

Директор салона красоты / косметологической клиники. Управление компанией в бьюти-индустрии

Рынок индустрии красоты сегодня развивается достаточно динамично. Ключевая задача здесь — провести правильное позиционирование собственного салона и отстроиться от конкурентов. На семинаре вы научитесь стратегически планировать развитие бизнеса, опираясь на современные инструменты маркетинга, менеджмента и финансов. Кроме того, вы приобретете навыки по управлению персоналом, работе с клиентами и контролирующими структурами.

Расписание

Город: Москва

Дата:

- 12 – 16 августа `19
- 18 – 22 ноября `19
- 17 – 21 февраля `20
- 25 – 29 мая `20
- 17 – 21 августа `20

В результате обучения вы:

- узнаете тонкости открытия и развития бизнеса в индустрии красоты
- сможете правильно организовать пространство помещения салона
- изучите принципы бизнес-планирования в индустрии красоты
- сможете определить маркетинговую и рекламную стратегии салона
- узнаете, как разработать оптимальную программу лояльности клиентов
- изучите особенности управления персоналом индустрии красоты
- научитесь эффективно взаимодействовать с контролирующими и надзорными органами

Следующие темы возможно изучить отдельно:

[Как открыть салон красоты](#)

Программа семинара

День 1

Открытие салона / клиники

Маркетинговые исследования

- Глобальный маркетинг. Точка зрения проектировщика
 - Состояние и тенденции рынка
 - Динамика менталитета клиента
 - Изменения спроса и тренды предложений
 - Классификация предприятий индустрии красоты и здоровья
 - Конкуренция на рынке: мифы и реальность
- Локальный маркетинг
 - Выбор месторасположения предприятия
 - Жилой дом, бизнес-центр, торговый центр: инвестиционная привлекательность
 - Определение потенциальных клиентов и конкурентов

Бизнес-проект

- Покупка готового бизнеса. Юридические и финансовые риски
- Франчайзинговая система открытия салона / клиники. Плюсы и минусы
- Алгоритм создания оригинального предприятия индустрии красоты и здоровья
 - Основные этапы создания бизнеса. Последовательность и параллельность действий
 - Необходимые организационные и финансовые ресурсы

Бизнес-модель. Принципы создания

- Что такое клиентоориентированная бизнес-концепция
- Общие правила оснащения
 - Алгоритм выбора аппаратов, оборудования и косметических линий
 - Особенности работы с поставщиками оборудования и расходных материалов

Проект предприятия — создание бизнес-пространства

- Типичные ошибки проектов и как их избежать. Примеры из жизни
- Подбор помещения
 - Технические требования к помещению
 - Нормативные (СанПиН, СНИП и др.) требования к помещению. Как использовать противоречия в нормах для своей выгоды

- Практика согласований, получения лицензии и разрешения на деятельность
- Этапы проектирования
 - Изыскательские работы. Техническая экспертиза объекта
 - Разработка технического задания на проектирование
 - Функциональное зонирование объекта с разделением потоков и оптимизацией используемых площадей
 - Архитектурные решения и технологический проект
 - Проекты инженерных систем (электроснабжение, водоснабжение и канализация, отопление, вентиляция и кондиционирование, слаботочные системы)
 - Дизайн-проект, фасадные решения и вывески
- Условия труда, эргономика рабочих мест и квадратные метры
 - Парикмахерский зал
 - Ногтевой сервис
 - Косметология
- Мерчандайзинг. Какими должны быть витрины и их оптимальное размещение
- Подсобные и технические помещения — какие необходимы и почему. Как экономить на их площади
- Сервис в широком смысле — конкурентное преимущество. Комфорт клиента в архитектурных, технологических, инженерных и дизайнерских решениях
- Примеры из практики проектирования

Реорганизация бизнеса — развитие предприятия (рестайлинг, ребрендинг, реинжиниринг)

День 2

Законодательная база индустрии красоты

Как создать бизнес. Юридические и практические аспекты оформления собственного дела

- Как вы яхту назовете: виды хозяйствующих субъектов в индустрии красоты
- Отдай и не грехи: налогообложение в индустрии красоты. Налоговые льготы

Два лица одной индустрии. Бытовые и медицинские эстетические услуги. Вместе или по отдельности?

- Два клика до парикмахерской: создание предприятия, оказывающего бытовые эстетические услуги
- Красота в белом халате: создание предприятия, оказывающего медицинские эстетические услуги
- Большие правила и маленькие хитрости: лицензирование предприятия, оказывающего медицинские косметологические услуги
- Бумажный фундамент прочного бизнеса:

- Требования к помещениям, персоналу, оборудованию, препаратам
- Профессиональные стандарты, государственные реестры и технические регламенты
- Санитарные правила, ГОСТ, приказы Минздрава
- Внутренний документооборот

Проверки предприятий индустрии красоты

- Глаз да глаз: виды и сроки проверок
- Вы не одни во вселенной:
 - Проверяющие органы и их полномочия
 - Требования контролирующих и надзорных органов (прокуратура, Роспотребнадзор, Росздравнадзор, МЧС, ФНС, ФАС, ФМС, Министерство здравоохранения, Трудовая инспекция, Архитектурный надзор, и др.)
- Кто в доме хозяин: действия руководителя во время проверки и при подписании акта о выявленных нарушениях

Практикум: «Ни шагу назад! Алгоритм действий персонала при проведении проверки»

День 3

Экономика салонного и медицинского бизнеса для неэкономистов

Разберемся в путанице терминов

- Инвестиционные затраты и текущие расходы
- Постоянные и переменные расходы
- Прямые и косвенные расходы
- оборот, выручка, доход, прибыль

Технико-экономическое обоснование (ТЭО) бизнеса

- Определения и расчеты основных экономических параметров бизнеса
 - Себестоимость услуг
 - Правила ценообразования
 - Скидки и бонусы
 - Идеальные и реальные системы оплаты труда
 - Пропускная способность предприятия и реальная загрузка рабочих мест
 - Особенность продаж средств домашнего применения и сопутствующих товаров
 - Рентабельность услуг, рабочего места, подразделения и предприятия в целом
- Бизнес-прогноз
 - Выход на режим самокупаемости (точка безубыточности)
 - Достижение плановых доходов

- Срок окупаемости (возврат инвестиций)
- Убедимся, что управляющий может понять экономику бизнеса без помощи экономиста

Кризисы в салонном и медицинском бизнесе

- Внешние и внутренние причины кризисов
- Кризис предприятия, заложенный в его проекте
- Кризис управления
- Кризис жизни — модель «жизненного цикла» предприятия

Экономические методы повышения эффективности бизнеса

- Бизнес-процессы в салонном и медицинском бизнесе
- Антикризисное управление

Практикум «Экономический калькулятор экспресс-оценки основных экономических характеристик бизнеса в режиме online»

День 4

Практические инструменты маркетинга салона / клиники

Структура современного рынка предприятий индустрии красоты и здоровья. Точка зрения маркетолога

- Поведение потребителей в изменившейся экономической ситуации: новые правила и подходы к работе
- Работа предприятия в условиях жесткой конкуренции
- Брендинг как источник дополнительной ценности для потребителя и прибыли для владельца
- Ценовая структура бьюти-меню и решения менеджмента в области ценообразования
- Выбор ценового сегмента, ценовая политика, вопросы построения и представления прибыльного и привлекательного прайс-листа
- Принципы формирования специальных предложений и организации безубыточных акций
- Методы увеличения среднего чека и доходности продаж
- Экономика программ лояльности

Привлечение и удержание клиентов предприятий индустрии красоты и здоровья

- Работающие маркетинговые способы привлечения клиентов для любого бюджета и стадии развития предприятия
- Каналы современных маркетинговых коммуникаций, их отличия, преимущества и недостатки
- Проведение рекламной кампании для предприятия
- Правила создания продающей рекламы: тексты, изображения, слоганы

- Выбор эффективных рекламных носителей в зависимости от имеющегося бюджета и целей: реклама в СМИ, наружная реклама, партнерские программы, нестандартные носители
- Особенности присутствия и продвижения салона / клиники в интернете
 - Организация правильного продающего интернет-сайта: структура, содержание, оформление
 - Работа с поисковыми системами, интернет-рекламой, социальными сетями, видеоканалами, мобильный маркетинг, рассылки
- Советы по построению работы с подрядчиками — рекламными агентствами, типографиями, веб-мастерами. Как не дать себя обмануть и не потерять финансовые средства
- Использование современных малозатратных и действенных методов привлечения клиентов
- Оптимизация рекламных затрат в процессе организации рекламной кампании
- Медиапланирование
- Оценка эффективности рекламы
- Технологии удержания клиентов. Организация процессов клиентского сервиса: алгоритмы проведения эффективных мероприятий — дней открытых дверей, презентаций, запусков
- Пошаговые рекомендации по анализу клиентской базы, работа с клиентской базой (технологии CRM)

Практикум — кейс «Работа со специальными клиентами»

День 5

Образ руководителя салона / клиники

- Портрет и основные функции эффективного руководителя салона
- Что мешает будущим руководителям добиваться результатов? Методы преодоления барьеров и страхов, препятствующих достижению успеха. Техники самомотивации
- Как повести за собой людей? Возможности развития лидерских компетенций

Практикум — упражнение «Эмоциональное лидерство в индустрии красоты»

Как подобрать нужный персонал?

- Поиск и отбор персонала. Инструменты оценки кандидатов
- Психологические особенности салонного бизнеса
- Профессиональный и психологический профили специалистов индустрии красоты. Условия профессиональной эффективности

Практикум «Job description сотрудников салона/ клиники»

Как эффективно управлять персоналом?

- Основные этапы в работе с персоналом. Как добиваться от сотрудников максимальных

результатов

- Методология индивидуально-дифференцированного подхода к сотрудникам
- Конструктивная конфликтология. Как эффективно управлять организационными и межличностными конфликтами в салоне

Практикум — упражнение «Как быстро узнать мотивацию, ценности, бессознательные причины поведения сотрудника?»»

Тонкости общения с посетителем салона. Как учесть потребности клиента и одновременно реализовать коммерческие интересы салона / клиники

- Корпоративная культура. Нормы поведения персонала как условие привлечения и удержания клиента
- Что должен знать руководитель салона о работе с клиентом. Коммуникативная сторона продаж в салоне красоты
- Этапы продаж применительно к индустрии красоты. Экспертные продажи, или эффективные продажи без продаж
- Мотивация персонала на клиентоориентированный сервис и увеличение продаж
- Типология клиентов. Индивидуально-дифференцированный (типологический) подход к клиентам. Специалист салона как психолог

Практикум «Как общаться с клиентом так, чтобы он совершил покупку и пришел снова?»»

Стоимость участия

Стоимость участия в семинаре составляет **42400 руб.** с учетом всех налогов.

В стоимость обучения входит:

- Комплект авторских материалов
- Кофе-паузы
- [Сертификат Moscow Business School](#)
- [Удостоверение о повышении квалификации*](#)
- [Диплом о профессиональной переподготовке**](#)

Преподаватели семинара

- **Москвичева Елена Васильевна**

Аналитик индустрии красоты, эксперт-практик по законодательству, регулирующему процессы в индустрии красоты, бизнес-тренер

- **Пинский Игорь Феликсович**

Специалист в области создания и управления медицинскими центрами и предприятиями Beauty, SPA & Wellness-индустрии

- **Можарова Алла Владимировна**

Специалист по маркетингу промышленных товаров и услуг в секторе B2B

- **Ильин Василий Львович**

Эксперт-практик по менеджменту и продажам в индустрии красоты и здоровья, бизнес-тренер, психолог, консультант

- **Комаревцева Марина Борисовна**

Практикующий санитарный врач, эксперт в области санитарно-эпидемиологического аудита, сопровождения (аутсорсинга) и лицензирования медицинских центров и салонов красоты