

ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО

БЬЮТИ-БИЗНЕС: ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВА 1	4
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: КАК ДОСТИЧЬ УСПЕХА	4
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	6
1. БЮДЖЕТИРОВАНИЕ И ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ	6
Как разработать бюджет на запуск и первые месяцы работы бьюти-кабинета.	6
Определение прогнозируемых доходов для определения рентабельности.....	8
Как использовать финансовое планирование для принятия решений о развитии бизнеса.....	12
2. ВЕДЕНИЕ БУХГАЛТЕРИИ И УЧЁТА	13
Выбрать систему учёта и программное обеспечение для ведения бухгалтерии.....	13
Как обеспечить точный и своевременный учёт доходов и расходов.....	14
3. ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	15
Как минимизировать налоговые платежи законными методами.....	15
4. КОНТРОЛЬ РАСХОДОВ И ЭКОНОМИЯ СРЕДСТВ	16
Как проводить анализ эффективности расходов и выявлять потенциальные улучшения.....	16
Оптимизация закупок и поставщиков для снижения издержек.....	17
5. РАЗРАБОТКА ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ	19
Определение оптимальных цен на услуги и продукты.....	19
Как учитывать стоимость материалов, техники, амортизацию и трудозатраты.....	20
Анализ цен конкурентов и применение правильных стратегий ценообразования.....	21
6. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И АНАЛИЗ	23
Изучение ключевых финансовых показателей – прибыль, рентабельность, ROS, ROI.....	23
Определение финансовых целей и метрик для отслеживания успеха бизнеса.....	24
7. ФИНАНСОВЫЙ РЕЗЕРВ И СТРАХОВАНИЕ	25
Значение создания финансового резерва для неожиданных ситуаций и кризисов.....	25
Определение оптимального размера финансового запаса и стратегии его формирования.....	26
Как защитить свой бьюти-бизнес страхованием.....	27
8. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ФИНАНСОВЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ	28
Кто такие финансовые консультанты.....	28
Поиск и отбор финансовых консультантов и бухгалтеров.....	29

Как совместно с финансовыми специалистами разработать финансовые планы и бюджеты для бьюти-бизнеса.....	30
Как оценить финансовую производительность.....	31
9. ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ И АУДИТ.....	33
Как обеспечить финконтроль и аудит деятельности.....	33
Какие метрики и показатели использовать для контроля финсостояния.....	33
10. КРЕДИТОВАНИЕ И ФИНАНСИРОВАНИЕ.....	36
Как оценить необходимость кредитования или привлечения внешних финресурсов.....	36
Изучение возможных источников финансирования.....	37
Как эффективно использовать кредиты и финансовую поддержку.....	38
11. ПЛАНИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ И ПРИБЫЛИ.....	39
Как вычислить ожидаемую прибыль от инвестиций в бьюти-аппаратуру и новые услуги.....	39

ГЛАВА 2.....	41
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ: ЦЕНА И ЦЕННОСТЬ.....	41
КАК РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ БЬЮТИ-ПРОЦЕДУРЫ.....	43
КАКИЕ ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ.....	43
1. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА И КОНКУРЕНТОВ.....	43
Ознакомление с рыночными тенденциями и средними ценами на бьюти-услуги.....	43
Изучение ценовой политики конкурентов и их предложений.....	44
Анализ сегментации рынка и определение ниши для уникального предложения.....	45
2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАТРАТ НА ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ.....	46
Какие затраты связаны с предоставлением каждой конкретной услуги.....	46
Расчёт себестоимости бьюти-процедур.....	47
Учёт постоянных и переменных затрат при формировании цен.....	50
3. УЧЁТ КАЧЕСТВА УСЛУГ И ПРОДУКТОВ.....	51
Как преодолеть ценность и уникальность предоставляемых услуг и продуктов.....	51
Как правильно позиционировать бьюти-кабинет и услуги на рынке.....	52
4. УЧЁТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ЦЕНОВОЙ СТРАТЕГИИ.....	53
Как определить ценовую стратегию – низкие, средние или высокие цены.....	53
5. АНАЛИЗ ПРИБЫЛЬНОСТИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ.....	54
Как оценить прибыльность каждой услуги и продукта.....	54
Какие услуги и продукты приносят максимальную прибыль и как оптимизировать их продажу.....	55
6. ГИБКАЯ СИСТЕМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ.....	57
Как установить гибкие цены для разных категорий клиентов.....	57
Разработка программ лояльности и скидок для постоянных клиентов.....	58
7. УЧЁТ СТОИМОСТИ МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ.....	59
Какие расходы связаны с маркетингом и рекламой бьюти-кабинета.....	59
Оценка эффективности маркетинговых мероприятий и их влияние на ценообразование.....	60
Как учесть маркетинговые затраты при формировании цен на услуги.....	61
8. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С КЛИЕНТАМИ ПО ПОВОДУ ЦЕН.....	62
Как коммуницировать с клиентами по поводу цен и объяснять изменения.....	62
Как реагировать на вопросы и возражения клиентов относительно цен.....	63
9. СТРАТЕГИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ НОВЫХ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ.....	65
Как определить цены на новые услуги и продукты.....	65

Как сделать выгодное предложение для клиентов при внедрении новых услуг и продуктов.....	66
10. АДАПТАЦИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ К ИЗМЕНЕНИЯМ РЫНКА.....	68
Как реагировать на экономические изменения и инфляцию.....	68
Как сохранить конкурентоспособность и прибыльность в меняющихся условиях.....	70
11. ПРОМОАКЦИИ И СКИДКИ.....	71
Роль промоакций и скидок в ценообразовании.....	71
Виды скидок.....	72