

Phạm Thu Thủy

KINH DOANH SPA TỰ ĐỘNG HOÁ

VẬN HÀNH QUẢN LÝ TINH GỌN

1 Toàn cảnh
kinh doanh
Spa

3 Nhân sự trong
doanh nghiệp
Spa

5 Xây dựng
trải nghiệm
khách hàng

7 Làm chủ
Spa 4.0

2 Pháp lý
kinh doanh

4 Kinh doanh Spa
thực chiến

6 Biểu mẫu
quản lý
vận hành

8 Nhận diện
thương hiệu


Sunbook



NHÀ XUẤT BẢN
THẾ GIỚI

VẬN HÀNH QUẢN LÝ TINH GỌN

GIỚI THIỆU CHUNG

Bìa cứng in màu

Số trang: 107

Số ĐKXB :3606-2021/CBIPH/06-228/thG

TÓM TẮT

Dịch covid là giai đoạn khó khăn của hầu hết những người làm kinh doanh trong lĩnh vực Spa và mỹ phẩm.

Chuyển hướng sang kinh doanh online là một rào cản với những người làm kinh doanh truyền thống đi lên từ chuyên môn. Nhưng cũng là cơ hội để các chủ spa và mỹ phẩm tìm kiếm và phát triển thêm phương thức kinh doanh mới, dành thời gian hoàn thiện và tối ưu hoá quản lý cơ sở. Biết cái gì cần - cái gì bỏ - cái gì thiếu sót để khắc phục và cái gì hoàn hảo để phát huy.

Là một người trực tiếp điều hành cơ sở kinh doanh Thuỷ hiểu rằng các chủ Spa cần lộ trình quản trị cơ sở tinh gọn từ quản trị chức năng: nhân sự, bán hàng, kinh doanh.. đến quản trị tài chính, pháp lý.

Những nội dung trong cuốn sách này ngoài phân tích các yếu tố cần và đủ của một cơ sở kinh doanh còn cung cấp và giới thiệu danh mục biểu mẫu quản lý vận hành tinh gọn thực chiến cho bất kỳ chủ Spa nào: Hồ sơ năng lực sản phẩm - Hồ sơ năng lực dịch vụ - Nhận diện thương hiệu - Xây dựng hệ thống giá trị cốt lõi.

KHÁM BỆNH SPA - HỆ THỐNG HÓA SPA A-Z

- + Hệ thống 10 biểu mẫu quản trị nền tảng spa A- Z: Mô Tả công việc, quy trình vận hành, cơ cấu tổ chức, văn hóa và chiến lược kinh doanh.
- + Giải mã Vấn đề nỗi lo chủ Spa về nhân sự, marketing, bán hàng.

Trang 104

HỆ THỐNG HÓA DOANH NGHIỆP KHÁM BỆNH DOANH NGHIỆP

STT	HỆ THỐNG HÓA DOANH NGHIỆP	TÌNH TRẠNG HIỆN TẠI		MỨC ĐỘ HOÀN THIÊN	VẤN ĐỀ ĐANG GẶP PHẢI	MONG MUỐN
		ĐÃ CÓ	CHƯA CÓ			
1	PHÁP LÝ DOANH NGHIỆP					
2	NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU					
3	TÂM NHÌN					
4	SỨ MỆNH					
5	VĂN HÓA - GIÁ TRỊ CỐT LÕI					
6	CƠ CẤU TỔ CHỨC					
7	QUY CHẾ - QUY ĐỊNH					
8	KẾ HOẠCH KINH DOANH					
9	CHIẾN LƯỢC KINH DOANH					
10	MÔ TẢ CÔNG VIỆC					
11	HỆ THỐNG MỤC TIÊU					
12	QUY TRÌNH VẬN HÀNH					
13	CÔNG CỤ - CÔNG NGHỆ					
14	VĂN BẢN - BIỂU MẪU QUẢN TRỊ					

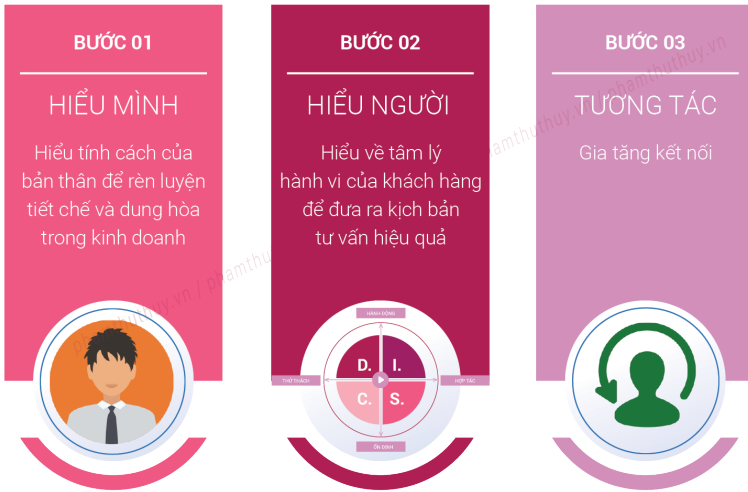
5 BÍ KÍP CHO KINH DOANH SPA THỰC CHIẾN

Bán hàng thực chiến

Thấu hiểu khách hàng DISC, giao tiếp hiệu quả với khách hàng, xử lý từ chối và tư vấn khách hàng hiệu quả

Trang 45

c. Ứng dụng DISC trong bán hàng



d. Bán hàng dựa trên sự thấu hiểu



5 BÍ KÍP CHO KINH DOANH SPA THỰC CHIẾN

Tăng doanh thu thực chiến Quy trình tạo phiếu chốt sale, quy trình chốt sale tinh gọn 4 bước Marketing thực chiến Quy trình marketing và các chiến dịch marketing

Trang 57

III. QUY TRÌNH MARKETING SPA

BƯỚC 1: LÊN CHIẾN DỊCH MARKETING

- Mục tiêu chiến dịch: khách hàng, like, tương tác
- Mô tả công việc cho người thực hiện chiến dịch: phân quyền và giao nhiệm vụ cho nhân sự

BƯỚC 2: TẠO PHIẾU

- Thiết lập phiếu qua kênh online, offline

BƯỚC 3: CHÚ TRỌNG DỊCH VỤ

- Tập trung vào chất lượng dịch vụ
- Khai thác điểm mạnh, khắc phục điểm yếu so với đối thủ
- Tập trung đồng bộ hoá nhân sự
- Xây dựng trải nghiệm khách hàng hoàn hảo

BƯỚC 4: CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

- Xây dựng chế độ chăm sóc khách hàng cũ và mới
- Luôn có sự kết nối định kỳ hàng tháng với khách hàng đặc biệt các ngày sinh nhật, dịp kỷ niệm trong năm
- Luôn giữ thông tin khách hàng và chăm sóc kể cả khi không còn mua hàng
- Các lần mua hàng lại luôn được ưu tiên về giá cũng như dịch vụ

BƯỚC 5: GHI LẠI NGUYÊN LIỆU TRUYỀN THÔNG

- Gặp mặt khách hàng, hỏi đánh giá khách hàng
- Ghi lại tư liệu truyền thông: hình ảnh, video về những thay đổi và kết quả từ phía khách hàng

BƯỚC 6: XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN VÀ THƯƠNG HIỆU DOANH NGHIỆP CHUYÊN NGHIỆP

BƯỚC 7: MARKETING ĐA KÊNH

- Online: Facebook, Zalo...
- Offline: Event, Voucher, banner...
- Telesale...

5 BÍ KÍP CHO KINH DOANH SPA THỰC CHIẾN

Chăm sóc khách hàng thực chiến

Chăm sóc khách hàng thực chiến: thu hút data, xây dựng điểm chạm khách hàng, xây dựng kịch bản chăm sóc và bán hàng

Trang 56

• QUY TẮC AFTER CARE TIME TRONG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG:

ACT = 24 X 1X 3 X 5 X 7 X 14 X 28

KỊCH BẢN CUỘC GỌI CHĂM SÓC SAU KHI SỬ DỤNG DỊCH VỤ

KỊCH BẢN CẢM ƠN TRONG VÒNG 24H

- Chào anh/ chị....., em là chuyên viên CSKH của trung tâm chăm sóc sắc đẹp hàn quốc MINKOREA BEAUTY CENTER.
- Không biết em có thể xin phép vài phút chăm sóc anh/ chị sau khi sử dụng dịch vụ qua điện thoại được không ạ?
- Em gọi điện để muốn lắng nghe chia sẻ về tình trạng da của anh/ chị sau khi chăm sóc tại trung tâm đã có tiến triển và cải thiện hơn chưa ạ?
- Khi chăm sóc da tại nhà anh/ chị có cần hỗ trợ các vấn đề gì không ạ? Em có thể xin ý kiến đóng góp của anh/ chị tới công ty để lần chăm sóc tiếp theo được chu đáo hơn không ạ?
- Cảm ơn anh/chị.....Sau cuộc gọi này e sẽ gửi lịch thông báo về lần chăm sóc sắp tới. Nếu cần hỗ trợ gì thì anh/chị có thể liên hệ lại hotline hoặc qua tin nhắn, em xin cảm ơn !
- Chúc anh/chị một ngày làm việc hiệu quả/ ngày vui vẻ.

5 BÍ KÍP CHO KINH DOANH SPA THỰC CHIẾN

Quản lý & vận hành thực chiến
Biểu mẫu quản trị 5 chìa khóa thương hiệu, pháp lý chuyên môn, marketing, sale

Trang 65

II. HÀNH TRÌNH TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

HÀNH TRÌNH TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

GIẢI ĐOẠN TRƯỚC MUA HÀNG

Điểm chạm Online:

- Website, fanpage: hình ảnh sản phẩm, dịch vụ gần gũi, màu sắc dễ nhìn, thao tác, bố cục hợp lý, nhận diện thương hiệu đồng bộ.
- Cung cấp đầy đủ thông tin email, số điện thoại để tăng niềm tin và uy tín với khách hàng.

Điểm chạm Offline:

- Không gian cửa hàng cảm giác thoải mái, thuận tiện, cơ sở vật chất đầy đủ tiện nghi.
- Dịch vụ hỗ trợ gửi xe, hướng dẫn địa điểm đến cửa hàng.
- Thái độ niềm nở, tận tình tư vấn hướng dẫn.
- Thể hiện văn hoá doanh nghiệp ngay tại cửa hàng thông qua 5 giác quan: thị giác, thính giác, vị giác, xúc giác, khứu giác.

GIẢI ĐOẠN TRONG MUA HÀNG

- Quy trình tư vấn - hài lòng khách hàng - tạo mối quan hệ thân thiết với khách hàng.
- Không gian trải nghiệm hoàn hảo.
- Cung cấp dịch vụ chất lượng, sản phẩm tốt.
- Thái độ và phong cách phục vụ nhân sự.
- Hệ thống vận hành, giao diện mua hàng và thanh toán thuận tiện, đơn giản hoá nhất có thể, tăng thêm nhiều tiện ích.

GIẢI ĐOẠN SAU MUA HÀNG

- Chăm sóc khách hàng và giai đoạn này quyết định quay lại hay rời đi khỏi doanh nghiệp.
- Nâng cao trải nghiệm: hướng dẫn chăm sóc, đồng hành cùng khách hàng.
- Gửi thư cảm ơn
- Gửi thông báo nhắc lịch chăm sóc.
- Duy trì mối quan hệ với khách hàng tinh tế.
- Thường xuyên có chương trình khuyến mại, dành riêng cho khách hàng tiềm năng.

THAM KHẢO GIẢI PHÁP KHÁCH HÀNG CHỦ ĐỘNG

Truy cập ngay QRcode: spaconline.vn



10 BIỂU MẪU QUẢN LÝ VẬN HÀNH TINH GỌN THỰC CHIẾN CHO BẤT KỲ CHỦ SPA NÀO

Hồ sơ năng lực sản phẩm

Hồ sơ năng lực dịch vụ

Nhận diện thương hiệu

Xây dựng hệ thống giá trị cốt lõi

Kịch bản chăm sóc khách hàng

Hợp đồng nhân sự

Form HD khách hàng

Hợp đồng tư vấn khách hàng

Nhật ký khách hàng

Xây dựng trải nghiệm khách hàng

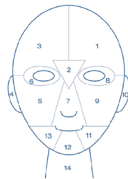


고객관리 차트 (Skin Analysis)

Người tư vấn:

Thông Tin Khách Hàng	Họ & tên				Giới tính	<input type="radio"/> Nữ	<input type="radio"/> Nam	Số thẻ			
	Địa chỉ							Phone			
	Năm sinh	Ngày	Tháng	Năm			E-mail				
Tư Vấn Tổng Quát	Loại da	Ngày đầu liệu trình	Ngày	Tháng	Năm						
		Phân loại da	<input type="radio"/> Da dầu	<input type="radio"/> Da khô							
		Màu sắc Tone da	<input type="radio"/> Da tối màu	<input type="radio"/> Da sáng màu							
	Tình trạng da	Nám	<input type="radio"/> Nám sâu, đậm	<input type="radio"/> Nám nông - màu sắc mờ							
		Tình trạng sùng hoá	<input type="radio"/> Da sần sùi, thô ráp	<input type="radio"/> Da mỏng & yếu							
		Mụn	<input type="radio"/> Mụn viêm nặng	<input type="radio"/> Mụn nhẹ, mụn mụn vùng							
		Kết cấu	<input type="radio"/> Da trũng và nếp nhăn sâu	<input type="radio"/> Nếp nhăn nông và độ đàn hồi kém							
		Tình trạng LCL	<input type="radio"/> LCL to, bả nhờn nhiều	<input type="radio"/> LCL nhỏ - bít tắc LCL							
		Độ nhạy cảm	<input type="radio"/> Da mỏng & nhạy cảm	<input type="radio"/> Dùng mỹ phẩm	<input type="radio"/> Dùng						
		Biểu hiện khác									
Tình trạng sức khoẻ	<input type="radio"/> Dạ dày	<input type="radio"/> Táo bón	<input type="radio"/> Stress	<input type="radio"/> Dùng	<input type="radio"/> Khác						
Sản phẩm sử dụng	<input type="radio"/> Tẩy trang	<input type="radio"/> Tẩy TBC	<input type="radio"/> SRM	<input type="radio"/> Nước hoa hồng	<input type="radio"/> Serum	<input type="radio"/> Kem dưỡng	<input type="radio"/> Kem chống nắng				
Định hướng trị liệu	<input type="radio"/> CS cơ bản	<input type="radio"/> CS chuyên sâu	<input type="radio"/> MTS	<input type="radio"/> Peeling	<input type="radio"/> Laser	<input type="radio"/> Meso	<input type="radio"/> Khác				

Soi da



	Subsurface bumps which can be red and inflamed.		Inflamed or irritated skin that can appear flushed and feel warm.		Shiny, coarse, thick, dull skin, often with large pores.
	Very fine lines and a crepey appearance with dry patches.		Small white bumps, typically around eyes and cheeks.		Irregular, discoloured patches or spots.
	Small wrinkles, typically around the eyes and mouth.		Small bumps such as blackheads or whiteheads.		Large wrinkles caused by intrinsic/extrinsic ageing and facial expressions.

Kết luận

Phạm Thu Thủy

01.

HỒ SƠ CÔNG TY COMPANY PROFILE



02.

HỒ SƠ DỊCH VỤ SERVICE PROFILE



03.

HỒ SƠ SẢN PHẨM CATALOG



**TÌM HIỂU NHỮNG KIẾN THỨC
VẬN HÀNH QUẢN LÝ SPA TINH GỌN VÀ GIẢI PHÁP
CHUYỂN ĐỔI SỐ KINH DOANH SPA – VACXIN CHO SPA
THỜI KỲ GIÃN CÁCH**

Tối ưu hóa chi phí, gia tăng khách hàng và doanh thu

Xây dựng thương hiệu Spa chuyên nghiệp

Gia tăng hiệu quả phủ rộng thương hiệu và kết nối data hợp
tác bán chéo, gia tăng khách hàng, phát triển bền vững

**CẢM ƠN CÁC BẠN ĐÃ CÙNG TÁC GIẢ ĐI QUA NHỮNG
TRẢI NGHIỆM VỀ QUẢN LÝ VẬN HÀNH KINH DOANH**

**HI VỌNG CUỐN SÁCH NÀY SẼ CHIA SẺ ĐƯỢC NHỮNG
KIẾN THỨC BỔ ÍCH VÀ CÓ GIÁ TRỊ**

**TRÂN TRỌNG VÀ BIẾT ƠN SỰ QUAN TÂM CỦA CÁC
CHỦ DOANH NGHIỆP !**

....



PHẠM THU THỦY (SUBIN)

- Tác giả được biết đến là nhà sáng lập và quản trị nhiều doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại và dịch vụ.
- Nhiều năm kinh nghiệm Mentor hệ thống hóa và quản trị doanh nghiệp.
- Tổng Giám Đốc Công Ty TNHH Giải Pháp Công Nghệ MinGroup.
- Giám Đốc Điều Hành Công Ty TNHH Dịch Vụ Đào Tạo & Hợp Tác Quốc Tế MinKorea.
- Giám Đốc Điều Hành Công Ty Luật TNHH CTM.
- Phó giám đốc Trung Tâm Đào Tạo và Chuyển Giao Công Nghệ Việt Hàn thuộc Viện Khoa Học Công Nghệ Sáng Tạo Việt Nam.



Nếu tôi gặp vấn đề trong quản trị doanh nghiệp, tôi sẽ dành rất ít thời gian để nghĩ về vấn đề và tập trung thời gian để nghĩ về giải pháp. Lãnh đạo hiệu quả sẽ tập trung giải pháp thay vì tập trung vào vấn đề.



**CHĂM SÓC DA
KHOA HỌC**



**VẬN HÀNH QUẢN LÝ
TINH GỌN**



**KHỞI NGHIỆP KINH DOANH
SPA & MỸ PHẨM**

ISBN: 978-604-345-063-7



9 938535 655006



9 706043 450037

Giá: VNĐ