



ОТ ПЕРВОГО
ЛИЦА

Елена Мотчаная

Совладелец компании Motchanay,
сети салонов, международной Академии и профессиональных магазинов



КАК ОТКРЫТЬ САЛОН КРАСОТЫ

И НЕ ЗАКРЫТЬ ЕГО ЧЕРЕЗ ГОД



Елена Мотчаная

Как открыть салон красоты и не закрыть его через год

Серия «От первого лица»

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=41650517

Как открыть салон красоты и не закрыть его через год. / Мотчаная

Е.: Книжкин дом; Москва; 2019

ISBN 978-5-906907-87-5

Аннотация

Мечтаете о бизнесе в индустрии красоты, который бы приносил прибыль и удовольствие? Хотите открыть свой салон красоты, но не знаете, с чего начать? Или вашему салону уже много лет, но он все еще буксует? Тогда не выпускайте эту книгу из рук! Здесь с вами поделится своим опытом Елена Мотчаная – совладелец компании Motchanу. Как открыть салон с нуля, где найти персонал, как мотивировать сотрудников и, главное, как привлечь и удержать клиентов – ответы на эти и многие другие вопросы – в этой книге. Motchanу – компания с 25-летней успешной историей, сеть салонов, профессиональных магазинов, международная обучающая академия, собственное производство и фестиваль Expert Beauty Fest. Компания, у которой стоит учиться.

Содержание

Введение	4
Часть 1	15
Конец ознакомительного фрагмента.	24

Елена Мотчаная

Как открыть салон красоты и не закрыть его через год

Введение

Индустрия красоты в России уже много лет стабильно набирает обороты. И относится к тем сферам, которые будут развиваться всегда. Она привлекает как инвесторов, так и людей творческих. Бизнес в beauty-сфере приносит удовольствие, доход и возможность всегда выглядеть молодо и красиво. Эта книга была написана специально для тех, кто хочет вести успешный бизнес в этой индустрии.

Если вы хотите открыть свой салон красоты, долго об этом думаете, но боитесь подводных камней индустрии, эта книга для вас. Она будет полезна и тем, кто уже владеет салоном, но по каким-то причинам сталкивается с одними и теми же проблемами. Даже руководители успешных салонов и сетей салонов найдут что-то полезное для себя в этой книге, потому что в ней я делюсь 25-летним опытом компании Motchany. Ведь у всех одинаковые сложности в ведении

бизнеса: отсутствие мастеров, ленивый персонал и нехватка клиентов.

Давайте немного расскажу о себе. Меня зовут Елена Мотчаная, мне 34 года, последние 12 лет я развиваюсь в сфере индустрии красоты и продвигаю бренд Motchany.

Сегодня группа компаний Motchany – это:

- салоны красоты с 25-летней историей, философским подходом к стрижке и оборотом от полутора миллионов рублей в месяц;*
- международная обучающая академия;*
- сеть розничных магазинов по продаже профессиональной продукции;*
- производство продукции и инструментов для парикмахеров;*
- компания Motchany Expert, которая занимается консалтингом салонов красоты;*
- фестиваль Expert Beauty Fest.*

Я же – совладелец компании, директор по развитию сети салонов, креативный директор Motchany Academy, организатор Expert Beauty Fest и мама троих детей.

Очень часто у меня спрашивают, сознательно ли я пришла в эту сферу. Скажу честно: я никогда и не думала, что окажусь в индустрии красоты. В моем представлении beauty-сфера была очень трудозатратным (что правда), малоодоходным и однообразным делом. Такое мнение у меня сформировалось после встреч с парикмахером в юности.

Я родилась в многодетной семье. Мы были не бедными, но деньги считали и не могли себе позволить салон красоты. Поэтому я, две мои сестры и мама ходили на дом к парикмахеру. Сейчас бы ее красиво назвали фрилансером, тогда она была обычным «домушником». Стригла задешево много людей среди пыли, кошек и готовящейся еды. Четкая картинка, которая очень сильно отталкивала от «индустрии красоты».

Для меня beauty-сфера была не тем направлением, куда нужно было стремиться. Да и сами парикмахеры, что за люди это были? Люди из не самых благополучных семей, которых после девятого класса не взяли в десятый. Они поступали в колледж или училище. Но там не прошли по конкурсу на повара или швею, поэтому стали учиться на парикмахера. А в дальнейшем они превращались в классических «парикмахерш». Это бесформенный человек в фартуке, со старым, отработавшим свое инструментом, с пучком на голове или вообще с неубранными волосами, без макияжа. Так выглядит парикмахерша, которая принимает два-три клиента одновременно: одному нанесла краску на голову, другого посадила и подстригла. Она никогда не предложит вам чай-кофе. Попьете дома, потому что есть понятие «следующий». Такая картинка сохранилась в моей памяти до сих пор, а кто-то других мастеров и не видел. Я много езжу по разным городам и до сих пор встречаю салоны, где мастера выглядят именно так. Но они и не купят эту книгу, их не интересует какое-либо развитие.

Я никогда не думала, что окажусь в сфере парикмахерского искусства, потому что окончила школу с медалью, в вузе получила красный диплом по специальности «Финансы и кредит». Куда я могла пойти, как не в банк? Это была работа мечты. И я была счастлива, что меня взяли. Не важно, что платили 6 000 рублей в месяц, что сидела я с утра до позднего вечера, брала работу на дом, а документы проходили через меня пачками. Там я проработала три с половиной года и из младшего экономиста вексельного отдела выросла в старшего экономиста отдела анализа кредитных продуктов. Я анализировала заявки на кредит и готовила заключение для кредитного комитета. Работала с представителями среднего и крупного бизнеса и считала, что нахожусь в правильном месте и в правильное время. Я не чувствовала, что устаю, без вопросов задерживалась на работе. Мне четко давали понять, что на мое место всегда есть четыре желающих. Зарплата была невысокой, но я держалась за эту работу. Мне хотелось стать председателем банка. Как и когда – я не думала. У меня не было понятия «цель». Моей единственной целью было пойти работать по специальности. Родители счастливы. Я – примерный, показательный ребенок. Наверное, не только мне знакома эта ситуация. У многих есть стойкое убеждение, что надо работать по специальности, которую получил в вузе. И никто не задается вопросом, радует ли работа, получается ли она у тебя. И я такими вопросами тоже не задавалась. Было понятие «надо».

Следуя этим путем, со временем я взяла бы квартиру в ипотеку (мечтала об однокомнатной в самом отдаленном районе города, в старом доме, потому что там жилье было самое дешевое), в кредит – скромную машину. Через три года вышла бы замуж, родила первого ребенка, второго – только через семь лет, когда старший пойдет в первый класс, может быть, мы бы расширились и раз в год ездили в отпуск. И эта картинка идеально вписывалась в мое представление о жизни.

Тогда некому было сказать мне: «Дорогая, давай подумаем, как ты будешь расти, чтобы у тебя была квартира в лучшем городе, в центре, столько метров, сколько ты пожелаешь, а твоего заработка тебе будет хватать, от работы ты не будешь уставать, потому что она будет твоим хобби». Такого окружения у меня не было. Мои близкие были рады тому, что уже имели. И большая часть россиян живет по такому же принципу.

Но однажды я побывала в качестве модели в школе парикмахерского искусства Владимира Мотчаного. Тогда я считала свои волосы шикарными, хотя мыла их самым дешевым шампунем из масс-маркета. Я пришла на уходовую процедуру и впервые увидела, как по-настоящему шикарно могут выглядеть мои волосы, узнала, что такое вытягивание на утюг, – я про это и не слышала. Но что меня поразило? Там я увидела совершенно других парикмахеров. Передо мной были очень позитивные люди самого разного возраста: от 18 до

45, все они выглядели очень хорошо. Были модно, стильно и со вкусом одеты, у них была загорелая кожа, грамотный макияж и красивые волосы. Весь день прошел на позитиве, они смеялись и при этом получали новую информацию о продукте. Они проходили курсы повышения квалификации. Я сравнила это со своим образованием, когда мы сидели, писали лекции и зубрили. Я понимала, что их повышение квалификации проходит легко и непринужденно.

Работая в банке по 12 часов в день, я пришла в свой единственный выходной в эту школу как модель, потому что не могла себе позволить посещение салона красоты. А когда я вышла оттуда, такая умная, работающая в банке, то пошла на трамвайную остановку. Парикмахеры же, которые с позитивом обучались, рассказывали, как клиенты им дарят подарки и какое удовольствие они получают от работы, сели в собственные машины и уехали. Но я получила от них заряд позитивных эмоций, потому что красивее и увереннее я до того момента никогда не была. Я не хотела мыть свои волосы дня три. Но пришлось. Этот случай изменил мое представление о профессии парикмахера. Тогда еще не было понятия «стилист по волосам», но я понимала, что это образованные, стильно одетые, грамотно говорящие люди, а совершенно не люди второго сорта, отучившиеся в колледже.

Спустя какое-то время я познакомилась с руководителем этой школы Владимиром Александровичем Мотчаным. Тогда он рассмотрел во мне потенциального специалиста. И он

спросил, почему я работаю в банке, не планировала ли сменить работу. Для меня это было почти оскорбление. Я пять лет училась на банковского работника. А как можно по-другому? Да и куда идти? Банк – надежная структура, а салон красоты – вряд ли. Когда мне предложили пойти учиться на парикмахера, я хотела покрутить у виска, но сдержалась и не стала этого делать перед взрослым мужчиной. Но когда он мне предложил стать директором салона, мне это понравилось больше. Представление о такой работе у меня было весьма радужное. Руководитель салона всегда выглядит красиво, высыпается, работает по гибкому графику, еще и деньги получает. Великолепно! Поэтому руководителем салона красоты в свои 24 года я, конечно же, согласилась быть. Хорошая перспектива, подкупила зарплата – она была выше, чем в банке. И я понимала, что шикарные волосы у меня теперь будут каждый день.

Вскоре я ушла в декрет. И как многие мамочки, задумалась, чем бы заняться, какой новый навык приобрести. Я решила выучиться на парикмахера, ведь, согласно философии компании Motchany, руководитель направления должен быть экспертом. Тогда и управлять будет легче. Я воспринимала это как кружок по интересам. Но после обучения мне предложили выйти к креслу, иначе знания улетучатся. Поэтому я начала стричь людей.

Мои стрижки стоили 400 рублей. Первых клиентов я стригла по полтора-два часа и в день приносила салону око-

ло 2 000 рублей. Но у моей коллеги, ведущего специалиста, стрижка стоила 2 400 рублей. И ее объем за день составлял 24 000 рублей. Я понимала, что мы стоим у кресел одинаковое время, но ей клиенты носят подарки и уходят довольные. Я же была уставшей, выжатой как лимон, мои клиенты не оставляли мне чаевые, а кто-то даже жаловался на мои услуги. Я всегда считала, что такие люди не от мира сего. Если вам не нравится стрижка за 400 рублей, пожалуйста, вот моя collega, которая стрижет за 2 400. Но у меня становилось все больше недовольных клиентов. Я попросила не записывать ко мне таких. Администраторы удивились: как они могут определить негативных клиентов? Сегодня я говорю своим мастерам: «Нет клиентов плохих или хороших, есть услуга, которая оказана качественно или некачественно». Но в тот момент Владимир Александрович сказал, что мне нужно набраться знаний. Я снова пошла учиться и с тех пор не перестаю это делать.

Так я прошла путь от начинающего мастера до топ-специалиста, я выросла в цене, научилась возвращать клиентов. Моя стрижка стоит 3 900 рублей, но я уже не стою у кресла, чаще я занимаюсь преподаванием, разрабатываю авторские методики обучения, помогаю растить команду и веду тренинги для руководителей. Я уже не являюсь директором салона, потому что этот функционал прожит мной и делегирован.

За 12 лет я стала дипломированным преподавателем ан-

глийских школ и сама внедрила программу ускоренного обучения парикмахера с нуля. На сегодняшний день в нашей академии действует двухмесячная программа эффективно-го обучения. Она работает более шести лет и является уникальной для России.

Я горжусь и тем, что смогла изменить свою картину мира. Теперь даже своим сотрудникам я не желаю покупать самые дешевые квартиры в отдаленных районах. Я всегда говорю: «Давай посчитаем, сколько мы должны заработать, чтобы ты жила в лучших условиях. Давай посмотрим, сколько времени тебе понадобится, чтобы поднять свою квалификацию и не продавать свое время за маленькие деньги». Мне удалось собственным примером поменять картину мира своего окружения. И своим примером я поменяла представление многих руководителей в этой сфере. У каждого из них были моменты, когда хотелось все бросить и уйти.

Так что не забывайте, карьера – это здорово. Но вторая важная составляющая нашей жизни – это семья. И я горжусь, что я замужем за любимым мужчиной и у нас трое замечательных детей. Мне удалось совместить работу и декретные так, чтобы не страдала ни семья, ни мой профессионализм. На сегодняшний день я полна сил, впереди новые горизонты.

Пройдя весь путь, я понимаю, что директор салона красоты – это далеко не простая должность. Это работа, на которой ты должен не только хорошо выглядеть, но и хорошо разговаривать, уметь находить контакт как с клиентами, так

и с командой. Это сложная задача – поиск баланса между всеми составляющими работы салона. При этом вы не имеете права себя жалеть, моменты спада, конфликты – для вас точки роста, которые будут вас закалять, делать сильнее и успешнее.

В своей книге я раскрываю философию грамотного и эффективного руководителя салона красоты. Многие директора живут по принципу: нанять персонал, чтобы больше зарабатывать. Я же предлагаю выстраивать взаимоотношения так, чтобы каждая сторона выигрывала: выигрывал клиент, выигрывал мастер, выигрывали вы как инвестор, руководитель и выигрывали ваши партнеры. Воспринимайте мастеров как коллег и единомышленников, давайте им возможность расти внутри вашей компании, тогда и сама компания будет расти.

В моем представлении «правильный» салон красоты – это квалифицированные мастера, внимание к клиенту, индивидуальный подход, выстраивание графика посещения с меньшими временными затратами, но увеличением зарплаты и прибыли. Эта книга для руководителей, которые хотели бы построить работу именно так.

Конечно, вы можете взять любую книгу по ведению эффективного бизнеса. Но в каждой сфере есть своя специфика. В beauty-индустрии она заключается в том, что мы работаем с творческими людьми. Они не знают, что такое трудовая дисциплина, им сложно даются стандарты. Им хочется получать деньги за свое творчество. Они не умеют выстраи-

вать свой путь развития. Творческие люди готовы пойти под крыло грамотного руководителя, который покажет им этот путь.

Еще одна специфика индустрии красоты – нехватка специалистов. За последние 10 лет во всех beauty-направлениях появились очень модные профессии. Если вы будете работать с экономистом, вы всегда сможете найти ему замену. Но на beauty-рынке нет конкуренции среди мастеров, зато есть руководители, которые хотят переманить специалиста. Поэтому сегодня директора находятся в зависимости от специалистов. Как работать в таких условиях и не идти на поводу у мастеров – я учу в этой книге.

Опыт и советы, которые я излагаю здесь, могут быть полезны директорам не только салонов красоты, но и всем руководителям предприятий в сфере услуг. Если у вас швейное ателье, кулинарный цех, кофейня или ресторан и все ваши действия связаны с наймом персонала и оказанием услуг конечному потребителю, смело читайте книгу до конца.

Часть 1

Подготовка к открытию

Вы взяли эту книгу в руки, потому что задумались об открытии собственного салона красоты. Но что-то вас останавливает. Возможно, это сомнения в выборе сферы своего бизнеса. А потому, прежде чем мы перейдем к сути, вот вам...

5 причин открыть бизнес в beauty-индустрии

Причина первая. Прибыль

Чтобы быть прибыльным, ваше дело должно строиться на одной из вечных бизнес-идей. Идей, которые работали, работают и всегда будут работать. Таких идей много, но ТОП-5 выглядит следующим образом:

1. Люди всегда хотят есть.
2. Люди всегда болеют.
3. Люди всегда хотят быть красивыми.
4. Люди всегда нуждаются в безопасности.
5. Людям всегда нужно одеваться и обуваться.

Как видим, индустрия красоты стоит на одной из базовых идей. Эта сфера бизнеса, которая никогда не исчезнет и представители которой всегда будут востребованы. А ведь именно этого хочет любой здравомыслящий человек. От-

крывая свою компанию, он верит в нее также, как в своего ребенка. И, конечно, он надеется не просто вырастить его, выучить, сделать умным и красивым. Ему хочется, чтобы «ребенок» принес плоды в виде прибыли и расширения компании. Я еще не встречала ни одного человека, который хотел бы открыть исключительно временный бизнес. Хотя есть и исключения. Например, современные онлайн-кассы. Все прекрасно понимают, что они подстроились под законодательство. Пройдет пара лет, все приобретут себе онлайн-кассы, и в услугах со стороны больше не будет нужды. Но книга моя для тех людей, которые хотели бы не только зарабатывать «здесь и сейчас», но и получать деньги в будущем. Они хотят, чтобы их дело всегда приносило удовольствие и придавало значимости их жизни.

Beauty-индустрия – индустрия, которая всегда будет приносить доход. Пока мы не говорим о размерах этого дохода, мы лишь говорим о его постоянном наличии. Волосы, ногти, брови всегда отрастают, и всегда будет нужно ходить к специалисту, чтобы их подстричь или оформить.

Причина вторая. Престиж профессии

Вспомним, что думали о специалистах beauty-индустрии в Советском Союзе – тогда еще просто мастерах в Доме быта. Существовал стереотип: это обслуживающий персонал, это люди второго и третьего сорта, те, кто не смог никуда поступить. Не взяли в институт, не пошел в 10-й класс, поступил

в училище, там не попал на повара, по распределению – на парикмахера.

И такое отношение сохранялось до 2000-х годов. У окружающих всегда возникал вопрос: «Неужели ты до пенсии хочешь быть обслуживающим персоналом? Лучше же быть инженером, юристом, экономистом». Поэтому большая часть родителей старалась пристроить детей в университеты, чтобы они получали престижную, но совершенно ненужную профессию.

Но примерно в 2007 году люди, которые умеют делать что-то руками: швеи, парикмахеры, повара, стилисты, бровисты, колористы – становятся крайне востребованы. Мы раньше и названий-то таких не знали. А сейчас люди готовы отдаваться в руки этих специалистов и, соответственно, платить.

В 2010-е годы изменилось отношение к профессии. Специалисты стали визуально выводить свои образы в интернет и соцсети. Теперь клиенту не нужно добираться до салона красоты где-то во Владивостоке, открывать там портфолио, снятое непонятно как, чтобы увидеть работы мастера.

Появились новые узкие специальности. В Доме быта никогда не было бровиста. Брови делал каждый мастер. Но делал просто нелепо. Сегодня же бровист – настоящий профессионал, который из любой женщины сделает элегантную леди – подчеркнет овал лица и глаза, – и все только при помощи грамотно подобранной формы и цвета бровей. Это вызывает уважение.

В универсальных салонах специализации мастеров могли быть лишь условными. Раньше мы и подумать не могли, что может быть моноспециалист или моносалон. Мастера должны были уметь делать все. Но представим, что у молодого специалиста пока хорошо получаются только брови, и доверяют в салоне ему только это. Он целый день делает брови, у него набивается рука и нарабатывается база, он ищет профильное обучение. Если ты целый день делаешь только брови, нужно ли тебе учиться стрижкам? Так и появились моносалоны с бровистами, а после и beauty-бары, где можно быстро, без предварительной записи воспользоваться одной-двумя услугами.

Так открылись и барбершопы. Ведь в Домах быта всегда были женские и мужские залы. Но мужчин стригли маптинкой (0,5 или 0,3). Поменял насадку – и готово. И было лишь три вида стрижки: модельная, боб и молодежная. Но в XXI веке мы узнали, что мужчинам, оказывается, можно мыть голову, делать массаж и даже красить волосы. А стричь ножницами – высший пилотаж. Стали появляться барбершопы, возникла мода на качественные мужские стрижки, бороду, усы, и все больше мы замечаем наличие «мужской территории».

У моды на моноуслуги есть свои плюсы. Такие специалисты доносят до потребителей, что каждая деталь в образе важна. Что аккуратные брови делают вас красивее, что прийти на вечеринку с самодельной прической – дурной тон.

Раньше укладку можно было делать только на свадьбу, 50-летие и юбилей мужа. Сегодня услуги красоты стали гораздо доступнее: их можно получить в удобном для вас месте, за короткое время и по приемлемой цене. И здесь не только спрос рождает предложение, но и предложение рождает спрос.

Руководителю же управлять моносалоном гораздо проще. Найти мастера-универсала, который умеет выполнять все виды работ, достаточно сложно. Учить – долго и затратно. А найти или выучить моноспециалиста можно быстро, это значит, что доход с него начнет поступать в скором времени.

Причина третья. Польза для окружающих

В каждую историческую эпоху были свои тренды. Взять хотя бы времена химической завивки. Было не модно, не эстетично, если ты не сделал эту завивку. Не важно, идет она тебе или не идет, сожгли тебе волосы или нет, – всем химическая завивка!

То же самое в одежде и обуви. Вспомните начало 2000-х. Если девушка была без каблуков, она казалась бесформенной. А на каблуках – она в тренде, она модная. Я помню свое студенчество, когда у меня вся обувь была на шпильках. Без них образ казался незавершенным. И не важно, что твои ноги отваливаются к вечеру, что в ночном клубе ты сидишь, потому что не можешь стоять. Мода навязывала всем одно и то же.

Сейчас, на мой взгляд, самое классное время. Потому что на смену одинаковым трендам для всех пришел принцип индивидуализации образа. Другими словами, сегодня, чтобы быть модной, нужно создавать образ с учетом своей индивидуальности. Стилисты учат девушек выглядеть стильно без каблуков, корректировать фигуру с помощью одежды. Колористы подбирают цвет волос под цветотип лица, чтобы сделать общий вид молодым и отдохнувшим. Выглядеть хорошо и индивидуально клиентам помогают профессионалы индустрии красоты.

А женщины всегда будут хотеть выглядеть красивыми. Все мы родились красивыми, идеальными. Но всегда мы смотрим куда-то, например, в Instagram, там видим кого-то еще красивее. Всегда хочется эту обложку примерить на себя, пусть и с учетом своей индивидуальности. Зачем мы все это делаем? Для отзывов от родных, друзей, близких и, конечно, любимого, то есть от противоположного пола. Хочется нравиться себе в зеркале, наслаждаться своей фигурой, чтобы взгляд был нестареющий и такой же жизнерадостный, как в юности.

Когда женщина получает комплименты со стороны, у нее повышается самооценка. А это уверенность в том, что она лучшая. С ней жизнь ярче и приятнее.

Причина четвертая. Поддержка государства

Индустрия красоты сегодня поддерживается на прави-

тельствственном уровне. Наши женщины привыкли не любить себя, у них низкая самооценка, они выбирают сферы деятельности, которые не позволяют эту самооценку поднять, не могут найти мужа и родить детей. Зачем государству такой депрессионный демографический фонд?

Как бизнесмены мы можем получить поддержку в различных фондах. В вашем городе, скорее всего, есть областной или городской фонд поддержки предпринимателей малого бизнеса. Может быть, и федеральный, но обычно все спускается на региональный и муниципальный уровни. Так, в Екатеринбурге есть Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства и Екатеринбургский центр развития предпринимательства, в которых людей бесплатно учат, как стать предпринимателями. Это немаловажный фактор. Можно открыть салон и творить, но придет прокуратура или другие органы и закроют вас, потому что вы не успели за 5 дней поставить себя на учет в налоговой или вообще рассказать, что вы существуете. Будет очень обидно.

Как платить налоги, какую систему налогообложения выбрать, какие нормы существуют в beauty-индустрии, нужны ли санитарные книжки, какая освещенность должна быть в рабочих кабинетах, что такое СанПиН – всю эту информацию вам дадут в подобных фондах. Я рекомендую этой поддержкой воспользоваться.

Кроме того, фонды финансируются государством, и в них существуют различные системы грантовой поддержки. На-

пример, в Югре одной девушке удалось выиграть грант на 200 тысяч рублей. Она выдвинула идею маникюрного салона, защитила свой бизнес-план, а деньги направила на покупку оборудования и обучение своего персонала в нашей академии. Найдите похожие программы и в вашем регионе.

Причина пятая. Удовольствие

Сфера индустрии красоты очень приятная. Главная эмоция, которую вызывает работа там, – это счастье. Потому что ты приходишь на работу, видишь людей, которые хотят измениться, радуются перемене, заряжают тебя своей благодарностью, еще и деньги за это платят. Да, мастера часто сталкиваются с физической усталостью, но это есть практически в каждой профессии. Если же мы говорим про эмоциональную составляющую, то я не могу назвать другую сферу, которая приносила бы столько же удовольствия.

Даже сами про себя мы говорим, что занимаемся богоугодным делом. Дарить красоту при помощи рук, команды и сервиса – дорого стоит. Особенно в значимые дни: на свадьбу, юбилей или выпускной. Поэтому индустрия красоты привлекательна не только с точки зрения прибыли, но и с точки зрения эмоций. Это бизнес, который не стыдно показать. Им легко управлять при правильном построении рабочих процессов. Даже женщине. Ведь в индустрии красоты большинство управляющих именно женщины.

Может ли салон красоты быть вторым бизнесом?

Мне очень часто задают этот вопрос. Многие руководители говорят примерно такую фразу: «Я открыл салон для себя, а вообще-то я занимаюсь другой работой». Вы вкладываете в этот бизнес деньги, но, если у вас нет грамотного управляющего, на новое направление придется потратить максимум вашего времени. На это мне отвечают, что планируют выделить на салон три месяца, поставить все на рельсы, а дальше отстраниться. Мой опыт показывает: когда люди приходят из другого бизнеса, хотят сохранить в нем объемы и набрать обороты, в beauty-индустрии из этого ничего не выходит. Конечно, существуют исключения, но это ТОП-менеджеры, у которых есть 20 крупных бизнес-проектов. И они могут позволить себе потерять, предположим, 65 миллионов, потому что в другом месте они заработают больше. Если мы говорим об индустрии красоты, то обычно подразумеваем малый бизнес или даже крохотный (пусть такого понятия в экономике нет).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.