,必须在事前有充分的准备才不会到时手忙脚乱,造成服务不周的后果,留给顾客不好的印象,这是必须注意的。

## 第二节 美发店市场调查和选址

### 一、美发店开业市场调查

进行细致的市场调查是美发店开业前必须要做的一项工作。调查结果的准确与否直接关系到美发店经营的成败。

调查的对象由对象商圈、竞争店、本地地理条件、周围美容动向这四部分组成。其中,以商圈调查和竞争店调查为重点调查对象。

#### 1. 对象商圈调查

(1)制作以本店为中心的商圈图。

(2)在商圈图上以本店为中心,分别以200米、400米、600米、800米、1000米为半径画圆。

(3)在地图的区域、街道处标明根据人口统计推测的美发人口数。美发人口可以女性人口的30%来计算。

(4)从商圈图的地图上,依据高级住宅区、一般住宅区、聚集区、公寓密集区和其他情况来推测顾客层次。

(5)在地图上标明竞争店的所在位置,仔细研究与本店的距离以及同周围美发人口的关系。

#### 2. 竞争店调查

(1)竞争店数量:可利用行业电话本,或亲自实地调查。

(2)竞争店规模:从外观上判断,或以顾客身份去店内调查。

(3)竞争店的技术水平:可在美发店外作判断,或以顾客身份亲自去体验。

(4)美发费用:利用电话询问等方法打听。

(5)服务状况:听周围顾客评价,再看综合情况。

(6)广告活动:以3~6个月发布的广告来推测。另外,可以顾客的身份深入调查,或者找周围顾客了解情况。

(7)顾客的消费层次:根据现有美发店的美发资金、当地的条件、周转动向、店铺形象可以判断出当地顾客的消费档次。

总之,只有在对以上两点进行了细致的市场调查的基础上,才可以知彼知己,从而进一步筹划美发店的开业。

## 二、美发店商圈调查

### 1. 商圈分析

任何一家美发店的经营活动都要受一定的地理条件制约,这一地理限制就是以企业所在地点为中心,沿着一定的距离向四周扩展形成的辐射范围,即所谓商圈。商圈是指美发店吸引其顾客的地理区域,也就是来店消费的顾客所居住或工作的地理范围。

### 2. 商圈构成及影响因素

(1)主要商圈。这是最接近店铺并拥有高密度顾客群的区域,通常店铺60%~70%的顾客来自主要商圈。

(2)次要商圈。位于主要商圈之外,顾客密度较稀的区域,店铺20%~25%的顾客来自次要商圈。

(3)边际商圈。指次要商圈以外的区域,在此商圈内顾客分布最稀,店铺的吸引力较弱,规模较小的美发店铺在此区域内几乎没有顾客。

### 3. 影响商圈形成的因素

(1)美发店规模:美发店规模越大,其市场吸引力越强,越有利于扩大商圈。这是因为店规模大,可以为顾客提供更多更好的服务项目,吸引顾客的范围也就越来越大。(注:特别是美发店,店规模越大,顾客越信赖,会员顾客越多)当然,店的规模与其商圈的范围并不一定成比例增长,因为影响商圈范围的大小还有许多其他因素。

(2)选择产品:美发店选择产品非常重要。一是要求产品的品牌、品质,不管是美发产品还是美容产品,必须要让顾客感受到效果(慎选功效性产品);二是在给产品定价前要首先考察周边同行业同品牌产品的价位。因为顾客在进店消费前也许到周边店进行过咨询,所以同品牌产品定价时要慎重(可低于其他店,或同品牌产品搭送赠品、项目等促销手段)。

(3)经营水平及信誉:一个经营水平高、信誉好的美发店,由于具有颇高的知名度和信誉度,可吸引许多慕名而来的顾客,因而可以扩大自己的商圈。即使两家规模相同,又坐落在同一区域的美发店,因其经营水平不一样,吸引力也完全不一样。如一家美发店管理完善,发型师、美容师技术好,服务优良,并在顾客中建立了良好的形象,声誉很好,则其商圈范围可能比另一家店大两三倍。

### 4. 促销策略

商圈规模可通过广告宣传、推销方式、公共关系等各种促销手段赢得顾客,如优惠酬宾、礼品券、各种顾客会员俱乐部等方式都可能扩大商圈的边际商圈。

### 5. 人口因素

美发店所处外部环境的人口密度、收入水平、职业构成、年龄结构、生活习惯、消费

水平,以及流动人口数量与构成等,对店铺商圈的形成具有决定性意义。

#### 6. 竞争对手位置

竞争对手的位置对商圈大小也有影响,如果两家竞争的美发店相距有一段路程,而潜在顾客又居于其间,则两家店的商圈都会缩小。相反,如果同行店铺相邻而设,由于美发业的“群体竞争效应”,顾客会因有更多的选择机会而前来,则商圈可能因竞争扩大。

#### 7. 交通状况

交通地理条件也影响商圈的大小,交通条件便利会扩大商圈范围,反之会缩小商圈范围。很多地理上的障碍如收费、桥梁、河流、铁路,以及城市交通管理设施等,通常都会影响商圈的规模。

### 三、美发店开店地址调查

在何处开设美发店呢?并不是车水马龙、人流如潮的场所就是好地点,许多在闹市开张的美发店还不及小巷开店的生意红火,其原因是因为开店前所做的地点调查工作做得不好。

记住!开店前实施具体翔实的地点调查是你必须认真去做的工作。

一般来讲,地点调查应考虑开店地点的人口流量多寡,同时调查附近美发店到底有多少家,它们的经营状况如何等。更进一步,则必须调查这个地方将来的发展情况,这些都是开美发店之前不容忽视的问题。现在,我们针对这些问题作一些探讨。

#### 1. 从地点看开店的潜力

首先谈谈美发店经营上应考虑的条件:

- (1) 开店地点周围住户情况;
- (2) 开店地点周围交通状况;
- (3) 周围环境设施具有哪些吸引力。

总的来说,居住者众多、交通便利、社区功能齐全、居住者文化水平较高的地区就可能是开美发店的好地点。但是,这些条件必须建立在一项大前提上,就是这个地点是处于商业成长阶段。如果你选择的地点处于商业停滞或商业衰退阶段,生意将大受影响。一旦在开店前考虑欠周,把店开在一个将要重新开发的地点,结果不久就被迫搬迁,不但空耗了许多精力而又得不偿失。

#### 2. 地点观察

该地点显示的各种社会现象,也可以直观地提供地点条件,你必须善于观察。诸如人口流量的增加、商店增长的数目、重新装修的商店数目等都可以反应此地有逐渐发展的迹象,有利于开设商店;反之,则表明该地点处于衰退或停滞状况,不宜再开设新的商店。



更要注意的是,你必须明确地判断此地点是不是适合开美发店。

### 3. 收集地点情报

曾经有人说过:“一家美发店如果能够选择一处恰当的地点,则这家美发店的成功率已有60%以上。”可见地点的重要性。

因此,在开店之前的地点调查不可马虎,其目的在于:

(1)从相关调查中确认此地点的发展前途;

(2)对于以后经营上能够发挥的有利条件和不利条件有清醒的认识,便于利用或克服。

一般情况下,开美发店的地点调查可以按三个阶段进行:第一阶段,收集该地点的相关资料——人口、交通、经济状况等数据;第二阶段,则分析同行业的商店数目,它们是否经营得法,若你开店,它们的竞争劣势何在;在第三阶段,你将着手设计自己的开美发店的经营方针和经营目标,并拟出开店的基本计划。

总之,地点调查的实施,关系到开店前如何有效地展开店面设计、美发项目、主要顾客以及经营方案的制定,它可以影响到美发店以后的发展,所以,务必收集地点情报,通过分析完成开店前的周密准备。

### 4. 选对地址是关键

店铺地址的选择是一项长期投资,关系着店铺未来的经济效益和发展前景。同规模的美发店,即便使用的产品、服务水平、管理水平、促销手段等方面大致相同,但仅仅由于所处的地址不同,经营效益就可能有较大区别。

天时不如地利。孙子曰:“凡用兵之法……圯地无舍,衢地合交,绝地无留,围地则谋。”孙子这段话中强调了地利在作战中的重要性。用在美容美发生意上,则要根据不同的地理环境和不同区域的市场形势,有选择地投资。按其兵法浅谈店址的选择:

“圯地无舍”,也就是在较偏远、无市场潜力、交通不便,外部环境不好的地方,不宜开店,尤其不宜开美容美发服务类店铺。

“绝地无留”,如果不慎盲目地开了一家美发店,经过一两年的市场开发,仍是亏本,那么就要早调整,处理掉不赚钱的店铺,在适当的地点重开一家。

“围地则谋”,如果你所开店铺位居繁华热闹之地,但同业竞争者甚多,狭路相逢,唯有以谋经营,出奇制胜。

## 四、寻找开店地址的良策

随着创业热的不断升温,如今想投资开美发店当小老板的人越来越多。但开美发店并非像“春天播种,秋天结果”那么简单,而要牵涉到诸多环节,其中选址是关键的第一步。专家指出,开美发店不同于办厂开公司,以出售服务为主的经营模式决定了