Moscow Business School

Управляющий в индустрии красоты и здоровья

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 5 дней

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 14.12.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

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 греши: 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

Moscow Business School

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 самоокупаемости (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»

Moscow Business School

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?»