

# 父亲节开场白台词幽默(精选7篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

## 美容院创业计划书完整版篇一

### 第一章

#### 一、 创业背景

当前男性美容院还不普遍，虽然男性美容院很早之前就被提出来了，但是一直未形成气候。究其原因，有以下三点：1、男士产品销售渠道不通畅；2、男士美容宣传力度不大，未能培养出男士美容的意识；3、男士美容尚处于摸索阶段，无固定模式可循。随着近几年市场的培养，男士美容的意识开始萌芽，男性美容院潜在市场广大。

#### 二、 市场分析

##### 1、 市场需求分析

男性美容需求人群分两类：一类是讲究“面子型”的顾客，另一类是“享受型”的顾客。（这两类男性在现实生活中并不罕见。从职业来看，“面子型”顾客由政府公务员、演艺界、娱乐界、传媒、企业老板、商务人士、公关界等人士构成，这部分群体的一个共同特点是，由于职业的关系，需要经常出席一些正式场合，必须经常保持良好的形象。而“享受型”顾客的构成更为广泛，除了前者之外，更多的存在于各行各业中，包括高级白领、管理人员、职业经理人等等。由于城市生活、工作压力的增大，他们需要每隔一段时间进

行身心灵的苏缓。) 以烟台市为例，烟台市人口总数约为646万人，男性人口约占二分之一，估计以上两类人群占男性总数的20%，预测潜在消费者为男性总数的20%。

## 2、 市场竞争与前景分析

因为男性美容院尚处于萌芽阶段，所以市场竞争并不激烈；但是由于广大男性同胞美容的意识比较薄弱，而男性美容院又无经验模式可循，所以创业道路还是比较艰难的。无论是从市场容量还是目前的实际情形来看，现有的男性美容市场一直处于滞后状态，目前是切入男士美容领域的最好时机，这点和女性美容市场的发展过程类似。十年前，国内女性美容意识觉醒，一些女性大胆的走入当时为数不多的美容院接受皮肤护理。同时，一批具有前瞻性眼光的先行者纷纷进入美容行业办厂开店，短短数年时间造就了一大批百万富翁。对于欲投资男士美容院的经营者来说，目前市场容量、实际需求、价格都不是问题，关键是要找到一个好的品牌和好的经营方法。

## 三、 营销策略

1、 产品[product] 面部护理（去痘、补水、抗皱等）、足部护理（类似足疗[spa] 肾部保养、拔火罐、刮痧、头部减压等项目；另外门市店可以销售男士护理产品（面部护理及全身护理产品）。

2、 定价[price] 店面设置可分两类：1) 大众店面，适合中等收入男性同志消费，店面装潢不宜过于华丽，服务人性化，便利化即可。2) 豪华店面，适合高等收入人群，店面华丽，服务质量高，配合以健身，汗蒸，台球，酒水提供等娱乐休闲服务。

3、 地点[place] 1) 大众店面选在小区附近，给顾客以便利性。社区是顾客比较集中的地方，选址时要充分考虑周围顾

客的收入情况。2) 豪华店面，选在市中心以及豪华酒店附近。因为主要针对高收入客户，所以店面装修，选址要高档。

4、 促销[promote][1]会员制。利用会员卡积分，年卡优惠等，培养忠实客户群体。2) 节假日发行礼品卡，连锁店铺均可使用。3) 特殊纪念日，如顾客生日优惠，周年庆等。

熙典教育咨询公司

健康养生馆创业计划书

一、行业分析：

中国美容业自1985年起步后，随着人民生活水平的不断提高，市场滚雪球般迅速膨胀，以年均20%的速度增长。目前，市场处于高速发展阶段。

经过20多年的发展，中国美容行业需求量已超过日韩，居亚洲第一，在全球仅次于美国、法国，未来中国必然会成为全球最大的消费市场。随着中国政府扩大内需政策的落实，美容业正在成为继房地产、汽车、电子通讯、旅游之后的第五大消费热点。回顾美容行业20多年的壮大成长过程，行业总体呈现出规模跨越式增长，技术水平飞速提高，就业人员规模迅速扩大（全国美容从业人员总数约1500万人，成为第三产业中就业人数最多的行业。），工资水平快速提高，营业收入大幅增长的特点。

目前，美容机构性质结构分布格局为：民营(包括个体)占92%，三资企业占4%，国有及国有控股占3%，其他占1%。

美容机构服务项目格局为：以生活美容为主的机构占76%，以美发为主的机构占24%。其中，兼化妆者占19.67%，兼美体者占15.06%，兼减肥者占4.5%，兼健身或主营健身占3.72% spa或主营spa占2.65%，其他占4.9%。

美容院多数以面部护理及身体按摩为主，但时至今日，中医养生减肥及美体疗程已占据美容院利润的主要来源。因此，养生馆不但能吸引爱美人士，还是都市人追求健康的途径。近年来，随着我国经济水平不断提高，亚健康人数也大大增加，2015年，中国的亚健康人群数量已达到5.1亿。

结合以上对本行业的分析，自身的优势及对本行业的熟练运作经验，决定开一家专业spa养生会所。

## 二、运营资金预算：

1. 资金总额：100万

2. 资金用途分配：

a.店面租金与押金

b.店面装修费用

c.营业所需物品及仪器

d.人员工资

e.广告宣传费用

f.周转资金

## 三、创业准备：

1. 店面类型定位：底商（200---300平米）

2. 店面商圈调查：周边的竞争对手，所经营的项目及客单价，周边的消费水平，

熙典教育咨询公司

小区的入住率，客户群的数量，可利用的拓客资源等。

3. 经营项目：面部□spa□养生项目（全球顶尖的spa项目；针对性，见效快的

养生项目）

4. 店面装修：根据项目设计房间布局

5. 目标消费人群：中高档消费水平层次的人群

6. 产品品牌选择，项目定价

7. 员工培训（礼仪培训，产品培训，手法培训，接待流程培训等），项目设定

8. 员工薪资设定

9. 开展拓客活动

四. 所选项目分析：

1. 面部项目：

根据每个年龄段，不同的皮肤状况，设定适合的护理项目，满足顾客需求。（基础，高效，特殊，季节等）

项目：

集古埃及，意大利，泰国，马尔代夫，印尼，英国，瑞士，比利时，菲律宾，中国等全球30多个国家的40余种顶尖spa于一身，室内独特的设计，童话般的故事背景，体贴的服务，让顾客感受从未感受过的尊贵与享受。

### 3. 养生项目：

从皮--肉--骨--脏腑---经络--气血6处入手，全面调理顾客的亚健康状态。将顾客的需求挖掘到最大化。

### 五、店面运营规划：

#### 1. 拓客，留客

方式：利用店内当季的项目做推广

a.店面周围小区电梯广告投放

b.网络团购推广

c.和店面周围的其他单位联盟，资源共享

2. 员工培训，提升专业技能与服务水平，良好的顾客管理，提升顾客到店率，增加耗卡数量。

3. 店内应季项目促销推广。

4. 出台老顾客带新顾客的奖励方案，吸引顾客老带新，提升顾客数量。

熙典教育咨询公司

5. 定期举办小型沙龙会，拉近与顾客的距离，让顾客感受到店面与其他美容院的不同之处，提升顾客忠诚度。

6. 年底举办顾客答谢会，答谢回馈顾客一年的支持，让顾客感觉店内的服务物超所值。

7. 举办员工大会，汇总一年的业绩及明年的销售与全年规划，

奖励优秀员工。

## 六、预计收益：

1. 开业后，上半年收回投入资金（100万），平均每月业绩16.7万。

2. 后半年，目标业绩120万，平均每月业绩20万。

## 七、可能遇到困难及解决方案：

1. 美容师素质，水平参差不齐，流动性大，管理难度大。

解决□a.合理的薪资设定，使美容师间形成良性竞争。

b.专业的教育培训，解决员工专业技术问题；职业生涯规划，解决员工

的晋升问题。

2. 美容院经营费用越来越高，利润愈来愈低。

解决:a.通过项目整合降低店内产品成本。

b.合理的薪资设定，降低员工薪资成本及店内负债率。

c.专业的顾客管理系统，降低顾客流失率，提升新客进店率。

3. 美容院间的经营项目同质化严重，顾客很容易做比较。

解决□a.项目整合后的推广，不宣传任何品牌，顾客无从做比较。

b.店内所有项目都赋予全新概念，其他店面无法模仿。

c.根据每位顾客的实际情况做出个性化的护理方案，赢得顾客认可。

## 一、行业分析：

中国美容业自20xx年起步后，随着人民生活水平的不断提高，市场滚雪球般迅速膨胀，以年均20%的速度增长。目前，市场处于高速发展阶段。

经过20多年的发展，中国美容行业需求量已超过日韩，居亚洲第一，在全球仅次于美国、法国，未来中国必然会成为全球最大的消费市场。随着中国政府扩大内需政策的落实，美容业正在成为继房地产、汽车、电子通讯、旅游之后的第五大消费热点。回顾美容行业20多年的壮大成长过程，行业总体呈现出规模跨越式增长，技术水平飞速提高，就业人员规模迅速扩大（全国美容从业人员总数约1500万人，成为第三产业中就业人数最多的行业。），工资水平快速提高，营业收入大幅增长的特点。

目前，美容机构性质结构分布格局为：民营(包括个体)占92%，三资企业占4%，国有及国有控股占3%，其他占1%。

美容机构服务项目格局为：以生活美容为主的机构占76%，以美发为主的机构占24%。其中，兼化妆者占19.67%，兼美体者占15.06%，兼减肥者占4.5%，兼健身或主营健身占3.72%□spa或主营spa占2.65%，其他占4.9%。

开一家专业spa养生会所。

## 二、运营资金预算：

1. 资金总额：100万

2. 资金用途分配：

- a.店面租金与押金
- b.店面装修费用
- c.营业所需物品及仪器
- d.人员工资
- e.广告宣传费用
- f.周转资金

### 三、创业准备：

1. 店面类型定位：底商（200—300平米）
2. 店面商圈调查：周边的竞争对手，所经营的项目及客单价，周边的消费水平，小区的入住率，客户群的数量，可利用的拓客资源等。
3. 经营项目：面部[spa]养生项目（全球顶尖的spa项目；针对性，见效快的养生项目）
4. 店面装修：根据项目设计房间布局
5. 目标消费人群：中高档消费水平层次的人群
6. 产品品牌选择，项目定价
7. 员工培训（礼仪培训，产品培训，手法培训，接待流程培训等），项目设定
8. 员工薪资设定

## 9. 开展拓客活动

### 四. 所选项目分析:

1. 面部项目: 根据每个年龄段, 不同的皮肤状况, 设定适合的护理项目, 满足顾客需求。(基础, 高效, 特殊, 季节等)

项目: 集古埃及, 意大利, 泰国, 马尔代夫, 印尼, 英国, 瑞士, 比利时, 菲律宾, 中国等全球30多个国家的40余种顶尖spa于一身, 室内独特的设计, 童话般的故事背景, 体贴的服务, 让顾客感受从未感受过的尊贵与享受。

3. 养生项目: 从皮--肉--骨--脏腑---经络--气血6处入手, 全面调理顾客的亚健康状态。将顾客的需求挖掘到最大化。

### 五、店面运营规划:

#### 1. 拓客, 留客

方式: 利用店内当季的项目做推广

a.店面周围小区电梯广告投放

b.网络团购推广

c.和店面周围的其他单位联盟, 资源共享

2. 员工培训, 提升专业技能与服务水平, 良好的'顾客管理, 提升顾客到店率, 增加耗卡数量。

3. 店内应季项目促销推广。

4. 出台老顾客带新顾客的奖励方案, 吸引顾客老带新, 提升顾客数量。

5. 定期举办小型沙龙会，拉近与顾客的距离，让顾客感受到店面与其他美容院的不同之处，提升顾客忠诚度。

6. 年底举办顾客答谢会，答谢回馈顾客一年的支持，让顾客感觉店内的服务物超所值。

7. 举办员工大会，汇总一年的业绩及明年的销售与全年规划，奖励优秀员工。

## 六、预计收益：

1. 开业后，上半年收回投入资金（100万），平均每月业绩16.7万。

2. 下半年，目标业绩120万，平均每月业绩20万。

## 七、可能遇到困难及解决方案：

1. 美容师素质，水平参差不齐，流动性大，管理难度大。

解决：

a.合理的薪资设定，使美容师间形成良性竞争。

b.专业的教育培训，解决员工专业技术问题；职业生涯规划，解决员工的晋升问题。

2. 美容院经营费用越来越高，利润愈来愈低。

解决：

a.通过项目整合降低店内产品成本。

b.合理的薪资设定，降低员工薪资成本及店内负债率。

c.专业的顾客管理系统，降低顾客流失率，提升新客进店率。

3.美容院间的经营项目同质化严重，顾客很容易做比较。

解决：

a.项目整合后的推广，不宣传任何品牌，顾客无从做比较。

b.店内所有项目都赋予全新概念，其他店面无法模仿。

c.根据每位顾客的实际情况做出个性化的护理方案，赢得顾客认可。

## 2、男性

### 一、创业背景

当前男性美容院还不普遍，虽然男性美容院很早之前就被提出来了，但是一直未形成气候。究其原因，有以下三点：

1、男士产品销售渠道不通畅；

2、男士美容宣传力度不大，未能培养出男士美容的意识；

3、男士美容尚处于摸索阶段，无固定模式可循。随着近几年市场的培养，男士美容的意识开始萌芽，男性美容院潜在市场广大。

### 二、市场分析

#### 1、市场需求分析

男性美容需求人群分两类：一类是讲究“面子型”的顾客，另一类是“享受型”的顾客。

（这两类男性在现实生活中并不罕见。从职业来看，“面子型”顾客由政府公务员、演艺界、娱乐界、传媒、企业老板、商务人士、公关界等人士构成，这部分群体的一个共同特点是，由于职业的关系，需要经常出席一些正式场合，必须经常保持良好的形象。而“享受型”顾客的构成更为广泛，除了前者之外，更多的存在于各行各业中，包括高级白领、管理人员、职业经理人等等。由于城市生活、工作压力的增大，他们需要每隔一段时间进行身心灵的苏缓。）以烟台市为例，烟台市人口总数约为646万人，男性人口约占二分之一，估计以上两类人群占男性总数的20%，预测潜在消费者为男性总数的20%。

2、市场竞争与前景分析因为男性美容院尚处于萌芽阶段，所以市场竞争并不激烈；但是由于广大男性同胞美容的意识比较薄弱，而男性美容院又无经验模式可循，所以创业道路还是比较艰难的。无论是从市场容量还是目前的实际情形来看，现有的男性美容市场一直处于滞后状态，目前是切入男士美容领域的最好时机，这点和女性美容市场的发展过程类似。十年前，国内女性美容意识觉醒，一些女性大胆的走入当时为数不多的美容院接受皮肤护理。同时，一批具有前瞻性眼光的先行者纷纷进入美容行业办厂开店，短短数年时间造就了一大批百万富翁。对于欲投资男士美容院的经营来说，目前市场容量、实际需求、价格都不是问题，关键是要找到一个好的品牌和好的经营方法。

### 三、营销策略

1、产品[product]面部护理（去痘、补水、抗皱等）、足部护理（类似足疗[spa]肾部保养、拔火罐、刮痧、头部减压等项目；另外门市店可以销售男士护理产品（面部护理及全身护理产品）。

2、定价[price]店面设置可分两类：

1) 大众店面，适合中等收入男性同志消费，店面装潢不宜过于华丽，服务人性化，便利化即可。

2) 豪华店面，适合高等收入人群，店面华丽，服务质量高，配合以健身，汗蒸，台球，酒水提供等娱乐休闲服务。

### 3、地点[place]

1) 大众店面选在小区附近，给顾客以便利性。社区是顾客比较集中的地方，选址时要充分考虑周围顾客的收入情况。

2) 豪华店面，选在市中心以及豪华酒店附近。因为主要针对高收入客户，所以店面装修，选址要高档。

### 4、促销[promote]

1) 会员制。利用会员卡积分，年卡优惠等，培养忠实客户群体。

2) 节假日发行礼品卡，连锁店铺均可使用。

3) 特殊纪念日，如顾客生日优惠，周年庆等。

## 3、美容店创业策划书

### 一、项目简介

时值冬季渐去、大地回春的喜庆日子[xxxx]微整形美容院（厦门）店隆重开业。为了让更多爱美的女性朋友分享到先进化妆品的魅丽，感受优质化妆品赋予女性的柔媚，同时了解并掌握世界潮流信息、把握时尚脉搏、力做时代知性新女性。

xxxx微整形美容院的优质和国内市场价格竞争的优势于一身的xxxx化妆品，为女性朋友提供贴心的服务：咨询、解答、

试用、感受、专业护理、等人性服务等。

本店微整形美容院特色以及优势定位

生活式美容院

将美容生活化

不断提高软件管理水平

开办百姓健康门诊

轻松走入百姓生活

投资小

无风险

社会接受和认可

保证企业长久经营

二、利润保证

三、产业基本概况

全国美容业从业人员总数约1120万

“第三产业”中就业人数最多的行业之一

全国城镇美容机构总数约222万家（据我调查，厦门思明区有147家，湖里区47家，集美区9家）

全国城镇美容业总收入为1680.4亿元

全国每万名城镇居民平均拥有美容店32家

每家美容店平均就业人员5.1人

全国城镇平均每个美容就业者年平均工资2.16万元，

略高于全国各类就业人员平均工资

美容业占全国国内生产总值[gdp]比重为1.80%

美容业占第三产业产值比重为5.21%

城镇人口月平均美容花费21.33元/月

#### 四、行业发展趋势预测

中国美容业目前正处于市场发展的较快增长期

最近5年开业的新店数占总数的78%

营业收入的增长幅度高于全国gdp增速

所占gdp比重逐年增加

所占第三产业比重逐年增加

行业就业人数逐年增加

产业的延伸内涵丰富

供求的弹性空间较大

美容院经营理念：倡导女性美丽新生活开创女子美容新天地

#### 五、目标市场选定定位

## 六、特色

融合心理学，现代医学，运动学，美学，美容学等方面，区别于普通美容院的是，它是

一种美容主动思维的引导。装修豪华，设备完善，仪器先进，疗程全面，效果卓著。提倡整体健康美容。

## 美容院创业计划书完整版篇二

时值冬季渐去、大地回春的喜庆日子，恒美苑□xx专卖店（石岩）店隆重开业。为了让更多爱美的女性朋友分享到先进化妆品的魅丽，感受优质化妆品赋予女性的柔媚，同时了解并掌握世界潮流信息、把握时尚脉搏、力做时代知性新女性。

恒美苑韵的优质和国内市场价格竞争的优势于一身的恒美苑□xx化妆品，为女性朋友提供贴心的服务：咨询、解答、试用、感受、专业护理、蒸气等人性服务等。

媒体投放形式时间备注

路牌广告当地消费视觉黄金点长期

宣传单张周边派发两个月

条幅店前一个月

1、开始时间：月日

2、试业目的：强化店面人员的工作水准、各岗位之间的衔接和工作人员之间的配合协调度，充分熟悉产品、服务项目及价格，熟练销售技巧，充分了解当地消费者的消费取向。

3、试业方式：运用人际关系，派发试做宣传单张。、试业有效期：月日—一月日

根据《恒美苑□xx护理手册》提供相应（应季、宜肤质）的护理，收取相应的试做费用。

主要服务对象：亲朋好友。

活动主题：舞狮点睛庆开业

活动地点：店外广场，近门店门口。

开业时间：（暂定）

准备工作：

- 1、确定当地嘉宾和媒体人员名单，提前一周时间派送邀请函。
- 2、准备抽奖箱、抽奖礼品、礼花礼炮、彩球、托盘、剪刀、胸花、签到本、笔、音响、麦克风。
- 3、布置演讲台、签到台、红地毯（门店入口处）、订购花篮。
- 4、悬挂石岩店开业庆典红色条幅于门店门头。
- 5、联系并确定开业醒狮——两名。
- 6、与就近酒楼预定中午宴客餐。

时值冬季渐去、大地回春的喜庆日子，恒美苑□xx专卖店（石岩）店隆重开业。为了让更多爱美的女性朋友分享到先进化妆品的魅丽，感受优质化妆品赋予女性的柔媚，同时了解并掌握世界潮流信息、把握时尚脉搏、力做时代知性新女性。

# 美容院创业计划书完整版篇三

中国美容业自20xx年起步后，随着人民生活水平的不断提高，市场滚雪球般迅速膨胀，以年均20%的速度增长。目前，市场处于高速发展阶段。

经过20多年的发展，中国美容行业需求量已超过日韩，居亚洲第一，在全球仅次于美国、法国，未来中国必然会成为全球最大的消费市场。随着中国政府扩大内需政策的落实，美容业正在成为继房地产、汽车、电子通讯、旅游之后的第五大消费热点。回顾美容行业20多年的壮大成长过程，行业总体呈现出规模跨越式增长，技术水平飞速提高，就业人员规模迅速扩大(全国美容从业人员总数约1500万人，成为第三产业中就业人数最多的行业。)，工资水平快速提高，营业收入大幅增长的特点。

目前，美容机构性质结构分布格局为：民营(包括个体)占92%，三资企业占4%，国有及国有控股占3%，其他占1%。

美容机构服务项目格局为：以生活美容为主的机构占76%，以美发为主的机构占24%。其中，兼化妆者占19、67%，兼美体者占15、06%，兼减肥者占4、5%，兼健身或主营健身占3□72%□spa或主营spa占2、65%，其他占4、9%。

开一家专业spa养生会所。

1、资金总额：100万

2、资金用途分配：

a□店面租金与押金

b□店面装修费用

c□营业所需物品及仪器

d□人员工资

e□广告宣传费用

f□周转资金

1、店面类型定位：底商(200---300平米)

2、店面商圈调查：周边的竞争对手，所经营的项目及客单价，周边的消费水平，小区的入住率，客户群的数量，可利用的拓客资源等。

3、经营项目：面部□spa□养生项目(全球顶尖的spa项目;针对性，见效快的养生项目)

4、店面装修：根据项目设计房间布局

5、目标消费人群：中高档消费水平层次的人群

6、产品品牌选择，项目定价

7、员工培训(礼仪培训，产品培训，手法培训，接待流程培训等)，项目设定

8、员工薪资设定

9、开展拓客活动

1、面部项目：根据每个年龄段，不同的皮肤状况，设定适合的护理项目，满足顾客需求。(基础，高效，特殊，季节等)

项目□xx等全球30多个国家的40余种顶尖spa于一身，室内独

特的设计，童话般的故事背景，体贴的服务，让顾客感受从未感受过的尊贵与享受。

3、养生项目：从皮--肉--骨--脏腑---经络--气血6处入手，全面调理顾客的亚健康状态。将顾客的需求挖掘到最大化。

1、拓客，留客

方式：利用店内当季的项目做推广

a□店面周围小区电梯广告投放

b□网络团购推广

c□和店面周围的其他单位联盟，资源共享

2、员工培训，提升专业技能与服务水平，良好的顾客管理，提升顾客到店率，增加耗卡数量。

3、店内应季项目促销推广。

4、出台老顾客带新顾客的奖励方案，吸引顾客老带新，提升顾客数量。

5、定期举办小型沙龙会，拉近与顾客的距离，让顾客感受到店面与其他美容院的不同之处，提升顾客忠诚度。

6、年底举办顾客答谢会，答谢回馈顾客一年的支持，让顾客感觉店内的服务物超所值。

7、举办员工大会，汇总一年的业绩及明年的销售与全年规划，奖励优秀员工。

1、开业后，上半年收回投入资金(100万)，平均每月业绩16、

7万。

2、后半年，目标业绩120万，平均每月业绩20万。

1、美容师素质，水平参差不齐，流动性大，管理难度大。

解决：

a□合理的薪资设定，使美容师间形成良性竞争。

b□专业的教育培训，解决员工专业技术问题；职业生涯规划，解决员工的晋升问题。

2、美容院经营费用越来越高，利润愈来愈低。

解决：

a□通过项目整合降低店内产品成本。

b□合理的薪资设定，降低员工薪资成本及店内负债率。

c□专业的顾客管理系统，降低顾客流失率，提升新客进店率。

3、美容院间的经营项目同质化严重，顾客很容易做比较。

解决：

a□项目整合后的推广，不宣传任何品牌，顾客无从做比较。

b□店内所有项目都赋予全新概念，其他店面无法模仿。

c□根据每位顾客的实际情况做出个性化的护理方案，赢得顾客认可。

# 美容院创业计划书完整版篇四

## 一、行业分析：

球仅次于美国、法国，未来中国必然会成为全球最大的消费市场。随着中国政府扩大内需政策的落实，美容业正在成为继房地产、汽车、电子通讯、旅游之后的第五大消费热点。回顾美容行业20多年的壮大成长过程，行业总体呈现出规模跨越式增长，技术水平飞速提高，就业人员规模迅速扩大（全国美容从业人员总数约1500万人，成为第三产业中就业人数最多的行业。），工资水平快速提高，营业收入大幅增长的特点。

目前，美容机构性质结构分布格局为：民营(包括个体)占92%，三资企业占 4%，国有及国有控股占3%，其他占1%。

美容机构服务项目格局为：以生活美容为主的机构占76%，以美发为主的机

构占24%。其中，兼化妆者占19.67%，兼美体者占15.06%，兼减肥者占4.5%，兼健身或主营健身占3.72%□spa或主营spa占2.65%，其他占4.9%。

美容院多数以面部护理及身体按摩为主，但时至今日，中医养生减肥及美

体疗程已占据美容院利润的主要来源。因此，养生馆不但能吸引爱美人士，还是都市人追求健康的途径。近年来，随着我国经济水平不断提高，亚健康人数也大大增加，2009年，中国的亚健康人群数量已达到5.1亿。

结合以上对本行业的分析，自身的优势及对本行业的熟练运作经验，决定开一家专业spa养生会所。

c.营业所需物品及仪器 d.人员工资 e.广告宣传费用 f.周转资金

### 三、创业准备：

1. 店面类型定位：底商（200—300平米）

2. 店面商圈调查：周边的竞争对手，所经营的项目及客单价，周边的消费水平，小区的入住率，客户群的数量，可利用的拓客资源等。

3. 经营项目：面部spa养生项目（全球顶尖的spa项目；针对性，见效快的 养生项目）

4. 店面装修：根据项目设计房间布局

5. 目标消费人群：中高档消费水平层次的人群 6. 产品品牌选择，项目定价

7. 员工培训（礼仪培训，产品培训，手法培训，接待流程培训等），项目设定 8. 员工薪资设定 9. 开展拓客活动 四. 所选项目分析： 1. 面部项目：

根据每个年龄段,不同的皮肤状况, 设定适合的护理项目, 满足顾客需求。（基础, 高效, 特殊, 季节等）项目：

集古埃及, 意大利, 泰国, 马尔代夫, 印尼, 英国, 瑞士, 比利时, 菲律宾, 中国等全球30多个国家的40余种顶尖spa于一身, 室内独特的设计, 童话般的故事背景, 体贴的服务, 让顾客感受从未感受过的尊贵与享受。3. 养生项目：

从皮—肉—骨—脏腑—经络—气血6处入手, 全面调理顾客的亚健康状态。将顾客的需求挖掘到最大化。

## 五、店面运营规划： 1. 拓客，留客

方式：利用店内当季的项目做推广 a.店面周围小区电梯广告投放 b.网络团购推广

c.和店面周围的其他单位联盟，资源共享 2. 员工培训，提升专业技能与服务水平，良好的顾客管理，提升顾客到店率，增加耗卡数量。3. 店内应季项目促销推广。

4. 出台老顾客带新顾客的奖励方案，吸引顾客老带新，提升顾客数量。5. 定期举办小型沙龙会，拉近与顾客的距离，让顾客感受到店面与其他美容院的不同之处，提升顾客忠诚度。6. 年底举办顾客答谢会，答谢回馈顾客一年的支持，让顾客感觉店内的服务物超所值。7. 举办员工大会，汇总一年的业绩及明年的销售与全年规划，奖励优秀员工。

## 六、预计收益：

1. 开业后，上半年收回投入资金（100万），平均每月业绩16.7万。2. 下半年，目标业绩120万，平均每月业绩20万。

## 七、可能遇到困难及解决方案：

1. 美容师素质，水平参差不齐，流动性大，管理难度大。解决□a.合理的薪资设定，使美容师间形成良性竞争。

b.专业的教育培训，解决员工专业技术问题；职业生涯规划，解决员工 的晋升问题。

2. 美容院经营费用越来越高，利润愈来愈低。解决:a.通过项目整合降低店内产品成本。

b.合理的薪资设定，降低员工薪资成本及店内负债率。

c.专业的顾客管理系统，降低顾客流失率，提升新客进店率。  
3.美容院间的经营项目同质化严重，顾客很容易做比较。

解决□a.项目整合后的推广，不宣传任何品牌，顾客无从做比较□b.店内所有项目都赋予全新概念，其他店面无法模仿。

美容院加盟店创业计划书

桂林电子科技大学信息科技学院 企业管理模拟科目

市场营销（休闲产业方向）美容院加盟店创业计划书

指导老师： 杨帆老师

时间：2013年10月20日

目录

2008年开始，中国美容院为了利益，出现了高端无科学依据的项目推广怪圈，无休止的概念炒作，美容院用多年经营管理中的“诚信”将高端顾客逐步透支过甚的毁灭性开采。随着信息化3g时代的飞速来临，国内美容产业面一次强大的冲击波，据中国美容院标准化运营管理网执行专家团队对全国三千多家美容院在线调查，中国美容消费者终端消费者在网络上消费美容产品的价值逐年提升，通过网络购买产品占30%-50%，预计三到五年将达到恐怖的70%-80%。

思妍丽，成立于1996年，作为全国成长速度最快的spa连锁机构之一，现已成为中国美容行业的翘楚，在全国48座城市，开设130多家门店，拥有10多万会员，为都市时尚女性所推崇。

“让美容成为享受”，绝不是思妍丽的一句空话。做为会员，店内的各个细节都蕴含着尊贵的服务和贴心的呵护。当您步

入店堂，美容顾问会亲切地迎侯您，并且仔细询问您的需要并做相关的测试。之后，她将为您建立具有针对性的护理方案，并和您一起见证卓越效果的到来。当美容师带领您进入护理空间时，您会惊讶地发现：这里的每一间护理室都配备更衣、淋浴或水疗设施。每一位客人都能享受vip的私密待遇，再也不必为更衣、沐浴和各项护理而在各种房间里跑进跑出。

公司从法国引进高端皮肤护理产品，使更多中国爱美人士享受更加高质有效的产品。公司始终致力于引进国际高端美容仪器，为顾客提供不同种类的护理，护理价格丰俭由人，更是向团体客户提供超值卡特惠，护理价格低至150元，多张卡使用可享更多优惠。以宽敞明亮的中式古典与现代结合设计、完善齐全的先进设施、国际化的管理模式、一流的专业服务、以及安全有效的专业产品，令每一位走进店堂的爱美之士都能得到完美的呵护与心灵彻底的放松。

思妍丽用其专业、高质、热忱的服务赢得顾客的满意和信任，必将开创一个美丽新世界。从1996年思妍丽诞生，开启美丽新时代，到2012年，思妍丽尖端实验室品牌dr bio全线上市，引领医学美容尖端潮流。思妍丽集团着眼于科技护肤，更是将研发延伸至抗脱发抗头皮老化以及眼部护理领域！成千上万思妍丽会员成为忠实粉丝，dr bio赫然成为贵妇名流口耳相传、爱不释手的顶级抗老医学品牌。

## 2.2 服务简介

### 1. 面部项目：

根据每个年龄段不同的皮肤状况，设定适合的护理项目，满足顾客需求。（基础，高效，特殊，季节等）项目：集古埃及，意大利，泰国，马尔代夫，印尼，英国，瑞士，比利时，菲律宾，中国等全球30多个国家的40余种顶尖spa于一身，室内独特的设计，童话般的故事背景，体贴的服务，让顾客感受从未感受过的尊贵与享受。

### 3. 养生项目：

我公司是通过加盟连锁扩大经营，服务于不同的人群，做的高端美容院的市场，相应的人员培训的标准化也很难实现，

而这些因素都可能直接导致服务质量的降低。所以，只有通过加盟连锁，由总部集中管理，共同开展经营活动，每个店面都采用相同的标准，严格要求店面设计和人员培训，从而保证每家店面的服务质量，进而保证公司的良好服务形象。公司店面初步选址定在位于桂林市十字街依仁路。原因有如下几点：

十字街处于桂林市的最佳地理位置，于中山路与解放路交汇处，此区域内业态丰富，客流量集聚非常多。地理位置辐射范围：主要是南北贯通的中山中路、东至解放东路、西到解放西路。

由于十字街中心广场是桂林市最早规划出来的商圈，在附近大约有10个住宅小区，其中主要有王府花园、乐群园，以及一些政府机关单位宿舍，而周围有广西师范大学、桂林医学院等5所院校和桂林图书馆、漓江剧院、桂林日报社、体育馆、文化宫等单位，所以附近的居民受教育程度比较高，消费能力比较高，消费理念比较先进。

现代人生活节奏加快，生活及工作的压力增加，女性尤其如此。都市女性进美容院不再只是关注身形和皮肤，更多的是为了缓解情绪，让偶有不适的身体得到保健。因此养生类spa馆应运而生。而所谓的养生美容，除了目前已开发的缓解亚健康类的美容项目之外，另一个趋势就是拉近与自然界的距离，让顾客真正体会到心灵的疗养，让疲惫的身心彻底得到放松。置身于真山真水的大自然环境中，再通过各种spa疗程中混搭一些芳香植物精油对身体进行按摩，舒缓压力、平衡内分泌，放松肌肤，使身心都得到疗养。因此开家美容院是创业者的理想选择。

商业计划书是融资最重要的文件之一，有了它，才能更恰当地准确地回答投资人质询的各类问题，并抓住重点，才能自如地与投资人谈判，投资人也才会认为你已经对事业有了通盘的考虑；当然，商业计划书（创业计划书、私募计划书、融

资计划书)也是对您自身事业规范的一份重要文件,通过完善和雕琢您事业的蓝图,定会让创业者更胸有成竹,走每一步更加坚实。

## 二、试业安排:

1、开始时间: 月 日

2、试业目的: 强化店面人员的工作水准、各岗位之间的衔接和工作人员之间的配合协调度,充分熟悉产品、服务项目及价格,熟练销售技巧,充分了解当地消费者的消费取向。

### 3、试业方式:

1、运用人际关系,派发试做宣传单张。试业有效期: 月 日—— 月 日

2、根据《护理手册》提供相应(应季、宜肤质)的护理,收取相应的试做费用。

3、主要服务对象: 亲朋好友。

## 三、开业日剪彩活动安排:

活动主题: 舞狮点睛庆开业

活动地点: 店外广场,近门店门口。开业时间: 4月 日(暂定)

### 准备工作:

1、确定当地嘉宾和媒体人员名单,提前一周时间派送邀请函。

2、准备抽奖箱、抽奖礼品、礼花礼炮、彩球、托盘、剪刀、胸花、签到本、笔、音响、麦克风。

- 3、布置演讲台、签到台、红地毯（门店入口处）、订购花篮。
- 4、悬挂石岩店开业庆典红色条幅于门店门头。
- 5、联系并确定开业醒狮一一两名。
- 6、与就近酒楼预定中午宴客餐。

## 美容院开业推广计划书

（二）时值冬季渐去、大地回春的喜庆日子，专卖店（石岩）店隆重开业。为了让更多爱美的女性朋友分享到先进化妆品的魅力，感受优质化妆品赋予女性的柔媚，同时了解并掌握世界潮流信息、把握时尚脉搏、力做时代知性新女性。

恒美苑. 韵的优质和国内市场价格竞争的优势于一身的化妆品，为女性朋友提供贴心的服务：咨询、解答、试用、感受、专业护理、蒸气等人性服务等。

## 美容院开店计划书

### （三）美容院开店完全指导手册

摘要：形象门头、灯箱、收银台、形象店头、产品柜、更衣柜、空调（冷暖两用）、冰箱、消毒柜、淋浴器、泡浴桶、光波浴、电视□cd机、音响、各类灯饰及装饰物、美容床、床罩（3件套）、美容凳、褥心（冬天用）、竹席（夏天用）、超声波、蒸汽机、美容推车、调膜（棒、碗、刷）、暗疮针、脱脂棉花、棉签、眉（剪、夹、刀、笔）?? 第一部份 新店开张 购物清单：

制作宣传单、各类卡（月卡□vip会员卡、贵宾卡、金卡等）、现金券；

形象门头、灯箱、收银台、形象店头、产品柜、更衣柜、空调（冷暖两用）、冰箱、消毒柜、淋浴器、泡浴桶、光波浴、电视□cd机、音响、各类灯饰及装饰物、美容床、床罩（3件套）、美容凳、褥心（冬天用）、竹席（夏天用）、超声波、蒸汽机、美容推车、调膜（棒、碗、刷）、暗疮针、脱脂棉花、棉签、眉（剪、夹、刀、笔）、包头巾、毛巾、小脸盆、保鲜袋、保鲜膜、面巾纸、拖鞋、工作鞋、鞋柜、酒精、酒精棉罐、喷瓶、滴水瓶、烫眼睫毛药水、牙签、收据、笔、梳子、大小镜子、计算机、洗手液、洗衣粉、标签帖、现金出入帐本、电话机、饮水机、一次性杯子、多用插座、店长服、美容师服、客服、纸篓、垃圾袋等等。

## 生活馆服务价目表

### 一、脸部护理系列： 单 次 月 卡 季 卡 年 卡

- 1、基础护理 30元 100元/4次 240元/12次 720元/48次
- 2、无痛草本黑头 30元 100元/4次 240元/12次 580元/48次
- 3、芦荟保湿补水 50元 180元/4次 480元/12次 1560元/48次
- 4、天然美白祛斑 60元 220元/4次 600元/12次 2000元/48次
- 5、脸部排毒护理 80元 300元/4次 840元/12次 2980元/48次
- 6、特级护理 150元 480元/4次 1200元/12次 3880元/48次
- 7、烫眼睫毛 50元/次 80元/次 100元/次

二、套装护理系列： 例——美容疗程 668元 请参照产品价格目表（此略）

三、手部护理系列：

- 1、普通手护 20元/次 200元/12次
- 2、修甲 10元/次 100元/12次
- 3、美甲（画花类）20元/次 200元/12次
- 4、魔宝珍珠粒护理 30元/次 200元/8次
- 5、手臂 30元/次 200元/8次

#### 四、美体系列：

- 1、美胸 1200元/疗程（10次）
- 2、减肥 2000元/疗程（15次）
- 3、精油开背 80元/次
- 4、精油全身 180元/次 1800元/12次
- 5、魔宝珍珠粒全身护理 200元/次

#### 五、套餐系列：

实惠套餐： 基础护理30元+普通手护20元+烫眼睫毛30元==68元  
精品套餐： 美白祛斑护理60元+普通手护20元+泡泡浴50元+精油开背150元==230元  
精典套餐：

#### 会员优惠套餐

##### 一、办理会员卡仅需218元可享受以下服务：

获得四次美容美体经典护理； 获得礼包一个； 经典项目套餐， 仅需188元， 可享受价值390元的服务； 持vip会员卡可享受产品8.8折优惠； 会员顾客购贵宾卡可冲值。

## 二、西尔贵宾消费积分制：

一次性消费1000元即可成为西尔公司的贵宾；

凡贵宾划卡消费15元即可获得积分1分；

当您持贵宾卡现金购产品时，可获得8.5折优惠；同时每15元可获得积分1分；

4、当您的贵宾卡金额消费完后，续卡时可获得每15元积1分优惠；

5、带客积分：凡所带顾客现金消费，您同样享受每15元积1分优惠；

6、您介绍的贵宾用现金购买产品时，您可享受每25元积1分的待遇；

7、当您的积分达到一定分数，您即可在为您服务的美容中心换取与积分分数等值的护肤品，或者享受等值的服务项目。

三、魅力佳人贵宾增值卡增值内容：（以下内容必须是西尔的会员才能享受）880元贵宾增值c卡，可增值至1100元（在原价基础上打8折），可享受以下内容：

1、产品划卡消费 元；

2、任选美容美体项目划卡消费达 元；

3、价值 元的现金券，凡消费15元积1分。1500元贵宾增值b卡，可增值至2150元（在原价基础上打7折），可享受以下内容：

1、产品划卡消费 元；

- 2、任选美容美体项目划卡消费达 元；
- 3、价值 元的现金券，凡消费15元积1分。

## 美容院创业计划书完整版篇五

熙典教育咨询公司

健康养生馆创业计划书

### 一、行业分析：

中国美容业自1985年起步后，随着人民生活水平的不断提高，市场滚雪球般迅速膨胀，以年均20%的速度增长。目前，市场处于高速发展阶段。

经过20多年的发展，中国美容行业需求量已超过日韩，居亚洲第一，在全球仅次于美国、法国，未来中国必然会成为全球最大的消费市场。随着中国政府扩大内需政策的落实，美容业正在成为继房地产、汽车、电子通讯、旅游之后的第五大消费热点。回顾美容行业20多年的壮大成长过程，行业总体呈现出规模跨越式增长，技术水平飞速提高，就业人员规模迅速扩大（全国美容从业人员总数约1500万人，成为第三产业中就业人数最多的行业。），工资水平快速提高，营业收入大幅增长的特点。

目前，美容机构性质结构分布格局为：民营(包括个体)占92%，三资企业占4%，国有及国有控股占3%，其他占1%。

美容机构服务项目格局为：以生活美容为主的机构占76%，以美发为主的机构占24%。其中，兼化妆者占19.67%，兼美体者占15.06%，兼减肥者占4.5%，兼健身或主营健身占3.72%□spa或主营spa占2.65%，其他占4.9%。

美容院多数以面部护理及身体按摩为主，但时至今日，中医养生减肥及美体疗程已占据美容院利润的主要来源。因此，养生馆不但能吸引爱美人士，还是都市人追求健康的途径。近年来，随着我国经济水平不断提高，亚健康人数也大大增加，2015年，中国的亚健康人群数量已达到5.1亿。

结合以上对本行业的分析，自身的优势及对本行业的熟练运作经验，决定开一家专业spa养生会所。

## 二、运营资金预算：

1. 资金总额：100万

2. 资金用途分配：

a.店面租金与押金

b.店面装修费用

c.营业所需物品及仪器

d.人员工资

e.广告宣传费用

f.周转资金

## 三、创业准备：

1. 店面类型定位：底商（200---300平米）

2. 店面商圈调查：周边的竞争对手，所经营的项目及客单价，周边的消费水平，

熙典教育咨询公司

小区的入住率，客户群的数量，可利用的拓客资源等。

3. 经营项目：面部□spa□养生项目（全球顶尖的spa项目；针对性，见效快的

养生项目）

4. 店面装修：根据项目设计房间布局

5. 目标消费人群：中高档消费水平层次的人群

6. 产品品牌选择，项目定价

7. 员工培训（礼仪培训，产品培训，手法培训，接待流程培训等），项目设定

8. 员工薪资设定

9. 开展拓客活动

四. 所选项目分析：

1. 面部项目：

根据每个年龄段，不同的皮肤状况，设定适合的护理项目，满足顾客需求。（基础，高效，特殊，季节等）

项目：

集古埃及，意大利，泰国，马尔代夫，印尼，英国，瑞士，比利时，菲律宾，中国等全球30多个国家的40余种顶尖spa于一身，室内独特的设计，童话般的故事背景，体贴的服务，让顾客感受从未感受过的尊贵与享受。

### 3. 养生项目：

从皮--肉--骨--脏腑---经络--气血6处入手，全面调理顾客的亚健康状态。将顾客的需求挖掘到最大化。

### 五、店面运营规划：

#### 1. 拓客，留客

方式：利用店内当季的项目做推广

a.店面周围小区电梯广告投放

b.网络团购推广

c.和店面周围的其他单位联盟，资源共享

2. 员工培训，提升专业技能与服务水平，良好的顾客管理，提升顾客到店率，增加耗卡数量。

3. 店内应季项目促销推广。

4. 出台老顾客带新顾客的奖励方案，吸引顾客老带新，提升顾客数量。

熙典教育咨询公司

5. 定期举办小型沙龙会，拉近与顾客的距离，让顾客感受到店面与其他美容院的不同之处，提升顾客忠诚度。

6. 年底举办顾客答谢会，答谢回馈顾客一年的支持，让顾客感觉店内的服务物超所值。

7. 举办员工大会，汇总一年的业绩及明年的销售与全年规划，

奖励优秀员工。

## 六、预计收益：

1. 开业后，上半年收回投入资金（100万），平均每月业绩16.7万。

2. 后半年，目标业绩120万，平均每月业绩20万。

## 七、可能遇到困难及解决方案：

1. 美容师素质，水平参差不齐，流动性大，管理难度大。

解决□a.合理的薪资设定，使美容师间形成良性竞争。

b.专业的教育培训，解决员工专业技术问题；职业生涯规划，解决员工

的晋升问题。

2. 美容院经营费用越来越高，利润愈来愈低。

解决:a.通过项目整合降低店内产品成本。

b.合理的薪资设定，降低员工薪资成本及店内负债率。

c.专业的顾客管理系统，降低顾客流失率，提升新客进店率。

3. 美容院间的经营项目同质化严重，顾客很容易做比较。

解决□a.项目整合后的推广，不宣传任何品牌，顾客无从做比较。

b.店内所有项目都赋予全新概念，其他店面无法模仿。

c.根据每位顾客的实际情况做出个性化的护理方案，赢得顾客认可。

## 一、行业分析：

中国美容业自20xx年起步后，随着人民生活水平的不断提高，市场滚雪球般迅速膨胀，以年均20%的速度增长。目前，市场处于高速发展阶段。

经过20多年的发展，中国美容行业需求量已超过日韩，居亚洲第一，在全球仅次于美国、法国，未来中国必然会成为全球最大的消费市场。随着中国政府扩大内需政策的落实，美容业正在成为继房地产、汽车、电子通讯、旅游之后的第五大消费热点。回顾美容行业20多年的壮大成长过程，行业总体呈现出规模跨越式增长，技术水平飞速提高，就业人员规模迅速扩大（全国美容从业人员总数约1500万人，成为第三产业中就业人数最多的行业。），工资水平快速提高，营业收入大幅增长的特点。

目前，美容机构性质结构分布格局为：民营(包括个体)占92%，三资企业占4%，国有及国有控股占3%，其他占1%。

美容机构服务项目格局为：以生活美容为主的机构占76%，以美发为主的机构占24%。其中，兼化妆者占19.67%，兼美体者占15.06%，兼减肥者占4.5%，兼健身或主营健身占3.72%□spa或主营spa占2.65%，其他占4.9%。

开一家专业spa养生会所。

## 二、运营资金预算：

1. 资金总额：100万

2. 资金用途分配：

- a.店面租金与押金
- b.店面装修费用
- c.营业所需物品及仪器
- d.人员工资
- e.广告宣传费用
- f.周转资金

### 三、创业准备：

1. 店面类型定位：底商（200—300平米）
2. 店面商圈调查：周边的竞争对手，所经营的项目及客单价，周边的消费水平，小区的入住率，客户群的数量，可利用的拓客资源等。
3. 经营项目：面部spa养生项目（全球顶尖的spa项目；针对性，见效快的养生项目）
4. 店面装修：根据项目设计房间布局
5. 目标消费人群：中高档消费水平层次的人群
6. 产品品牌选择，项目定价
7. 员工培训（礼仪培训，产品培训，手法培训，接待流程培训等），项目设定
8. 员工薪资设定

## 9. 开展拓客活动

### 四. 所选项目分析:

1. 面部项目: 根据每个年龄段, 不同的皮肤状况, 设定适合的护理项目, 满足顾客需求。(基础, 高效, 特殊, 季节等)

项目: 集古埃及, 意大利, 泰国, 马尔代夫, 印尼, 英国, 瑞士, 比利时, 菲律宾, 中国等全球30多个国家的40余种顶尖spa于一身, 室内独特的设计, 童话般的故事背景, 体贴的服务, 让顾客感受从未感受过的尊贵与享受。

3. 养生项目: 从皮--肉--骨--脏腑---经络--气血6处入手, 全面调理顾客的亚健康状态。将顾客的需求挖掘到最大化。

### 五、店面运营规划:

#### 1. 拓客, 留客

方式: 利用店内当季的项目做推广

a.店面周围小区电梯广告投放

b.网络团购推广

c.和店面周围的其他单位联盟, 资源共享

2. 员工培训, 提升专业技能与服务水平, 良好的顾客管理, 提升顾客到店率, 增加耗卡数量。

3. 店内应季项目促销推广。

4. 出台老顾客带新顾客的奖励方案, 吸引顾客老带新, 提升顾客数量。

5. 定期举办小型沙龙会，拉近与顾客的距离，让顾客感受到店面与其他美容院的不同之处，提升顾客忠诚度。

6. 年底举办顾客答谢会，答谢回馈顾客一年的支持，让顾客感觉店内的服务物超所值。

7. 举办员工大会，汇总一年的业绩及明年的销售与全年规划，奖励优秀员工。

## 六、预计收益：

1. 开业后，上半年收回投入资金（100万），平均每月业绩16.7万。

2. 下半年，目标业绩120万，平均每月业绩20万。

## 七、可能遇到困难及解决方案：

1. 美容师素质，水平参差不齐，流动性大，管理难度大。

解决：

a.合理的薪资设定，使美容师间形成良性竞争。

b.专业的教育培训，解决员工专业技术问题；职业生涯规划，解决员工的晋升问题。

2. 美容院经营费用越来越高，利润愈来愈低。

解决：

a.通过项目整合降低店内产品成本。

b.合理的薪资设定，降低员工薪资成本及店内负债率。

c.专业的顾客管理系统，降低顾客流失率，提升新客进店率。

3.美容院间的经营项目同质化严重，顾客很容易做比较。

解决：

a.项目整合后的推广，不宣传任何品牌，顾客无从做比较。

b.店内所有项目都赋予全新概念，其他店面无法模仿。

c.根据每位顾客的实际情况做出个性化的护理方案，赢得顾客认可。

## 2、男性

### 一、创业背景

当前男性美容院还不普遍，虽然男性美容院很早之前就被提出来了，但是一直未形成气候。究其原因，有以下三点：

1、男士产品销售渠道不通畅；

2、男士美容宣传力度不大，未能培养出男士美容的意识；

3、男士美容尚处于摸索阶段，无固定模式可循。随着近几年市场的培养，男士美容的意识开始萌芽，男性美容院潜在市场广大。

### 二、市场分析

#### 1、市场需求分析

男性美容需求人群分两类：一类是讲究“面子型”的顾客，另一类是“享受型”的顾客。

（这两类男性在现实生活中并不罕见。从职业来看，“面子型”顾客由政府公务员、演艺界、娱乐界、传媒、企业老板、商务人士、公关界等人士构成，这部分群体的一个共同特点是，由于职业的关系，需要经常出席一些正式场合，必须经常保持良好的形象。而“享受型”顾客的构成更为广泛，除了前者之外，更多的存在于各行各业中，包括高级白领、管理人员、职业经理人等等。由于城市生活、工作压力的增大，他们需要每隔一段时间进行身心灵的苏缓。）以烟台市为例，烟台市人口总数约为646万人，男性人口约占二分之一，估计以上两类人群占男性总数的20%，预测潜在消费者为男性总数的20%。

2、市场竞争与前景分析因为男性美容院尚处于萌芽阶段，所以市场竞争并不激烈；但是由于广大男性同胞美容的意识比较薄弱，而男性美容院又无经验模式可循，所以创业道路还是比较艰难的。无论是从市场容量还是目前的实际情形来看，现有的男性美容市场一直处于滞后状态，目前是切入男士美容领域的最好时机，这点和女性美容市场的发展过程类似。十年前，国内女性美容意识觉醒，一些女性大胆的走入当时为数不多的美容院接受皮肤护理。同时，一批具有前瞻性眼光的先行者纷纷进入美容行业办厂开店，短短数年时间造就了一大批百万富翁。对于欲投资男士美容院的经营来说，目前市场容量、实际需求、价格都不是问题，关键是要找到一个好的品牌和好的经营方法。

### 三、营销策略

1、产品[product]面部护理（去痘、补水、抗皱等）、足部护理（类似足疗[spa]肾部保养、拔火罐、刮痧、头部减压等项目；另外门市店可以销售男士护理产品（面部护理及全身护理产品）。

2、定价[price]店面设置可分两类：

1) 大众店面，适合中等收入男性同志消费，店面装潢不宜过于华丽，服务人性化，便利化即可。

2) 豪华店面，适合高等收入人群，店面华丽，服务质量高，配合以健身，汗蒸，台球，酒水提供等娱乐休闲服务。

### 3、地点[place]

1) 大众店面选在小区附近，给顾客以便利性。社区是顾客比较集中的地方，选址时要充分考虑周围顾客的收入情况。

2) 豪华店面，选在市中心以及豪华酒店附近。因为主要针对高收入客户，所以店面装修，选址要高档。

### 4、促销[promote]

1) 会员制。利用会员卡积分，年卡优惠等，培养忠实客户群体。

2) 节假日发行礼品卡，连锁店铺均可使用。

3) 特殊纪念日，如顾客生日优惠，周年庆等。

## 3、美容店创业策划书

### 一、项目简介

时值冬季渐去、大地回春的喜庆日子[xxxx]微整形美容院（厦门）店隆重开业。为了让更多爱美的女性朋友分享到先进化妆品的魅丽，感受优质化妆品赋予女性的柔媚，同时了解并掌握世界潮流信息、把握时尚脉搏、力做时代知性新女性。

xxxx微整形美容院的优质和国内市场价格竞争的优势于一身的xxxx化妆品，为女性朋友提供贴心的服务：咨询、解答、

试用、感受、专业护理、等人性服务等。

本店微整形美容院特色以及优势定位

生活式美容院

将美容生活化

不断提高软件管理水平

开办百姓健康门诊

轻松走入百姓生活

投资小

无风险

社会接受和认可

保证企业长久经营

二、利润保证

三、产业基本概况

全国美容业从业人员总数约1120万

“第三产业”中就业人数最多的行业之一

全国城镇美容机构总数约222万家（据我调查，厦门思明区有147家，湖里区47家，集美区9家）

全国城镇美容业总收入为1680.4亿元

全国每万名城镇居民平均拥有美容店32家

每家美容店平均就业人员5.1人

全国城镇平均每个美容就业者年平均工资2.16万元，

略高于全国各类就业人员平均工资

美容业占全国国内生产总值[gdp]比重为1.80%

美容业占第三产业产值比重为5.21%

城镇人口月平均美容花费21.33元/月

#### 四、行业发展趋势预测

中国美容业目前正处于市场发展的较快增长期

最近5年开业的新店数占总数的78%

营业收入的增长幅度高于全国gdp增速

所占gdp比重逐年增加

所占第三产业比重逐年增加

行业就业人数逐年增加

产业的延伸内涵丰富

供求的弹性空间较大

美容院经营理念：倡导女性美丽新生活开创女子美容新天地

#### 五、目标市场选定定位

## 六、特色

融合心理学，现代医学，运动学，美学，美容学等方面，区别于普通美容院的是，它是

一种美容主动思维的引导。装修豪华，设备完善，仪器先进，疗程全面，效果卓著。提倡整体健康美容。

1. 在创业之前，很多老板们在自己的头脑里都会有一些粗略的构想，如果通过写计划书，把自己的构想编写出来的时候，就会发现，其实想的是非常简单，但是做起来就比较困难了，很多创业者发现通过从全面的角度，明确自己的经营理念，严格的思考创业的思路之后，却发现因为一些竞争激烈，或者是资金不足等问题而终止，避免了损失。

如果创业者发现，自己在写计划书的过程中，发现创业的项目与自己的期望值一样的时候，可以根据实际情况采取不同的策略，让创业活动更加可行，在编写计划书的过程，其实就是明确自己思路和经营理念的过程。

2. 生活中的每一个人，在做每一件事情之前，有信心是前提，同样的，美容院创业，信心也是前提，美容院创业计划书，不但关系到企业发展的大致方向，同时对创业的每一个阶段都做出了评价，一份完美的计划书，可以帮助自己建立足够的信心，同时，能够降低创业者的担忧，和压力，起到非常重要的作用。

3. 无论是选择哪个行业进行创业，都必须有一定的启动资金，或多或少，对于美容院创业者来说，一份完整的创业计划书，在你资金不足的情况下，可以帮助你非常成功的进行融资。因为一般投资人在选择投资的时候，就是看的创业方案是不是可行，是都具备了创业的各种资源，是投资人与创业者之间的桥梁。

4. 人都有惰性，对于一件事情，在没有开始或者是进行一半时，很容易放弃，总是找各种理由出来，如果你把创业计划书写出来，这样，就会立即行动起来，对创业者来说，在制定创业计划书的时候，要明确自己的经营目标，同时，也要列出实现计划的步骤，强迫自己开始行动。

美容院创业计划书的重要作用，通过以上分析，相信各位美容院老板都是非常清楚的，同时，对于计划书所要提出的重点，一定要认真的思考。