

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ОТ АВТОРОВ.....</b>	<b>5</b>
<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>8</b>
<b>ПОЧЕМУ БЬЮТИ-БИЗНЕС ПЕРСПЕКТИВНЫЙ.....</b>	<b>8</b>
<b>КАКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ БЬЮТИ-БИЗНЕСА НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНОЕ И ПОЧЕМУ.....</b>	<b>10</b>
<b>ГЛАВА 1.....</b>	<b>13</b>
<b>С ЧЕГО НАЧАТЬ... ..</b>	<b>13</b>
1. Какие задать себе вопросы?.....	14
2. Хорошо разобраться в популярных профессиях.....	19
3. Определить свои интересы, страсти и умения.....	20
<b>ГЛАВА 2.....</b>	<b>23</b>
<b>КАК УЧИТЬСЯ.....</b>	<b>23</b>
<b>ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ В БЬЮТИ-ИНДУСТРИИ.....</b>	<b>23</b>
1. Важность получения образования и сертификация выбранной области.....	23
2. Выбор образовательных программ и курсов.....	25
3. В чём важность практики и стажировок?.....	27
4. Как организовать практику и стажировку.....	28
5. Самообразование и постоянное обучение.....	30
<b>ГЛАВА 3.....</b>	<b>32</b>
<b>КАК ОРГАНИЗОВАТЬ СОБСТВЕННЫЙ БИЗНЕС.....</b>	<b>32</b>
<b>КАКОВ АЛГОРИТМ ОРГАНИЗАЦИИ.....</b>	<b>32</b>
<b>КАК СОЗДАТЬ БИЗНЕС-ПЛАН БЬЮТИ-КАБИНЕТА.....</b>	<b>35</b>
1. Сводная информация.....	37
2. Анализ рынка.....	38
3. Услуги и продукты.....	40
4. Организационная структура.....	42
5. Маркетинговая стратегия.....	43
6. Финансовый план.....	46
7. Оборудование и инфраструктура.....	48
8. Лицензии и расширения.....	49
9. Риски и стратегии их снижения.....	51
10. План развития.....	53
11. Выводы и заключение.....	55
<b>КАК ЗАПУСТИТЬ БЬЮТИ-БИЗНЕС С МИНИМАЛЬНЫМИ ЗАТРАТАМИ.....</b>	<b>57</b>

<b>В ЧЁМ ПРЕИМУЩЕСТВА, НЕДОСТАТКИ И РИСКИ.....</b>	<b>61</b>
<b>ГЛАВА 4.....</b>	<b>66</b>
<b>КАК ОФОРМИТЬ ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО.....</b>	<b>66</b>
1. Каков алгоритм.....	66
2. Налогообложение и бухгалтерия.....	70
3. Формирование бухгалтерской документации.....	71
4. Изучение местных законов и правил.....	73
5. Получение необходимых лицензий и разрешений на работу.....	75
<b>ГЛАВА 5.....</b>	<b>75</b>
<b>ВЫБОР ПОМЕЩЕНИЯ: ВСЁ ПОШАГОВО.....</b>	<b>77</b>
I. КАК ВЫБРАТЬ ПОМЕЩЕНИЕ ДЛЯ КАБИНЕТА.....	77
II. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ И КОНЦЕПЦИИ БИЗНЕСА.....	81
1. Анализ видов услуг.....	81
2. Определение целевой аудитории и характеристик при выборе помещения.....	85
3. Установление размеров и масштабов помещения в соответствии с концепцией.....	86
III. ЛОКАЦИЯ И ОКРУЖЕНИЕ.....	89
1. Исследование потенциальных районов и местоположений.....	89
2. Рассмотрение факторов, влияющих на успех бизнеса.....	91
3. Оценка конкуренции в выбранной локации.....	94
IV. БЮДЖЕТ И АРЕНДНЫЕ УСЛОВИЯ.....	96
Определение доступного бюджета на аренду помещения....	96
Учет дополнительных расходов.....	98
Как рассчитать рентабельность аренды кабинета.....	100
Переговоры с арендодателем и заключение договора аренды.....	101
V. ПОМЕЩЕНИЕ И ПЛАНИРОВКА.....	103
Оценка состояния потенциальных помещений.....	104
Планировка и организация пространства.....	104
Учёт требований безопасности и санитарных стандартов..	105
VI. ПАРКОВКА И ДОСТУПНОСТЬ.....	106
VII. БЕЗОПАСНОСТЬ И СОСЕДИ.....	107
VIII. ПЛАНИРОВАНИЕ РОСТА И РАЗВИТИЯ.....	108

КАК ОТКРЫТЬ БЬЮТИ-КАБИНЕТ НА ДОМУ.....	110
I. РАЗРАБОТАТЬ БИЗНЕС-ПЛАН.....	110
Вариант бизнес-плана бьюти-кабинета на дому.....	110
II. Как открыть бьюти-кабинет на дому	
пошагово.....	114
<b>ГЛАВА 6.....</b>	<b>120</b>
<b>ОБОРУДОВАНИЕ БЬЮТИ-КАБИНЕТА: ДЕЛАЙ ТАК!.....</b>	<b>120</b>
1. Как осуществить оборудование бьюти-кабинета	
пошагово.....	121
2. Что значит правильно оборудовать.....	125
3. Определение концепции бьюти-кабинета.....	126
4. Подбор оборудования в соответствии с концепцией.....	130
5. Алгоритм выбора качественного оборудования.....	132
6. Основное оборудование для бьюти-кабинета.....	134
7. Бюджетирование на приобретение оборудования.....	137
8. Рассмотрение вариантов покупки, лизинга или аренды... ..	138
9. Следование за последними тенденциями	
в бьюти-индустрии.....	140
10. Адаптация новых технологий в свой бизнес.....	141
<b>ГЛАВА 7.....</b>	<b>145</b>
<b>ВЫБОР АППАРАТУРЫ: ЧТО САМОЕ ВАЖНОЕ.....</b>	<b>145</b>
Что даёт правильный выбор аппаратуры.....	146
Алгоритм действий.....	147
<b>ЧТО И КАК НАДО ДЕЛАТЬ.....</b>	<b>149</b>
1. Исследование рынка аппаратуры.....	149
2. Бюджет и финансовые возможности.....	155
3. Рентабельность и окупаемость.....	162
4. Сертификация и лицензирование.....	167
5. Поиск максимальных выгод и бонусов.....	170
6. Консультации с клиентами и определение их ожиданий..	173
7. Возможность обновления и модернизации.....	177
<b>ГЛАВА 8.....</b>	<b>182</b>
<b>ПРЕПАРАТЫ И ТОВАР: ЧТО ПРЕВЫШЕ ВСЕГО.....</b>	<b>182</b>
1. Значение выбора препаратов и товаров.....	182
2. Определение ассортимента услуг и товаров.....	183
3. Подбор профессиональной косметики.....	185
4. Расходные материалы и аксессуары.....	187
5. Бюджетирование и финансовый план.....	194

6. Сотрудничество с поставщиками и партнёрами.....	198
<b>ГЛАВА 9.....</b>	<b>202</b>
<b>ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: КАК ДОСТИЧЬ УСПЕХА.....</b>	<b>202</b>
С ЧЕГО НАЧАТЬ, ЧТО СДЕЛАТЬ ПОШАГОВО.....	203
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	206
1. Бюджетирование и финансовое планирование.....	206
2. Ведение бухгалтерии и учёта.....	217
3. Оптимизация налогообложения.....	220
4. Контроль расходов и экономия средств.....	222
5. Разработка ценовой политики.....	226
6. Финансовые показатели и анализ.....	233
7. Финансовый резерв и страхование.....	236
8. Взаимодействие с финансовыми специалистами.....	241
9. Финансовый контроль и аудит.....	248
10. Кредитование и финансирование.....	253
11. Планирование инвестиций и прибыли.....	258
<b>ГЛАВА 10.....</b>	<b>261</b>
<b>ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ: ЦЕНА И ЦЕННОСТЬ.....</b>	<b>261</b>
<b>ЧТО ДЕЛАТЬ ПОШАГОВО.....</b>	<b>261</b>
<b>КАК РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ БЬЮТИ-ПРОЦЕДУРЫ.....</b>	<b>264</b>
<b>КАКИЕ ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ.....</b>	<b>265</b>
1. Исследование рынка и конкурентов.....	265
2. Определение затрат на предоставление услуг.....	270
3. Учёт качества услуг и продуктов.....	277
4. Учёт конкурентоспособности и ценовой стратегии.....	280
5. Анализ прибыльности и рентабельности.....	283
6. Гибкая система ценообразования.....	287
7. Учёт стоимости маркетинга и рекламы.....	290
8. Взаимодействие с клиентами по поводу цен.....	295
9. Стратегия ценообразования для новых услуг и продуктов.....	299
10. Адаптация ценовой политики к изменениям рынка.....	304
11. Промоакции и скидки.....	309
<b>ГЛАВА 11.....</b>	<b>316</b>
<b>КАК РАЗВИВАТЬСЯ И БЫТЬ ПЕРСПЕКТИВНЫМИ.....</b>	<b>316</b>
1. Исследовать новые технологии.....	316
2. Расширять ассортимент услуг.....	319

3. Развивать бренд и маркетинг.....	321
4. Увеличивать клиентскую базу.....	324
5. Продолжать обучение и развитие.....	326
6. Активизировать партнёрство и сотрудничество.....	327
7. Анализ конкурентов и рыночных тенденций.....	329
8. Создание бизнес-плана на будущее.....	330
9. Внедрение инновационных подходов.....	334
10. Внедрение продуктовой линейки и розничной торговли.....	335
11. Переход к экономической устойчивости.....	336
12. Развитие личных и профессиональных навыков.....	338
13. Исследование альтернативных рынков и клиентов.....	339
14. Стремление к уникальности и индивидуальности.....	340
15. Планирование долгосрочной устойчивости.....	342
<b>ГЛАВА 12.....</b>	<b>343</b>
<b>МАРКЕТИНГ, PR, РЕКЛАМА – ЭТО ТО, ЧТО ВАМ НАДО.....</b>	<b>343</b>
Преимущества маркетинга для бьюти-предпринимателя.....	343
Почему необходимо знать PR бьюти-предпринимателю.....	346
Зачем знания использования рекламы бьюти-предпринимателю.....	349