**Как оформить прайс-лист салона красоты поэтапно**

**Этап 1.**

**Определение целевой аудитории и позиционирование салона красоты на рынке.**Чтобы грамотно оформить прайс-лист, нужно ориентироваться, прежде всего, на клиента. Первоначально важно определить, какой он — ваш клиент (его пол, возраст, социальный статус и материальное положение).

Еще до момента открытия салона следует проанализировать окружающую инфраструктуру: наличие потенциальных клиентов, расположение салонов конкурентов, какие косметические линии они применяют, а также уровень цен и ассортимент услуг. Людям свойственно подбирать для себя салон рядом с домом или местом работы. Такое маркетинговое исследование позволит оценить ситуацию в целом, проанализировать собственную клиентскую базу и определить перечень услуг. В результате вы сможете достойно представить свой салон на косметическом рынке с актуальными услугами и ценами.

После открытия маркетинговые исследования следует продолжить. Важно проводить мониторинг всех новинок рынка и своевременно вводить в свой ассортимент новые услуги, технологии и препараты, соизмеряя это с условиями салона и спецификой клиентуры. Такой подход позволит вам стать хозяином положения, не попадающим под влияние резких перемен на рынке индустрии красоты.

Важно четко определиться со своей целевой аудиторией. Для салона среднего класса следует стараться избегать большого количества новомодных тенденций в прайс-листе. К примеру, чрезмерно расширив спектр услуг класса люкс, вы можете потерять значительное число постоянных клиентов, которые будут чувствовать себя не в своей тарелке в салоне, где количество spa-услуг выходит за границы нормы.

**Этап 2.**

**Создание перечня услуг салона красоты и расстановка приоритетов.**После определения целевой аудитории следует разработать содержание прайс-листа. С этой целью первоначально определите общий перечень услуг. Затем распределите его на группы: уход, педикюр, маникюр и пр.

Далее важно расположить предоставляемые услуги в определенном порядке. В самом начале прайс-листа следует представить новинки. Это привлечет внимание клиентов к данным процедурам. Положительное влияние окажут здесь использование броских цветов, крупного шрифта и т.п.

Восприятию человека свойственно обращать больше внимания на верхние строчки. Чаще всего посетители не дочитывают прайс-лист до конца. Таким образом, важно наиболее рентабельные услуги, а также новинки салона располагать ближе к началу прайс-листа.

**Этап 3.**

**Разработка креативной концепции прайс-листа.**Требовательность посетителей салонов красоты неуклонно растет. Становится невозможным обходиться обычными прайс-листами, принятыми в парикмахерских. Желательно оформить прайс-лист более креативно, создав специальную концепцию: к примеру, прейскурант-меню. Посетитель, выбирая подобное заведение, ориентируется не только на обстановку и качество обслуживания, но и на меню. Многие заранее уточняют его содержание через доступные средства информации. При подходящем ассортименте и уровне цен клиент может остановить свой выбор именно на вас. Следовательно, прайс-лист современного салона красоты должен отличаться наглядностью, разнообразием и удобством, включая в себя как стандартные, так и особые фирменные услуги. При таком подходе есть все шансы удовлетворить запросы даже самого взыскательного клиента.

Не стоит излишне нагружать прайс-лист многообразием шрифтов, цветов либо огромным перечнем процедур. Старайтесь соблюдать меру во всем.

**Этап 4.**

**Размещение логотипов известных брендов в прайс-листе.**Прайс-лист салона красоты отражает как наличие предоставляемых услуг, так и сам уровень заведения. Поэтому престиж салона растет при указании в нем логотипов известных брендов. Чаще указывайте на это своим посетителям, т.к. это поможет укрепить вашу репутацию в сфере красоты. Кроме того, такой подход позволяет предлагать услуги, связанные с разными косметическими линиями и, соответственно, с разной стоимостью.

**Этап 5.**

**Определение фирменных услуг салона красоты.**Буквально ежедневно на территории Москвы появляются новые салоны красоты. Уровень конкуренции неуклонно растет, и уже сегодня стоит задуматься, чем именно вы можете удержать своих клиентов. Хорошим подспорьем в этом вопросе могут стать фирменные услуги. Наличие таких услуг позволит вашему центру красоты выделиться среди других салонов и проявить свою индивидуальность. И наоборот, их отсутствие либо переизбыток может оказать негативное влияние на объемы продаж всего салона.

Количество фирменных услуг должно быть ограничено. Именно это и привлекает к ним внимание. При переполнении прайс-листа фирменными услугами посетители перестанут их воспринимать должным образом. Важно соответствовать ожиданиям ваших клиентов. При низком качестве продуктов, на которых оказываются фирменные услуги, есть риск потерять клиентов. И какое же отношение у них будет к классическим услугам, если фирменные окажутся низкого качества.

**Этап 6.**

**Соотношение популярности и рентабельности услуг салона красоты.**Включая какую-либо услугу в прайс-лист, тщательно изучите её рентабельность. Зачастую рентабельность и высокий спрос не совпадают друг с другом. Важно оформить прайс-лист так, чтобы были выделены, в первую очередь, услуги, дающие наибольший доход. При их оформлении можно использовать подробные иллюстрации, детализированное описание, скидки и специальные акции. Это позволит реально увеличить рентабельность вашего заведения.

Рентабельность и популярность различных услуг неразрывно связаны друг с другом. Безусловно, выведение на первый план более рентабельных процедур способствует увеличению дохода. В свою очередь, популярные услуги помогают значительно расширить клиентскую базу за счет привлечения новых клиентов. И эти новые посетители, под влиянием целенаправленной рекламы, в дальнейшем могут стать пользователями высокорентабельных процедур.

**Этап 7.**

**Грамотное определение цены услуги салона красоты.**Искусству ценообразования большинство руководителей салонов красоты обучаются на протяжении многих лет.

**Этап 8.**

**Определение цен в соответствии с уровнем квалификации сотрудников.**Пытаясь найти способ повысить доход салона, следует тщательно проанализировать квалификацию работающих мастеров. В одном салоне могут трудиться специалисты различного профессионального уровня, при этом цена за процедуры обычно идентична. Логично будет ввести дополнительную наценку на услуги специалиста, который имеет более высокую квалификацию либо победил на значимом профессиональном конкурсе. Оформить это можно очень красиво. Используйте дипломы и награды, разместив их в стильной витрине либо непосредственно на рабочем месте сотрудника. Такое деление по уровню квалификации мастеров позволит получить дополнительную прибыль.

Кроме этого, деятельность в данном направлении значительно повышает «боевой дух» персонала. Появляется здоровое соперничество среди сотрудников и стимул для повышения собственной квалификации.

**Этап 9.**

**Дизайн.**Благодаря современным технологиям оформить прайс-лист можно очень красиво, стильно и качественно. Привлекательное оформление укрепляет оригинальный имидж салона, а также способствует росту его прибыли. Если обратиться к статистике, предоставленной психологами, то 60 % людей являются ярко выраженными визуалами. Соответственно, они предпочитают воспринимать поступающую извне информацию зрительно. Потратив немного средств и времени на создание иллюстраций процедур, вы приобретете прекрасный шанс увеличить продажи салона. Каждый хочет знать, что он покупает, а посмотрев на яркие картинки, посетитель быстрее определится со своими желаниями.

**Этап 10.**

**Получение результата.**Со временем удивить клиента становится все сложнее и сложнее. Высокий уровень конкуренции не дает возможности увеличивать стоимость услуг. Креативно оформить прайс-лист – это как раз то, что вы можете сделать, чтобы повысить рентабельность салона. Стоит пользоваться любой возможностью, чтобы продвинуть свой бизнес в сфере красоты.