

# Как открыть салон красоты

{ Открываем первый салон эконом-класса возле дома: разбираемся с формальностями, делаем ремонт, ищем мастеров, рекламируем услуги в интернете. Рассмотрим вариант старта с минимальными вложениями.

**От идеи до первых клиентов**

# Источники информации

Материалы для книги взяты и переработаны из множества интервью с экспертами в бизнесе индустрии красоты. А так же взяты из специализированных площадок: «Деловая среда»; «Бизнес Молодость»; «Beauty Pro» и др.

Деловая  
среда  
от Сбербанка



БИЗНЕС  
МОЛОДОСТЬ



BEAUTY PRO

# Содержание

1. Почему именно салон красоты?
2. Анализируем рынок
3. Выбираем стратегию
4. Собираем команду
5. Регистрируем фирму
6. Ищем подходящее место
7. Привлекаем инвестиции
8. Закупаем оборудование и мебель
9. Запускаем рекламу до открытия салона
10. Критические ошибки предпринимателей
11. Что делать прямо сейчас?

# Почему салон красоты?

Почему Вы хотите открыть именно салон красоты? Почему не булочную? Это важные вопросы, которые относятся к категории выбора ниши.

Выбор ниши — первый шаг на пути создания бизнеса. Ниша определяет возможности, перспективы роста и масштаб бизнеса. Она налагает определенные ограничения и предъявляет требования к владельцу бизнеса.

В этой книге мы предлагаем Вам подборку из 5 подходов к выбору ниши, чтобы Вы не стояли на одном месте и, определившись с нишей, наконец начали действовать.

Если эти подходы помогут Вам точно определиться с тем, что бизнес в индустрии красоты это именно то, что Вам нужно, начинайте действовать. Не ждите, когда кто-то за Вас будет принимать решение. Предприниматель — это человек, который всегда принимает решения сам, и берет за них ответственность, даже если решения не верные.



# Подход 1 - Логика

Первый подход к выбору ниши — логический. Оцените нишу с точки зрения логики и цифр. Только цифры могут дать представление о будущем результате бизнеса — будет ли он рентабельным, масштабируемым и приносить желаемую прибыль.

## Цифры, которые Вам нужно знать:

1. Сколько у Вас потенциальных клиентов?
2. Сколько клиентов Вы будете обслуживать в день?
3. Сколько будут стоить Ваши услуги ?
4. Какие у Вас будут расходы в месяц?
5. Сколько Вы планируете зарабатывать?
6. Как Вы планируете масштабировать свой бизнес?

Если Вы знаете (примерно) свои цифры, и результат Вас радует, возможно Ваша бизнес идея действительно будет успешной. Но, если у Вас возникли сложности, необходимо сделать финансовую модель, чтобы наверняка знать, на какие прибыли Вы можете рассчитывать.



## Подход 2 - Опыт

Бизнес — это всего лишь инструмент, который помогает превратить Ваш опыт в полезный для других людей продукт, за который они готовы платить. Не игнорируйте свой опыт.

Если у Вас уже есть опыт в качестве специалиста по маникюру, или Вы 5 лет работали парикмахером, салон красоты — это Ваша ниша.

Но, даже если Вы не были специалистом, а работали в качестве администратора, Вы в любом случае знаете всю внутреннюю кухню этого бизнеса.

Опыт — это то, что Вы можете легко монетизировать. Но, помните, что это должно Вам нравиться. Если Вы видите в этом бизнесе только деньги, то Вам сложно будет развиваться.



## Подход 3 - Люди

Другой источник выбора ниши — это люди, которые Вас окружают. Пролитайте свою телефонную книгу, взгляните на своих друзей и родственников другим взглядом.

Возможно, среди них есть те, кто потенциально может стать Вашим партнером или мастером в салоне. Человек может стать отправной точкой Вашей деятельности в бизнесе. Ищите людей среди тех, с кем Вы общаетесь.

Возможно, Ваш мастер маникюра, который работает на дому, станет Вашим партнером в бизнесе. Используйте эту возможность. Пообщайтесь с мастером. Пообщайтесь с другими людьми. Расскажите им о своей идее и найдите среди них тех, кто будет помогать, кто будет вместе с Вами запускать и развивать салон красоты.

Когда есть люди, команда и партнеры, бизнес начинать легко!



# Подход 4 - Будущее

Стали бы Вы заниматься продажей видеокассет? А почему?

К выбору ниши стоит подходить из расчета, будут ли Ваши услуги или товара востребованы в ближайшем и далеком будущем. Что будет актуально или не потеряет свою насущность через пять или десять лет?

Представьте себе любой салон красоты, в котором девушка может заказать сразу множество процедур: стрижку, окрашивание, брови, ресницы, маникюр, педикюр, депиляцию и так далее. Неважно — низкого или высокого он ценового сегмента. Главное, там предлагают комплекс услуг. Такие салоны красоты можно встретить везде.

Однако российский рынок меняется у нас на глазах. Подобная универсальность индустрии красоты больше не является догмой и, более того, становится совсем не привлекательной. Именно для сегмента классических салонов красоты, согласно исследованию «РБК», в 2017 году было характерно наибольшее падение рынка. Тогда как наибольший рост был у специализированных моностудий и барбершопов. Выросла востребованность не комплексного ухода, как это было раньше, а моноуслуг. То есть если раньше клиенты делали все процедуры в одном салоне и даже порой у одного мастера, то сейчас появился тренд: они идут на маникюр в одно место, на стрижку — в другое, а на окрашивание — в третье и так далее.

## Подход 5 - Синергия

В процессе выбора ниши подключается сразу несколько подходов. Чем больше подходов задействовано, тем больше вероятность того, что Вы выбрали правильную нишу.

Синергия подходов – это когда Вы хороший мастер, у Вас есть партнер или партнеры (возможно тоже мастера).

Вы четко понимаете свою бизнес модель. Вы просчитали все расходы и доходы. Вы провели анализ рынка. Все подходы к выбору нишу Вам подсказывают, что нужно открывать салон красоты. Если это так, действуйте!

Но, помните, что важным ингредиентом, который заставляет действовать здесь и сейчас, – это Ваша цель. Как цель влияет на выбор ниши? Почему, прежде чем определиться с нишей, нужно поставить цель? На эти вопросы Вы сможете получить ответы на бесплатной консультации с экспертом. Читайте книгу и Вы узнаете об этом больше.



# Анализируем рынок

В салонах красоты оказывают три вида услуг:

- имиджевые (парикмахерские, маникюр, педикюр, солярий, пирсинг и др.)
- косметологические и медицинские (омоложение, коррекция фигуры и лица)
- релаксационные (спа, массажи, ароматерапия, светотерапия и др.)

Также салоны могут зарабатывать на продаже косметических средств других компаний. Для этого в помещении ставят стенды с продукцией или предлагают клиентам заказывать по каталогам. Количество услуг, которые может предоставлять один салон, не ограничено.

Чтобы бизнес в сфере красоты приносил доход, владелец должен удачно выбрать место, оформить документы, подобрать персонал, оборудование, материалы и продумать раскрутку бренда. При этом нужно соблюдать все государственные нормы и требования.

Количество салонов красоты и парикмахерских в Москве за последние 7 лет увеличилось на 36%. Спрос на услуги салонов красоты растет, но растет и конкуренция. Самое рентабельное в салонах красоты — это парикмахерский зал, потому что потребность в стрижке и окрашивании волос есть всегда.

«У нас наравне с парикмахерскими услугами пользуется спросом косметология. Но не советую запускать ее сразу: очень затратно. Одна только покупка аппаратов обойдется в несколько миллионов. А еще медицинская лицензия, три врача в штате».

Елена Алексеюк, создатель института красоты Sointera

После парикмахерского зала и косметологии идет ногтевой сервис. Поэтому оптимально начинать с парикмахерских услуг и маникюра.

Вы наверняка знаете немало салонов, которые закрылись в первый же год или работают «по инерции», на грани рентабельности, несмотря на удачное расположение, дорогое оборудование и стильный интерьер. Чтобы не повторить их ошибок, перед открытием нового салона красоты необходимо провести анализ рынка.

Что представляет собой Ваш рынок? Это большой район, новый жилой массив, квартал или несколько ближайших домов? Откуда к Вам будут приходить клиенты? На этом рынке уже есть салоны красоты? Насколько высока конкуренция? Какие услуги предоставляют салоны-конкуренты? Какой у них уровень цен и концепция работы? Какая у этих салонов загруженность? Где нужно записываться за несколько недель, а куда можно попасть буквально в день обращения? Что говорят и пишут об этих салонах хорошего, а что плохого?

Ответы на эти вопросы помогут оценить конкурентную среду, определить уровень цен и услуг. Это позволит конкретизировать концепцию Вашего будущего бизнеса. Именно так поступают владельцы успешных салонов красоты.

Салон красоты — это предприятие обслуживания и, значит, Вам нужно познакомиться с возможными клиентами. Вот примерный список вопросов, на которые надо ответить до того, как открыть салон красоты:

- С кем Вы планируете работать: женщинами, мужчинами, детьми или семьями?
- Какой у этих людей уровень достатка? В случае с детьми — это достаток родителей.
- Сколько в выбранном Вами районе представителей Вашей целевой аудитории? Достаточно для того, чтобы Ваш салон был загружен, с учетом существующей конкуренции?
- Какой типичный график работы у Вашей ЦА? В какие дни и часы они, скорее всего, будут приходить в Ваш салон?

Чем больше Вы узнаете о своих потенциальных клиентах, тем лучше сможете удовлетворить их запросы и ожидания. Именно удовлетворенность клиентов лежит в основе популярности салона красоты.

- **Важно!** Часто на этом этапе будущие владельцы салона красоты полагаются на собственный опыт, опыт знакомых и другие предположения. Как раз здесь и кроется причина очень многих неудач: в реальной жизни люди часто ведут себя не так, как мы того ожидаем. Чтобы избежать таких ошибок, изучайте целевую аудиторию лично. Опирайтесь на конкретные данные, полученные из первых уст.

**Где искать ответы?** Как говорится, «поработайте на земле». Проводите опросы, общайтесь с людьми, наблюдайте за их реальным поведением.

Например, если в округе много бизнес-центров или офисных помещений, значит, большинство Ваших будущих посетителей — занятые люди, с плотным рабочим графиком. Они располагают временем до, после работы и во время дневного перерыва.

Если вы выбрали спальный район или новый жилой массив, в салон могут заходить очень разные люди: молодые мамы, бабушки, школьники после уроков, вернувшиеся с работы женщины и мужчины. Здесь хорошим решением станет открытие семейного салона с широким выбором услуг и умеренными ценами.

Изучив целевую аудиторию, Вы поймете, подходит ли выбранный район для вашей задумки и определите, какие ниши свободны для Ваших услуг.

# Выбираем стратегию

Вы уже примерно знакомы со своей аудиторией и можете принять решение, стоит ли открывать парикмахерскую эконом-класса либо есть условия для создания салона красоты бизнес- или премиум-класса. Учитывайте, что удачно выбранный формат во многом обуславливает доход. Так, в спальном квартале с пятиэтажками может быть востребована парикмахерская эконом-класса, а в районе с элитными новостройками поселятся потенциальные клиенты люксового салона.

На этом же этапе открытия нового салона красоты определитесь с его размером:

- Маленькая парикмахерская с одним-двумя креслами и маникюрным столом.
- Небольшой салон, где работают 4-5 мастеров и есть отдельный косметический кабинет.
- Большое заведение с несколькими направлениями деятельности: парикмахерские, косметические и маникюрные услуги, солярий, косметология.

Также решите, на каких услугах Вы будете специализироваться (или предоставите комплексное обслуживание).

Типы салонов красоты зависят от нескольких параметров: масштаба бизнеса и количества услуг, ценовой категории, открытости для клиентов. В некоторых странах существуют государственные стандарты для сферы услуг, но мы поговорим о более-менее универсальных разновидностях, которые существуют во всем мире.

Классификация салонов красоты:

- Кабинет. Это самое маленькое предприятие. Ассортимент услуг сводится к нескольким базовым сервисам, ограничено и количество мастеров. Зато кабинет не требует отдельного здания, и легко размещается на арендованной площади с минимальным ремонтом и переносным оборудованием.
- Салон. Салон красоты — это предприятие среднего размера, где каждая услуга существует в нескольких разновидностях. Например, стрижки мужские и женские, маникюр классический и необрезной. Одна и та же услуга может стоить по-разному, в зависимости от категории мастера. В салоне часто предоставляются и дополнительные сервисы, например, фитобар или продажа уходовой косметики. Это позволяет получить дополнительную прибыль.

- Центр красоты и здоровья. Масштабное предприятие с широким спектром услуг, от простейшего ухода за ногтями и волосами до пластической хирургии. В центре работают не только мастера, но и специалисты с медицинским образованием.
- Сеть. Сеть предприятий, которая может полностью принадлежать одному хозяину или продавать франшизу. Сеть может состоять из предприятий одного размера — например, кабинетов или салонов, — или главного салона и нескольких филиалов поменьше, которые работают под одним названием и по одинаковым правилам.

Существуют разные категории салонов красоты и в каждом заведении есть множество повседневных процессов. Запись клиентов, учет работы мастеров, подсчет заработной платы, контроль расходных материалов — даже в самом маленьком салоне эти вещи требуют внимания и контроля. Если эти процессы управляются вручную, неизбежны досадные ошибки.

Чтобы лучше контролировать процессы повседневной работы салона, используют компьютерные программы. Специальные приложения и CRM-система помогут составить графики работы, подсчитать эффективность каждого мастера, определить востребованность той или иной услуги, вести учет товаров и так далее.

# Собираем команду

Ваша команда – это люди, с которыми Вы будете начинать бизнес. Рекомендуем не пренебрегать этим пунктом, если Вы открываете свой первый салон или любой другой бизнес, требующий специальных знаний. На старте Вам потребуется помощь от людей, которые разбираются в бизнесе, финансах и маркетинге. Это ключевые лица компании, которые будут помогать Вам создать поток клиентов, упорядочить финансы и уберегут бизнес от попадания в кассовые разрывы.

Посмотрите внимательно на свое окружение. Возможно, среди родственников, друзей, знакомых, клиентов или мастеров, Вы найдете людей, которым понравится Ваша идея с салоном и они с радостью примут участие в его открытие и развитие.

Люди тянутся к другим людям, которые имеют яркую, интересную и перспективную идею. Поэтому разработайте бизнес-план Вашего салона, просчитайте все расходы и будущие доходы. Опишите концепцию. Соберите людей или встречайтесь с каждым по отдельности. Расскажите о своей идеи и предложите человеку стать Вашим партнером.

Важно, чтобы Вы человеку доверяли.

*«Куда будет развиваться бизнес? В мире это называется самозанятые. В Европа так уже давно работают. Потому что в Европе в салоны мало инвестируют.*

*Поэтому первое - это мастера специалисты (парикмахеры, визажисты, барберы). Они будут открывать свои салоны. И этот тренд открытия салонов именно специалистами.*

*Второе - это семейный бизнес. Когда семьи открывают семейный бизнес, салон красоты. И это инвестиционно очень понятная модель, когда парикмахер приглашает свою семью (мужа, жену и т.д.) и создает семейный бизнес. Таким образом они инвестируют в него.*

*Третье - это открытие корпоративных предприятий. Корпоративный формат в котором под определенное предприятие с большим количеством наемных сотрудников, создаются салоны, которые их обслуживают»*

**Игорь Стоянов**

# Регистрируем фирму

Главный документ для открытия салона — уведомление от Роспотребнадзора о начале осуществления коммерческой деятельности. Его нужно оформить после того, как вы нашли помещение и зарегистрировались в качестве ИП или ООО.

По опыту множества салонов красоты, в течение первых трех лет с проверками не приходят, если регистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя. Роспотребнадзор может проверить, только если кто-то напишет жалобу по поводу несоблюдения норм.

*«Необходимо соблюдать много критериев: освещенность, порядок стерилизации инструментов, утилизации мусора и т. д. Но не стоит бояться. Если подходить ответственно, ничего невыполнимого нет».*

Лидия Никогосян, основатель сети студий красоты «Сафарики»

## Перечень необходимых документов:

- Договор об аренде помещения
- Уведомление от налоговой (ЕГРЮЛ/ЕГРИП) о регистрации ИП или ООО
- Уведомление от Роспотребнадзора о начале осуществления коммерческой деятельности
- Заключение санэпидемслужбы о соответствии санитарно-эпидемиологическим требованиям
- Заключение МЧС о соблюдении правил пожарной безопасности
- Разрешение на открытие от местной администрации
- Лицензия Министерства охраны здоровья, если собираетесь предоставлять медицинские услуги
- Патент на торговлю, если собираетесь торговать профессиональными косметическими средствами
- Договор с компанией, которая занимается обслуживанием кассового аппарата
- Пакет документов для размещения вывески

Заслышав о государственной регистрации, многие досадливо морщатся, живо представив себе многочисленные бюрократические сложности. На самом деле все не так уж сложно: в вопросах регистрации бизнеса бюрократический аппарат работает очень четко, все процессы отлажены и регламентированы по времени.

Ваша первая задача на этом этапе — определиться с организационно-правовой формой. Для большого бизнеса хорошим решением будет общество с ограниченной ответственностью (ООО), а небольшой салон можно зарегистрировать как индивидуальное предприятие (ИП) с упрощенной системой налогообложения.

Порядок действий и список необходимых документов можно узнать в налоговой. Никаких специальных разрешений и лицензий для салона красоты не нужно, но они могут понадобиться, если в списке Ваших услуг появятся медицинские (например, косметология и пластические операции).

Форма ИП проще, быстрее и выгоднее. ООО стоит выбирать, если Вы открываете бизнес с партнером или в Вашем салоне будут проводиться медицинские процедуры. К ним относятся косметологические услуги, которые нельзя предоставлять без наличия специальной лицензии.

# Ищем подходящее место

Прежде всего, решите, по какому пути Вы пойдете: покупка или аренда помещения. Это во многом поможет ответить на вопрос, сколько стоит открыть салон красоты. У каждого варианта есть как плюсы, так и минусы, и только Вы сами можете взвесить «за» и «против».

Помещение и его расположение влияют на то, какая публика будет к Вам приходить. Наряду с качеством и стоимостью услуг люди оценивают место и обустройство салона. Стоит начать с оценки конкуренции: изучите цены и набор услуг, посмотрите на методы продвижения в интернете, хотя бы раз станьте их клиентом. Старайтесь найти слабую сторону и занять нишу.

До места должно быть удобно добираться как на общественном транспорте, так и на машине, поэтому обращайте внимание на наличие бесплатной парковки. Само помещение должно соответствовать нормам пожарной безопасности, Роспотребнадзора и СанПиН. Зарегистрируйте договор аренды, чтобы обезопасить себя от внезапного изменения условий со стороны арендодателя.

Для первого салона подойдут варианты размещения в спальных районах или торговых центрах. Советуем брать в аренду помещение площадью не более 100 кв. метров и не дороже, чем средняя зарплата в городе. Средняя зарплата показывает покупательную способность и влияет на уровень цен. В качестве примера приведем аренду в Москве, где средняя начисленная зарплата составляет 90 тыс. рублей в месяц — это максимум, который вы можете ежемесячно платить за салон площадью 90–100 кв. метров.

Можно сразу искать помещение под салон красоты, ногтевую студию или парикмахерскую. Есть варианты с зеркалами и мебелью, но они будут дороже на 20–50%. Если пустое помещение площадью 50 кв. метров будет стоить 30 тыс. рублей, то вместе с мебелью его могут сдавать за 35–45 тысяч. И по договору Вы, скорее всего, не сможете просто выкинуть старую мебель и поставить свою.

За бесплатной консультацией обращайтесь через сайт: [www.b2bconsultinggroup.ru](http://www.b2bconsultinggroup.ru)  
или по телефону: 8(923)570-76-96 , а так же по e-mail: [b2b.consultinggroup@yandex.ru](mailto:b2b.consultinggroup@yandex.ru)

Поговорим о планировке.

Планировка должна «работать» на функциональность салона. Важно, чтобы каждый мастер имел достаточное пространство для рабочего места, а клиенты были избавлены от нежелательных взглядов (а в идеале — и звуков).

Обязательно продумайте вспомогательные помещения, в том числе — комнату отдыха для сотрудников. Чем комфортнее людям будет работать, тем большую отдачу для своего бизнеса получите Вы.

Интерьер должен соответствовать предпочтениям Вашей целевой аудитории. Вы же не зря проводили исследование на начальном этапе. Так, если основная масса посетителей — молодежь, то паркетные полы и пышные занавески не подойдут, а вот стильный функциональный лофт — в самый раз.

Уделите особое внимание зоне ожидания. Здесь нужна, скорее, атмосфера как в уютной гостиной, а не как в холле отеля. И уж ни в коем случае не как в прихожей.

# Привлекаем инвестиции

Как мы уже писали ранее, одним из источников инвестиций могут служить средства Вашей семьи или будущих партнеров. Но, это не единственный вариант. Есть вариант кредитования, но на наш взгляд, это не самый выгодный способ. Кредиты дорогие, а риски большие. Лучше всего, если варианты привлечения инвестиций будут комбинированы. Часть денег Вы берете от партнеров, часть денег от банка. Но и это еще не все. Есть еще один источник инвестиций для старта своего дела. Это государственные гранты и субсидии на открытие своего дела.

Государственная поддержка.

*Существуют федеральные и региональные программы поддержки малого предпринимательства. Реализуемые в федеральной программе мероприятия и требования определяет приказ Минэкономразвития России на определенный год. Приказ создается на основе законодательства РФ, в частности, на основе Федерального закона №209-ФЗ, постановлений Правительства РФ. Федеральная программа действует на всей территории России, также она является образцом для создания региональных программ для каждого субъекта РФ. Региональный план создается в среднем на 5 лет.*

Субсидия от Центра Занятости Населения. Это безвозмездная денежная помощь, предоставляемая человеку для открытия нового дела.

Размер субсидии в Красноярском крае в 2019г. подняли с 76.440р. до 124.000 руб. Если Вы привлечете в свой бизнес несколько партнеров (мужа, сестру и т.д..) и каждый получит субсидию, то этих денег Вам точно хватит для открытия приличного салона в спальном районе города.

#### Алгоритм получения субсидии:

1. Встать на учет в ЦЗН
2. Получить статус безработного
3. Разработать бизнес-план
4. Заключить договор с ЦЗН
5. Открыть ИП
6. Получить субсидию

#### Согласно стандартам, средства могут быть потрачены:

- На закупку оборудования и инструментов;
- На закупку товара и расходных материалов;
- На рекламные и маркетинговые услуги;
- На аренду помещения за 2 месяца;
- На покупку специальной техники.

**Компания B2B consulting group** готовая оказать Вам консультационную поддержку по вопросам привлечения инвестиций и подготовке документов для получения субсидий и других форм государственной поддержки.

# B2B consulting group

Специалисты компании проводят бесплатные консультации и разработают бизнес-планы согласно стандартам Центра Занятости Населения для получения Вами единовременной финансовой помощи (субсидии) на открытие своего дела. Размер единовременной финансовой помощи в Красноярском крае на 2019г. составляет ~~76.440р.~~ 124.000р. В других регионах страны размер помощи необходимо уточнять в ЦЗН.

## Обращаясь к нам Вы получите:

- Бесплатная консультация;
- Работа будет выполнена в срок;
- Профессиональный подход.

## Ваши гарантии:

- Конфиденциальность Ваших данных;
- Одобрение бизнес-плана Центром Занятости;
- Соответствие стандартам Центра Занятости;
- Бесплатная доработка и внесение новых данных в течение 3 месяцев.

За бесплатной консультацией обращайтесь  
через сайт: <http://b2bconsultinggroup.ru/>  
или по телефону: 8(923)570-76-96  
или по e-mail: [b2b.consultinggroup@yandex.ru](mailto:b2b.consultinggroup@yandex.ru)

# ОТЗЫВЫ НАШИХ КЛИЕНТОВ



Виалетта  
Курбатова

*В 2012 году я решила подать свой бизнес-план в городской центр занятости. Нужно было подходить к этому делу серьезно, поэтому я решила обратиться к профессионалам. В процессе прочтения бизнес-плана создавалось такое ощущение что он писался именно под мое дело. Мне понравилось также, что были учтены все мои пожелания, а все недочеты, которые были допущены мной при описании данного дела были сглажены. В общем из всего этого я сделала один вывод- если вы хотите добиться успеха-доверьтесь профессионалам!*



Игорь  
Соколов

*Мы начинали с небольших подработок (собрать витрину, собрать отдел и тп). Сейчас своё ИП по торговому оборудованию, постоянная работа, время развития 7 лет. Прежде всего не было ни времени ни желания делать бизнес-план самому, во-вторых лучше его сделает профессионалы которые знают свою работу на отлично. Бизнес-план нужен был для получения финансирования для начинающих Индивидуальных предпринимателей. В работе всё полностью устраивает, сроки изготовления быстрые, всё объяснили и рассказали. Где надо подсказали и помогли и дали консультацию. Всё прошло отлично, на все 100 процентов.*

**За бесплатной консультацией обращайтесь через сайт: [www.b2bconsultinggroup.ru](http://www.b2bconsultinggroup.ru)  
или по телефону: 8(923)570-76-96 , а так же по e-mail: [b2b.consultinggroup@yandex.ru](mailto:b2b.consultinggroup@yandex.ru)**

# Закупаем оборудование

Разным типам салонов красоты нужно разное оборудование. Как по назначению, так и по цене. Если Вы разработали бизнес-план, то уже предусмотрели все, что нужно для того чтобы открыть салон красоты. Сейчас, занимаясь оборудованием, все время сверяйтесь с бюджетом. Если речь не идет о салоне премиум-класса, можно рассмотреть варианты аренды или покупки техники б/у.

**Заключая договоры с поставщиками техники, обращайтесь внимание на:**

- Условия оплаты.
- Сроки поставки.
- Длительность гарантии.
- Наличие гарантийного и сервисного обслуживания.

Выбирая, что нужно купить в салон красоты, учитывайте, что гарантия гарантии рознь. У некоторых производителей работают обширные сети сервисных центров, а у некоторых их совсем нет. Это означает, что в первом случае Вам, скорее всего, быстро отремонтируют технику по гарантии или после окончания ее срока, а во втором придется ждать, пока прибудет оборудование на замену.

**Все, с чем будет работать персонал, каждый шкаф, стол и кресло оценивайте на наличие пяти качеств:**

□ **Функциональность**

Оборудование должно помогать специалисту в работе. Убедитесь, что к предмету не потребуются дополнительные элементы, например насадки для фена или удлинитель для ультрафиолетовой лампы. Выбирайте удобную мебель и технику для управляющего персонала. Стойка администратора должна быть с выдвижными ящиками и полками для документов, визиток и мелких предметов. Компьютер должен работать быстро, чтобы не было неловких пауз при приеме посетителей

□ **Прочность**

Выбирайте профессиональную мебель, которую производят именно для салонов красоты, если вы не настроены менять ее в ближайший год. Все будет работать на износ, поэтому сразу выбирайте вещи с большим сроком эксплуатации и гарантией от двух лет.

*Где искать поставщиков товаров и на что обращать внимание? Изучите объявления об оптовой продаже на специализированных сайтах и в печатных изданиях. Информация в интернете и печати не всегда дублируется, поэтому не исключайте оба типа источников. Тематические выставки. Часто на выставках предлагают особенно выгодные условия сотрудничества. Поэтому есть смысл посетить несколько подобных мероприятий, особенно международных. Личные связи и опыт. Путешествуя, обращайте внимание на представленные косметические бренды. Иногда можно привезти в свою страну действительно уникальную марку и получить преимущество над конкурентами. Не обойдите вниманием и производителей, которые есть в Вашем регионе. Возможно, у них есть многое из того, что нужно купить в салон красоты, по хорошим ценам и без затрат на доставку.*

#### □ Безопасность

Помимо ножниц и бритв в салонах есть много предметов, которые могут нанести вред посетителю. Все оборудование должно соответствовать правилам пожарной и эксплуатационной безопасности, а также санитарным и экологическим требованиям. Например, любое газовое оборудование пожароопасно, его необходимо приобретать только в организациях, у которых есть сертификаты на продукцию. При выборе медицинских изделий обратите внимание на то, чтобы они были зарегистрированы в Росздравнадзоре и имели сертификаты соответствия.

#### □ Эргономичность

Если покупать предметы странных форм и больших размеров, Вам может не хватить места. Если у Вас небольшая площадь, не ставьте круглый диван или широкий шкаф. Вместо них выберите пару кресел и напольную вешалку. Можно пригласить специалистов, чтобы рассчитать каждый сантиметр полезной площади. Стоимость технического проекта, в котором будет указана выгодная расстановка мебели и оборудования, рассчитывается исходя из площади. За квадратный метр в маленьком помещении вы можете заплатить в два раза больше, чем в большом. В среднем это 1,5–3 тыс. рублей за квадратный метр. Сумма окупится за счет того, что каждый сантиметр площади будет использоваться с выгодой для бизнеса.

#### □ Эстетика

Если у Вас нет денег на дизайнерскую мебель, достаточно придерживаться единого стиля и не покупать предметы, которые быстро пачкаются.

# Запускаем рекламу

Важно заявить о себе еще до открытия, чтобы уже с первых дней к Вам приходили люди. Само место, где вы находитесь, должно информировать прохожих о том, что тут открывается или уже работает салон красоты. Для этого понадобится установить вывеску и оформить витрину. Для того чтобы повесить вывеску, нужно получить разрешение у местных органов власти — администрации города, городского округа, поселка или района.

*Вывеска может быть:*

- информационной, если содержит только название салона и адрес — её можно установить бессрочно*
- рекламной, если содержит другую информацию — её срок установки такой вывески регламентируется и составляет от 5 до 10 лет*

Большинство Ваших клиентов — пользователи социальных сетей. Публикуя в них интересные и полезные материалы еще до открытия салона, Вы решите сразу несколько маркетинговых задач:

- Создадите имидж своего салона.
- Повысите уровень доверия клиентов.
- Увеличите охват аудитории.
- Получите больше информации о ЦА.

Помните, что присутствие в социальных сетях — это та самая двусторонняя медаль. С одной стороны, Вы получаете дополнительный инструмент для продвижения своих услуг. С другой, клиенты получают возможность высказать мнение о Вашем заведении. Поэтому уровень обслуживания надо держать на высоте, иначе негативные отзывы не заставят себя ждать.

Наиболее популярные площадки — это Вконтакте и Instagram. Но если Ваши клиенты, в большинстве своем пользуются другими сетями, стоит завести аккаунты и в них. Узнать это поможет простой опрос посетителей или жителей района.

На этом же этапе можно задуматься о создании сайта. С развитием социальных сетей появилось мнение, что сайты не дают видимого маркетингового эффекта. Но это поверхностный взгляд. Хорошо структурированный сайт — это отличная рекламная площадка, где Вы можете разместить много нужной клиентам информации:

- ✓ Перечень услуг с описанием каждой.
- ✓ Прайс-лист.
- ✓ Отзывы о мастерах.
- ✓ Сведения об акциях и дате открытия салона.

Кроме этого, ее секрет, что соц.сети постоянно вводят собственные ограничения, связанные с рекламой. На своем сайте Вы ограничены только действующим законодательством.

# Критические ошибки

Почему одни растут, а другие — нет? Почему малый бизнес так и остаётся малым, а мечты о большом деле остаются пустыми грёзами? Мы уже много лет наблюдаем за предпринимателями и насчитали четыре критические ошибки, которые сдерживают рост бизнеса.

## Ошибка 1. Бардак в деньгах и проблема с легальностью.

Одна из причин, по которой Ваш бизнес не будет расти или не растёт, — страх. Вы работаете по серым схемам, принимаете «чёрный нал» и боитесь встречи с налоговой. Подсознание сдерживает рост. Вы не знаете, что будет, если появится больше клиентов, и что делать с большими цифрами. Не прячьте голову в песок, вопросы не исчезнут сами собой.

Чтобы развивать дело, придётся решить базовые задачи:

- Зарегистрировать бизнес (ИП, ООО и т. д.);
- Внедрить правильный приём денег (кассовый аппарат, эквайринг и т. д.);
- Найти способы легальной экономии (государственные субсидии, льготные системы налогообложения).

## Ошибка 2. «Всё сам(а)»

Проще сделать самому, чем кому-то доверить. К чему приводят такие убеждения? Неумение делегировать ведёт к чрезмерной занятости. Безболезненного решения проблемы нет. Смириться с тем, что поначалу другие будут делать хуже, чем Вы. Это неизбежные потери — примите это как факт. Научитесь доверять и передавать свои задачи другим.

На пути к делегированию есть три контрольные точки:

- Станьте мастером - наставником — передайте опыт начинающему сотруднику, подготовьте его.
- Отойдите в сторону. Сдерживайтесь! Не вмешивайтесь, даже если подчинённые терпят неудачи.
- Дайте понятную обратную связь. Объясняйте, почему Вы недовольны, в деталях. Неконструктивно сказать лишь: «Это не годится, переделайте». Поясните критерии, по которым оцениваете работу.

За бесплатной консультацией обращайтесь через сайт: [www.b2bconsultinggroup.ru](http://www.b2bconsultinggroup.ru)  
или по телефону: 8(923)570-76-96 , а так же по e-mail: [b2b.consultinggroup@yandex.ru](mailto:b2b.consultinggroup@yandex.ru)

### Ошибка 3. Технологическая отсталость

Многие работают как привыкли: блокнот, ручка, телефон, сарафанное радио и встречи. Но появляются конкуренты, которые растут быстро и необъяснимо. Почему так? Одна из причин — технологическое преимущество.

Площадки для привлечения клиентов «выстреливают» и «сгорают» быстрее, чем Вы успеваете произнести слово «трафик». Те, кто использует новые технологии, неизбежно вырываются вперёд. Это осознанная необходимость — освоить и внедрить, наконец, передовые технологии трафика, маркетинга, продаж.

Одна из проблем — беда с упаковкой компании. Клиент видит не то, что Вы хотите донести — не то, чем на самом деле занимается Ваша компания. Так бывает, когда Вы не до конца продумали сайт, не проработали фирменный стиль, не «вытащили все смыслы» из Вашего бизнеса.

За бесплатной консультацией обращайтесь через сайт: [www.b2bconsultinggroup.ru](http://www.b2bconsultinggroup.ru)  
или по телефону: 8(923)570-76-96 , а так же по e-mail: [b2b.consultinggroup@yandex.ru](mailto:b2b.consultinggroup@yandex.ru)

## Ошибка 4. Нет системы управления финансами

Маленькому бизнесу достаточно табличек в Excel и внештатного бухгалтера. Для роста нужна настоящая система управления финансами.

Главный бухгалтер — Ваш посредник для взаимодействия с государством и налоговой инспекцией. Он ведёт отчётность и отвечает за документооборот. Для управления денежными потоками понадобится финансовый директор.

Финансовый консультант или директор начинают с внедрения управленческого учёта, чтобы следить за финансами и принимать грамотные решения. Для этого нужны три базовых отчёта:

- ДДС — отчёт о движении денежных средств;
- ОПиУ — отчёт о прибылях и убытках;
- Баланс — соответствие пассивов и активов.

Управленческий учёт позволит избежать кассовых разрывов и увидеть неэффективные направления в деятельности.

За бесплатной консультацией обращайтесь через сайт: [www.b2bconsultinggroup.ru](http://www.b2bconsultinggroup.ru)  
или по телефону: 8(923)570-76-96 , а так же по e-mail: [b2b.consultinggroup@yandex.ru](mailto:b2b.consultinggroup@yandex.ru)

# Что делать прямо сейчас?

Чтобы открыть салон красоты, нужно учесть множество параметров и сделать шаги, которые уберегут Вас от ошибок. Сделать это в одиночку, без опыта в бизнесе, порой бывает очень сложно, но можно. Главное – поверить в себя и найти единомышленников среди друзей, родственников или в бизнес-сообществах. Мы рекомендуем обратить внимание на сообщество «Бизнес Молодость». В нем Вы найдете новые знания и будущих бизнес-партнеров.

**В заключение хотим сказать, что мы готовы Вам помочь своими знаниями и компетенциями в решение следующих вопросов:**

1. Привлечение инвестиций (частных или от государства)
2. Разработка бизнес-плана под любые цели
3. Разработка веб-сайт и настройка трафика через Интернет
4. Консультации по автоматизации бизнеса в рамках ФЗ-54
5. Подключение и настройка систем учета клиентов и финансов

**Обратитесь за бесплатной консультацией прямо сейчас  
через наш сайт: [www.b2bconsultinggroup.ru](http://www.b2bconsultinggroup.ru)  
или по телефону: 8(923)570-76-96**

# Источники

- ✓ Бизнес Молодость <https://molodost.bz>
- ✓ Beauty Pro <https://beautyprosoftware.com/ru>
- ✓ Деловая среда <https://dasreda.ru>
- ✓ B2B consulting group <http://b2bconsultinggroup.ru>

Деловая  
среда  
от Сбербанка



БИЗНЕС  
МОЛОДОСТЬ



BEAUTY PRO