

最新国企领导述职报告PPT(汇总7篇)

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理的工具。相信许多人会觉得计划很难写？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

美容院计划书篇一

一般有美容院、女子会所、水疗馆几大类。提供的服务主要有：皮肤护理、按摩、卵巢保养、香薰耳烛等，美容院是销售专业化妆品的终端机构。

美容院从90年代兴起，经历了指导型美容院、养护型美容院、修复型美容院三个阶段，到目前为止，已经发展到了调理型美容阶段。指导型美容院只能对化妆品的用法和功能进行简单的辅助指导，基本上仅限于卖产品，自身没有任何技术含量；养护型美容院能够将皮肤生理学与产品简单结合，对皮肤进行相对专业的护理；修复型美容院的功效性产品和技术能够对人体外表的缺陷进行改变，比如祛斑、去红血丝等，这个阶段的代表是整形美容医院的兴起。

从世界范围来看，美容产业的技术发展正在向新的领域挺进，这对进入该行业的企业尤其重要。近年来，男士养生美容行业销售额持续以直线上升，总额已达53.37亿美元，男性美容护肤产品的全球市场份额正按百分之二十五的年增长率递增。借助于女士美容的市场经验，男士美容产业可谓一路高举，但由于毕竟不同于女士美容，所以在市场经验和其他一些方面显得后劲不足。千领国际跨过这道藩篱，针对男士养生美容市场推出七式营销绝招进军市场，开行业先河。

【目录】

(一) 公司基本情况

对成立时间、注册资本、经营产品、员工规模等进行简要介绍

(二) 产品/服务介绍

对公司主要的产品和系列服务进行简要描述

(三) 行业/市场分析

对行业状况、市场容量、市场发展前景、消费者接受程度进行简要分析

(四) 业务现状

对市场份额、客户数量简要分析

(五) 财务分析

公司成立以来累计投入、产出、本年度收入及利润

(六) 融资计划

融资金额、参股比例、融资期限、退出方式

第一部分 公司概况

(一) 公司介绍

详细介绍公司背景、规模、团队、资本构成

1. 主要股东

股东名称 出资额 出资形式 股份比例 联系人 联系电话

2. 团队介绍

对每个核心团队成员在技术、运营或管理方面的经验和成功经历进行介绍

3. 组织结构

4. 员工情况

(二) 经营财务历史

(三) 外部公共关系

战略支持、合作伙伴等

(四) 公司经营战略

近期及未来3-5年的' 发展方向、发展战略和要实现的目标

第二部分 产品及服务

(一) 美容院产品、服务介绍

(二) 美容院核心竞争力或技术优势

(三) 美容院产品专利和注册商标

第三部分 行业及市场

(一) 行业情况

美容院行业发展历史及趋势，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制

(二) 市场潜力

对美容院市场容量、市场发展前景、消费者接受程度和消费

行为进行分析

(三) 行业竞争分析

主要竞争对手及其优劣势进行对比分析，包括性能、价格、服务等方面

(四) 收入(盈利)模式

业务收费、收入模式，从哪些业务环节、哪些客户群体获取收入和利润

(五) 市场规划

公司未来3-5年的销售收入预测(融资不成功情况下)

第四部分营销策略

(一) 美容院目标市场分析

(二) 美容院客户行为分析

(三) 美容院营销业务计划

(1) 建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略

(2) 广告、促销方面的策略

(3) 产品/服务的定价策略

(4) 对销售队伍采取的激励机制

(四) 美容院服务质量控制

第五部分 财务计划

请提供如下财务预测，并说明预测依据：

未来3-5年美容院项目资产负债表

未来3-5年美容院项目现金流量表

未来3-5年损益表

第六部分 融资计划

(一) 融资方式

(二) 资金用途

(三) 退出方式

第七部分 风险控制

美容院计划书篇二

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，前半年收回投入资金（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，前半年收回投入资金（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。

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。

美容院计划书篇三

1. 美容院形式：家庭式、中小型美容院、大型美容院、美容会所、美容spa、中医美容院、微整形。

2. 美容院特色：家庭式美容院、中小型美容院则是以便捷、温馨幼稚的服务取胜。大型美容院、美容会所他们的服务特色胜在项目齐全，奢华享受上。而中医美容院和微整形美容院属于专业性质，其专业项目、特色项目更多。

3. 美容院优势定位：家庭式、中小型美容院趋向于生活化，轻松走入顾客们的生活中，投资小、风险小。大型美容院、美容会所顾客质量优质、利润大，升值空间大。而中医美容院和微整形已经成为当下最热门的项目，也逐渐被社会认可

和接受，利润空间也非常大。

- 1、全国美容院的从业人数在不断地上升
- 2、成为第三产业中从业人数最多的行业
- 3、每万户居民城镇拥有40家美容院
- 6、城镇人口每个月花费在美容上的资金为50.2元

新世纪以来，美容行业的发展正处于市场的快速发展期，并且近几年来美容院新店的增长速度在70%，生产总值的增长幅度高于全国gdp的增长速度。美容院加盟店有如此大的利润存在，那么在开美容院加盟店前，你需要对当地市场美容行业的前景进行调查，当地美容院的发展趋势确定你美容院加盟店的定位。还要考察当地美容院就业人数，产业的延伸以及供求的空间性，都是要做好考察的对象。

理念：专为女性设计，提供为女性最健康、美丽的服务项目，最温馨、浪漫、贴心的休闲场所。

目标：为了给现代都市女性提供最完美的服务，完成人们对于美的追求。美容院通过多方位，立体服务为消费者提供一个“三位一体”身、心、灵最美好的服务环境，达到五星级美容院的顶尖级专业水准和超一流的服务。

美容院计划书篇四

工作计划网发布美容院店长工作计划书2019，更多美容院店长工作计划书2019相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

以下是工作计划网为大家整理的关于《美容院店长工作计划书2019》文章，供大家学习参考！

(1) 每天要专门拿出一点时间检查工作

每天都要检查你所管辖的工作的一切工作部分。但不要每天都在同一时间检查同一内容，要变换时间，也要变换检查的内容。有时在上午检查，有时在下午检查，如果要两班倒的话，夜晚也要检查。不要让任何人置于监督之外。

(2) 在你检查工作之前，仔细思考一个你要检查的重点

在你检查工作之前，要反复琢磨一下你的检查重点，那样你就不至于白忙，员工也不见得能对付过去。你总要表现出很内行的样子，实际上你早已不是这方面的专家了。你每次检查的内容不要少于3项，但也不要多于8项。每天都要变化，这样，用不了多长时间你就会把全部店内工作程序、服务流程、顾客满意度和工作任务都检查到了。

(3) 要有选择地检查

你在检查工作的时候，不要泛泛地检查，在有所选择地检查几项，其他方面就不必看了。不要想在一天里把什么都看到，实际上你也做不到。这种检查制度要坚持下去，不要让任何事情分散你的精力，也不要让任何事情打断你的例行公事。这样你所管辖下的整个店内工作都会有条不紊的顺利进行。

检查时你要按照你选择的重点进行检查，而不是按照你的员工为你提供的重点进行检查。如果你没有自己的重点，那你就可能被员工牵着鼻子走。你时刻不要忘了谁是检查者，谁是被检查者。

(4) 永远要越过权力的锁链

这一点是绝对的必须的，毫无例外。没有其他任何类型的检查是会令人满意的。不要问你员工的管理人员他们工作得怎么样，你知道他们会怎么回答。你必须亲自到工作场地去了

解实情，只有这样你才能看到你想知道的东西。作为一种礼节，那个部门的管理人员肯定会跟你，但你不要问他任何问题，你要对他管辖下的员工提一些问题，这是你能够得到直接回答的途径。

(5) 要多问问题

要记住，你检查日常工作是为了更多地了解情况，而不是让别人了解你。所以你要多问，细心听取回答，让你的员工告诉你他们怎样改进了自己的工作。如果你让他们说，他们是会告诉你的，毕竟大多数的人还是希望把工作做得更好的。

(6) 重新检查你发现的错误

如果你不能采取必要的行动改正你曾经发现过的错误，那么这样的检查就没有太大的价值。既然发现了错误，就有必要重新检查。为此要建立一个制度，要对你下达的改正命令实行监督，以便能够得到贯彻执行。

切记，一个命令如果缺乏监督和检查，那么和没有这个命令毫无区别！

店长在向员工发布命令时必须做到心中有数，不乱发布命令，用狂傲的态度发布命令，发布命令时替员工着想。发布命令之后甚至还会隔一段时间就去了解一下命令被执行的情况。因此，切忌让你的员工折扣命令，大有裨益，至少是：统一观念，集中精力，有序工作，明确方向，逐步完善。没有命令，员工就会成一盘散沙，美容院、发廊就会失去措施和方向。因此，命令是使美容院、发廊上下一致，同心协力的规范措施，理当重视，不可忽视，不可视为平常；否则你就是在让命令自惭形秽，易失去管理者的。命令就是，服务于管理。请你成为一个管理！

美容院计划书篇五

计划书是融资最重要的文件之一，有了它，才能更恰当准确地回答投资人质询的各类问题，并抓住重点。下面小编收集了美容院年度培训的计划书，供大家参考。

“以客户为中心”，是一切服务工作的本质要求，更是销售服务的宗旨；真正做到“以客户为中心”，服务贵在“深入人心”，既要将服务的理念牢固树立在自己的内心深处，又要深入到客户内心世界中，真正把握客户的需求，而不是仅做表面文章。正确地理解客户的需求，客户没想到的我们要提前想到，用真心实意换取客户的认可和信任。

1、讲授加互动

2、增强学员的团队协作力

【培训的时间】1天（6小时）（根据您的时间安排具体调整方案）

【培训的地点】客户自定服务礼仪培训的内容

【课程目标】

通过培训的提升学员职业化的服务意识；

2、通过培训帮助学员塑造与职业相符合的职业形象；

3、通过培训帮助学员学会现场接待客户的礼仪规范；

4、通过培训帮助学员提升沟通能力，学会与客户沟通的技巧与规范；

5、通过培训使学员提高自身的职业化素养，从而提升企业的

竞争力。

课程内容

一、“黄金印象”之仪容

面部修饰

2、发型修饰

3、肢体修饰

二、“黄金印象”之仪表

（一）着装的基本原则

1、个性原则

2、和谐原则

3、tpo原则

（二）常见着装误区点评

（三）鞋袜的搭配常识

（四）首饰、配饰、皮包的选择和使用规范

（五）服饰色彩搭配

一、培训的目标

依据部颁美容师《职业技能标准》培养具有社会主义觉悟，良好的职业道德及身心健康的高级美容师，通过专业理论教学使学员较全面的、熟练掌握与美容技能、美容服务及美容

院管理的相关知识，并通过专业技能训练，使学生熟练掌握各种复杂问题皮肤的护理，晚宴妆的化妆技巧及形象设计，束发、纹刺美容、美型护理的技能、技巧，达到全面娴熟的掌握美容院各项服务技能及美容院管理的水平。

二、培训的时间

三、课程设置和要求

（一）理论知识要求

1、专业基础知识

（1）医学常识

了解人体全身骨骼、肌肉、经络知识，熟知人体皮肤的营养学常识，熟记背部、臀部、腿部减肥穴位20个。

（2）美术常识

根据美容化妆的需要，使学生熟知素描、色彩的基本知识，并熟练掌握各种石膏人体头像的素描绘画方法，能够熟练运用各种色彩知识，设计并彩绘幻彩妆图样。

（3）化妆品知识

了解各类化妆品的主要成份和作用，熟知化妆品与皮肤的生理关系，熟练掌握各类化妆品的保管与鉴别知识。

（4）香氛美容

了解香氛疗法与美容的关系，熟知各种香氛疗法的方法。

（5）皮肤护理

结合各种常见问题皮肤的有关知识及各种复杂问题皮肤护理的需要，熟练掌握制定复杂问题皮肤护理方案及护理方法等知识。

（6）化妆

了解影视妆、舞台妆、梦幻妆的化妆特点，熟练掌握各种晚宴妆、宴会妆的妆型设计及整体形象设计知识。

（7）常见美容项目的服务

熟知眼睑、眼袋、黑眼圈等基本概念及眼袋与黑眼圈形成的主要原因。熟记去除眼袋、黑眼圈的护理程序及方法。

（8）发型知识

了解束发的基本类型、特点，中国古代发髻类型等知识，熟知发型与脸型的关系，熟练掌握发型设计知识。

（9）减肥

了解人体体重的标准，人体的三围知识及体型美的标准；熟知肥胖的分类、肥胖形成的原因及常规减肥方法；熟记背、腰、臀、腿等各部位的减肥按摩手法及操作程序、操作方法等知识，各种减肥胖仪器的操作方法。

（二）操作技能要求

1、皮肤护理

熟练掌握正确制定各种复杂问题皮肤的护理方案，制作及填写复杂问题皮肤护理卡并熟练掌握复杂问题皮肤护理的方法。

2、化妆

熟练掌握各种晚宴妆、宴会妆的妆型设计、发型设计及整体形象设计方法，并能够根据不同要求及设计方案熟练掌握其盘头、束发方法和化晚宴妆、宴会妆的技巧。

3、常见服务项目

熟练掌握去除眼袋、黑眼圈的护理操作方法与程序。

4、香氛美容

掌握香氛美容的操作方法。

5、减肥护理

熟练掌握人体背、腰、臀、腿等部位的减肥按摩手法、各种减肥仪器的操作方法及上述各部位减肥护理的操作程序及方法。