

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНЕ НЕКОМЕРЦІЙНЕ ПІДПРИЄМСТВО
«ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»
Факультет транспорту, менеджменту і логістики
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри менеджменту ЗЕДП

Оксана КИРИЛЕНКО.

(підпис, власне ім'я та прізвище)

«29» листопада 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
(ПОЯСНОВАЛЬНА ЗАПИСКА)
ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ
«МАГІСТР»

ТЕМА: «Управління якістю ФОП Северцева Дарія Дмитрівна з урахуванням міжнародного досвіду»

зі спеціальності

073 «Менеджмент»

(шифр і назва)

освітньо-професійна програма

«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

(шифр і назва)

форма навчання

заочна

Здобувач:

Кагітіна Дар'я Дмитрівна

(прізвище, ім'я та по батькові)

(підпис, дата)

Науковий керівник:

Голованова Ганна Євгенівна

(прізвище, ім'я та по батькові)

(підпис, дата)

Нормоконтролер:

Рабош Ірина Олександрівна

(прізвище, ім'я та по батькові)

(підпис, дата)

*Засвідчую, що у цій кваліфікаційній роботі
немає запозичень з праць інших авторів
без відповідних посилань*

Дар'я КАГІТІНА

(підпис)

(ім'я та прізвище здобувача)

Київ 2024

ДЕРЖАВНЕ НЕКОМЕРЦІЙНЕ ПІДПРИЄМСТВО
«ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»
Факультет транспорту, менеджменту і логістики
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Освітнього ступеня	<u>магістр</u>
Форма навчання	<u>заочна</u>
Спеціальність	<u>073 «Менеджмент»</u> (шифр найменування)
Освітньо-професійна програма	<u>«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»</u> (шифр найменування)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри менеджменту ЗЕДП
Оксана КИРИЛЕНКО
(підпис, власне ім'я та прізвище)

«02» вересня 2024 р.

ЗАВДАННЯ
НА ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧА

Кагітіна Дар'я Дмитрівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема кваліфікаційної роботи: «Управління якістю ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна з урахуванням міжнародного досвіду» затверджена наказом ректора від 02 вересня 2024 р. № 1708/ст.

1. Термін виконання роботи: з 02.09.2024 р. до 15.12.2024 р.
2. Дата подання роботи на випускову кафедру 25.11.2024 р.
3. Вихідні дані до роботи: Бухгалтерська звітність ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна, звіт про фінансові результати форма, статут підприємства ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна, літературні джерела
4. Зміст пояснювальної записки: Необхідно: вивчити та проаналізувати сутність кадрової політики, особливості формування та оцінки кадрової політики підприємства, сучасний стан діяльності підприємства в умовах ринкової економіки; здійснити аналіз фінансово-економічної та збутової діяльності ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна; провести аналіз діяльності ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна та аналіз кадрової політики підприємства, запропонувати шляхи вдосконалення кадрової політики ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна та обґрунтувати шляхи їх реалізації.
5. Перелік обов'язкового графічного матеріалу: таблиці, діаграми, графіки, схеми, що ілюструють теперішній стан проблеми та методи їх вирішення.
Теоретичний розділ: табл. 1.1
Аналітико-дослідницький розділ: табл. 2.1, 2.2
Проектно-рекомендаційний розділ: 3.1, 3.2

6. Календарний план – графік

№ п/п	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчення та аналіз наукових статей, літературних джерел, нормативно-правової документації, підготовка першого варіанту вступу та теоретичного розділу	02.09.24-20.09.24	виконано
2.	Збір статистичних даних Проведення аналізу бухгалтерської та статистичної звітності ФОП Северцева Дарія Дмитрівна, підготовка першого варіанту аналітичного розділу	21.09.24-13.10.24	виконано
3.	Розробка проектних пропозицій та їх організаційно-економічне обґрунтування, підготовка першого варіанту проектного розподілу та висновків. Редагування перших варіантів кваліфікаційної роботи	14.10.24-03.11.24	виконано
4.	Підготовка остаточного варіанта кваліфікаційної роботи, перевірка у нормоконтролера	04.11.24-14.11.24	виконано
5.	Узгодження роботи з науковим керівником, одержання відгуку наукового керівника, подання на кафедру логістики для допуску до захисту, одержання внутрішньої та зовнішньої рецензій, довідки про успішність	15.11.24-19.11.24	виконано
6.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру менеджменту ЗЕДП	25.11.24	виконано

Здобувач

_____ (підпис)

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (підпис)

7. Консультанти з окремих розділів роботи:

Розділ	Консультант (посада, П.І.Б.)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	доцент Голованова Г.Є.	02.09.24	02.09.24
Розділ 2	доцент Голованова Г.Є.	06.10.24	06.10.24
Розділ 3	доцент Голованова Г.Є.	30.10.24	30.10.24

Дата видачі завдання «02» вересня 2024 р.

Керівник кваліфікаційної роботи:

Ганна ГОЛОВАНОВА

(підпис керівника)

(власне ім'я та прізвище)

Завдання прийняв до виконання:

Дар'я КАГІТІНА

(підпис здобувача)

(власне ім'я та прізвище)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна магістерська робота на тему “Управління якістю ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна з урахуванням міжнародного досвіду” містить 108 сторінок, 7 таблиць. Перелік посилань нараховує 54 найменування.

Метою даної роботи є дослідження управління якістю з урахуванням міжнародного досвіду в умовах глобальної нестабільності, визначення факторів, що впливають на потенційні зміни на ринку праці, а також впровадження заходів щодо вдосконалення кадрової політики на підприємстві. Об’єктом дослідження виступає підприємство ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна. Предметом дослідження є система управління персоналом на ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна. У процесі виконання кваліфікаційної роботи освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» застосовувалися такі методи як діалектичний метод пізнання й системний підхід; метод структурного опису та графічного моделювання; узагальнення та порівняння отриманої інформації; створено таблиці економіко-математичні та статистичні методи.

В даній роботі запропоновані та обґрунтовані заходи вдосконалення кадрової політики, які можуть бути використані на практиці різними підприємствами. Результати проведеного дослідження нададуть підприємствам такі переваги, як зменшення рівня плинності кадрів, підвищення ефективності роботи, зростання прибутковості, розширення масштабів діяльності, мотивація персоналу, збереження завойованих позицій на ринку праці та посилення стійкості підприємства в умовах змін.

Ключові слова: КАДРОВА ПОЛІТИКА, УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ, ЕФЕКТИВНІСТЬ, СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ, МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ, СИСТЕМА НАВЧАННЯ, СПІВРОБІТНИКІВ.

ANNOTATION

The Master's qualification thesis on the topic "*Quality Management of Private Entrepreneur Sievertseva Daria Dmitrivna with Consideration of International Experience*" comprises 108 pages and 7 tables. The reference list includes 54 sources.

The purpose of this work is to study quality management considering international experience in the context of global instability, identify factors influencing potential changes in the labor market, and propose measures for improving the personnel policy of the enterprise. The object of the study is the private enterprise of Sievertseva Daria Dmitrivna. The subject of the study is the personnel management system of Sievertseva Daria Dmitrivna.

During the execution of the Master's qualification thesis, the following methods were applied: the dialectical method of cognition and a systematic approach; the method of structural description and graphical modeling; generalization and comparison of the obtained information; and the creation of economic-mathematical and statistical methods presented in tabular form. This work proposes and substantiates measures to improve personnel policy, which can be practically applied by various enterprises. The results of the study provide enterprises with the following advantages: reducing employee turnover, increasing operational efficiency, enhancing profitability, expanding business scale, improving employee motivation, maintaining gained positions in the labor market, and strengthening enterprise resilience in dynamic conditions.

Keywords: PERSONNEL POLICY, ENTERPRISE MANAGEMENT, EFFICIENCY, PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM, EMPLOYEE MOTIVATION, TRAINING SYSTEM, STAFF.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю;

ФОП – фізична особа-підприємець;

KPI – *Key Performance Indicators* – ключові показники ефективності роботи;

QR-код – *Quick Response Code* – двовимірний код для швидкого доступу до інформації через смартфон;

– хештег, маркер у соціальних мережах, який дозволяє об'єднувати публікації за тематикою;

AR/VR – *Augmented Reality/Virtual Reality* – доповнена та віртуальна реальність, сучасні технології для взаємодії з клієнтами;

CRM – *Customer Relationship Management* – система управління взаємовідносинами з клієнтами;

ISO 9001 – міжнародний стандарт системи управління якістю;

Instagram Stories – тимчасовий контент у соціальній мережі Instagram, який зникає через 24 години;

ТікТок – платформа для коротких відеороликів, орієнтована на креативний контент.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ.....	10
1.1. Поняття якості послуг: Визначення та значення якості у сфері послуг.....	10
1.2. Методи управління якістю: Різні моделі та підходи до управління якістю (наприклад, TQM, Lean, Six Sigma).....	16
1.3. Міжнародні стандарти якості послуг: Огляд ISO, EFQM, та інших міжнародних стандартів, їх роль у підвищенні якості послуг.....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ Б'ЮТІ-САЛОНУ ФОП СЄВЕРЦЕВА ДАРІЯ ДМИТРІВНА.	26
2.1. Загальна характеристика та аналіз діяльності підприємства.....	26
2.2. Аналіз фінансово-економічних показників діяльності підприємства	29
2.3. Проблеми та виклики в управлінні якістю: Виявлення основних проблемних зон у процесі надання послуг.	33
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ІЗ УРАХУВАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ	39
3.1 Інтеграція системи зворотного зв'язку для покращення якості обслуговування	39
3.2 Запровадження CRM-системи та інновацій для підвищення клієнтоорієнтованості, мотивація персоналу як складова підвищення якості послуг.....	47
3.3 Оцінка ефективності запропонованих заходів для салону краси, економічне обґрунтування запропонованих заходів.....	81
ВИСНОВОК.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	93

ВСТУП

В сучасних умовах конкуренції на ринку послуг краси, ефективне управління якістю є ключовим фактором успіху. У сфері б'юті-індустрії, де основною вимогою є високий рівень задоволеності клієнтів, управління якістю стає необхідною умовою для забезпечення конкурентоспроможності підприємств. У малому бізнесі, до якого належить б'юті-салон ФОП Северцева Дарія Дмитрівна, управління якістю послуг набуває особливого значення, оскільки висока конкуренція на ринку краси вимагає від підприємців постійного вдосконалення процесів обслуговування.

Крім того, сучасні глобальні тенденції розвитку сфери послуг і високі вимоги клієнтів формують необхідність інтеграції міжнародного досвіду та стандартів у процеси управління якістю. Міжнародні стандарти якості, такі як ISO 9001, спрямовані на підвищення ефективності та прозорості управлінських процесів, допомагають адаптувати послуги до вимог ринку та підвищувати лояльність клієнтів.

Дослідження управління якістю послуг у б'юті-салоні з урахуванням міжнародного досвіду є надзвичайно актуальним для малого підприємництва в Україні, яке прагне досягти високих стандартів надання послуг, збільшити свою конкурентоспроможність та зберегти довгострокову лояльність клієнтів.

Актуальність даної теми обумовлена необхідністю створення ефективної моделі розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства, що дає можливість підвищити адаптивність у реальних умовах господарювання та розвитку в ринковій економіці, особливо в період фінансової кризи. У розвинених країнах питання адаптації підприємств є одним із ключових, оскільки світова економіка та її розвиток базуються на ринкових механізмах, конкуренції та економічній стратегії.

Метою даної роботи даного дослідження є визначення основних аспектів управління якістю послуг у б'юті-салоні ФОП Северцева Дарія Дмитрівна з урахуванням кращих міжнародних практик і стандартів. Важливим завданням є

аналіз наявної системи управління якістю, визначення проблемних зон та розробка рекомендацій для вдосконалення на основі міжнародного досвіду.

Завдання дослідження:

-Проаналізувати сучасні підходи до управління якістю у сфері надання б'юті-послуг.

-Вивчити міжнародні стандарти та кращі практики управління якістю у б'юті-індустрії.

-Дослідити чинну систему управління якістю у ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна.

-Запропонувати шляхи вдосконалення управління якістю послуг на основі міжнародного досвіду та стандартів.

Об'єкт дослідження – процеси надання послуг у б'юті-салоні ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна.

Предмет дослідження – управління якістю надання цих послуг з урахуванням міжнародних стандартів та кращих практик.

При написанні дипломної роботи використовувались наступні **методи**:

-Аналітичні методи: аналіз існуючих наукових праць та досліджень у сфері управління якістю у б'юті-індустрії.

-Порівняння міжнародних стандартів: аналіз стандартів якості, таких як ISO 9001, і їх застосування у сфері надання послуг краси.

-Аналіз статистичних даних: оцінка показників задоволеності клієнтів і результатів впровадження міжнародних стандартів у ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна.

-Дослідження кращих практик: вивчення передового досвіду з управління якістю у світових б'юті-компаніях.

Для написання магістерської роботи була використана методична, наукова та навчальна література провідних вітчизняних та закордонних фахівців у сфері управління якістю послуг та б'юті-індустрії. Також були використані статті періодичних видань, дані офіційних сайтів державних органів України, інформація з облікової та звітної документації б'юті-салону ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ

1.1. Поняття якості послуг: Визначення та значення якості у сфері послуг.

У сучасному світі послуги займають провідне місце в економічних процесах більшості країн, що обумовлює важливість їх якості. У порівнянні з виробництвом товарів, управління якістю послуг має свою специфіку, яка вимагає унікальних підходів та інструментів. У б'юті-індустрії якість послуг стає ключовим фактором успіху бізнесу, оскільки вона безпосередньо впливає на рівень задоволеності клієнтів, їх лояльність та конкурентоспроможність підприємства.

Якість послуг — це комплекс характеристик, які визначають здатність послуги задовольняти або перевищувати очікування клієнта. Якість у сфері послуг має певні особливості, які відрізняють її від якості товарів. Основні риси послуг, такі як нематеріальність, неоднорідність, одночасність виробництва та споживання, відсутність можливості зберігання, впливають на складність управління їх якістю.

На думку багатьох науковців, управління якістю послуг зосереджене на взаємодії між постачальником та клієнтом, що робить людський фактор одним з ключових елементів. Це означає, що якість надання послуг залежить не тільки від технічного забезпечення, але і від поведінки, комунікації та професіоналізму працівників.

Якість послуг можна розглядати з різних підходів:

-Технічна якість: стосується виконання основної функції послуги, що відбиває рівень професіоналізму і точність надання послуги.

Приклад у б'юті-індустрії:

Для салону краси це може означати технічну досконалість у виконанні послуг, таких як стрижки, фарбування волосся, манікюр чи макіяж. Якість роботи

визначається точністю виконання, майстерністю фахівця і використанням професійних інструментів або засобів.

Ключові показники технічного підходу:

- 1) Професіоналізм майстрів.
- 2) Використання високоякісних матеріалів і техніки.
- 3) Рівень кваліфікації працівників.
- 4) Дотримання стандартів і технологічних процесів.

-Функціональна якість: включає в себе процес взаємодії з клієнтом, як відбувається послуга, як комунікується з клієнтом і наскільки ефективно це робиться. Функціональний підхід охоплює не лише технічний аспект виконання послуг, але й сам процес взаємодії між клієнтом і постачальником послуги. Це підхід, при якому акцент робиться на елементах обслуговування, таких як ввічливість, доброзичливість, швидкість надання послуги, комунікація та відповідність обслуговування очікуванням клієнтів.

Приклад у б'юті-індустрії:

Для салону краси функціональний підхід може означати, наскільки зручним є процес запису на послугу, чи зручно клієнтам під час відвідування, як оперативно і ввічливо обслуговується клієнт, чи є персонал уважним до його побажань.

Ключові показники функціонального підходу:

- 1) Ввічливість і професіоналізм персоналу.
- 2) Час очікування і швидкість надання послуги.
- 3) Наявність зручностей для клієнтів (комфортне приміщення, напої).
- 4) Лояльність клієнтів і рівень їх задоволення обслуговуванням.

-Клієнтський підхід: клієнтський підхід ставить на перше місце очікування і сприйняття клієнта. Якість послуги розглядається через призму того, наскільки послуга задовольняє чи перевищує очікування клієнта. У цьому підході ключовим є зворотний зв'язок від клієнтів і готовність підприємства адаптувати свої послуги під їх потреби.

Приклад у б'юті-індустрії:

У салоні краси клієнтський підхід означає врахування індивідуальних потреб кожного клієнта. Це може бути гнучкість у виборі часу запису, персоналізовані послуги, спеціальні пропозиції для постійних клієнтів, аналіз відгуків для покращення обслуговування.

Ключові показники клієнтського підходу:

- 1) Рівень задоволеності клієнтів.
- 2) Лояльність клієнтів та повторні візити.
- 3) Оцінка послуг через відгуки та рекомендації.
- 4) Персоналізація обслуговування.

-Системний підхід: системний підхід до якості послуг розглядає всі процеси надання послуг як частини єдиної системи. У цьому підході важливо, щоб усі елементи роботи підприємства були взаємопов'язаними і діяли злагоджено для досягнення загальної мети — високої якості послуг. Це включає управління ресурсами, персоналом, технологіями та взаємодією з клієнтами.

Приклад у б'юті-індустрії:

У салоні краси це може означати, що не лише майстри, але й адміністратори, прибиральний персонал, менеджери працюють злагоджено для створення позитивного клієнтського досвіду. Наприклад, наявність чистого та комфортного приміщення є таким же важливим для клієнта, як і якість стрижки.

Ключові показники системного підходу:

- 1) Злагоджена робота всіх підрозділів.
- 2) Оптимізація внутрішніх процесів для підвищення ефективності.
- 3) Використання ресурсів для досягнення максимальних результатів.
- 4) Взаємозв'язок між елементами процесу надання послуг.

-Процесний підхід: процесний підхід до якості полягає в управлінні якістю на всіх етапах надання послуг. Це не лише контроль за кінцевим результатом, але й аналіз і вдосконалення всіх процесів, які впливають на якість. Процесний підхід дозволяє підприємствам виявляти та усувати "вузькі місця" в роботі, зменшувати кількість помилок та недоліків.

Приклад у б'юті-індустрії:

У салоні краси це може включати аналіз кожного етапу обслуговування — від прийому клієнта адміністратором, до отримання відгуків після послуги. Це дає змогу виявити проблеми на будь-якому етапі і швидко їх вирішити, що підвищує загальну якість обслуговування.

Ключові показники процесного підходу:

- 1) Контроль якості на всіх етапах надання послуг.
- 2) Постійне вдосконалення внутрішніх процесів.
- 3) Мінімізація помилок і недоліків.
- 4) Здатність адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Розгляд якості послуг з різних підходів дозволяє підприємствам краще розуміти всі аспекти, що впливають на клієнтський досвід та ефективність роботи. Технічний, функціональний, клієнтський, системний і процесний підходи доповнюють один одного і дозволяють створити цілісну систему управління якістю. У результаті, підприємства можуть краще адаптуватися до вимог ринку, підвищувати задоволеність клієнтів і забезпечувати стабільне зростання.

У сфері товарів якість зазвичай може бути точно визначена за фізичними параметрами — розмірами, вагою, матеріалом тощо. Однак у послугах якість набагато складніше оцінити і забезпечити через низку особливостей:

-Нематеріальність: Послуги не можна побачити чи доторкнутися до моменту їх споживання. Це ускладнює процес оцінки якості, оскільки вона може бути повністю зрозумілою лише після отримання послуги. У б'юті-салонах це означає, що клієнт не може заздалегідь знати, наскільки задовільним буде результат, що підвищує важливість репутації та відгуків.

-Невідривність процесу виробництва і споживання: У послугах надання та отримання відбуваються одночасно. Клієнт бере участь у процесі створення послуги, що підвищує важливість комунікації між надавачем та споживачем.

-Непостійність: якість послуг може змінюватись в залежності від багатьох факторів - настрою персоналу, умов роботи, часу, в якому послуга надається. Наприклад, в одному і тому ж б'юті-салоні якість стрижки або манікюру може різнитися в залежності від майстра або часу дня.

-Неможливість зберігання: послуги не можуть бути збережені на склад, що означає, що їх надання потребує ефективного планування. У б'юті-індустрії це означає важливість управління записами та забезпечення того, щоб кожен клієнт отримав послугу вчасно.

Велике значення має “значення якості у сфері послуг” та вплив якості на лояльність клієнтів. Одним з ключових результатів високої якості послуг є підвищення рівня лояльності клієнтів. У б'юті-індустрії, де конкуренція дуже висока, задоволений клієнт, швидше за все, повернеться до того ж салону та порекомендує його своїм знайомим. Висока якість послуг не тільки сприяє формуванню позитивної репутації, але й забезпечує довгостроковий розвиток бізнесу. Дослідження показують, що утримання постійних клієнтів є значно дешевшим і вигіднішим для підприємства, ніж залучення нових, а якість послуг — це один з основних чинників, який забезпечує довгострокову лояльність.

Великим рушійним чинником є вплив якості на конкурентоспроможність підприємства. Якість послуг відіграє вирішальну роль у формуванні конкурентних переваг. У б'юті-салонах клієнти обирають не тільки за ціною, але й за рівнем обслуговування, відношенням персоналу, зручністю процесів, як наприклад, онлайн-запис або відгуки. В умовах високої конкуренції якість стає тим фактором, який допомагає підприємствам відрізнитися від конкурентів і утримати позиції на ринку. Щодо моделей, можна виділити такі Моделі управління якістю у сфері послуг. Однією з найпоширеніших моделей для оцінки якості послуг є модель SERVQUAL, яка вимірює якість послуг на основі порівняння очікувань клієнтів і їх реального досвіду. Ця модель включає п'ять основних критеріїв оцінки якості:

- Надійність (reliability): здатність надавати обіцяну послугу точно і своєчасно
- Реагування (responsiveness): готовність допомогти клієнтам і забезпечити швидке обслуговування.
- Відповідність (assurance): знання та ввічливість персоналу, а також здатність забезпечити відчуття впевненості у клієнта.
- Співпереживання (empathy): індивідуальне ставлення до кожного клієнта.

-Відчутний аспект (tangibles): фізичні елементи, такі як обладнання, зовнішній вигляд персоналу, чистота приміщення.

Модель GAP використовується для ідентифікації різниць (gap) між очікуваннями клієнтів і реальним рівнем наданої послуги. Вона допомагає виявити ті сфери, де необхідно покращити управління процесами для досягнення вищого рівня якості.

Управління якістю є важливим аспектом для успішного функціонування підприємств у глобалізованому світі. В умовах зростаючої конкуренції та змінних споживчих уподобань, компанії повинні впроваджувати ефективні системи управління якістю, які відповідають міжнародним стандартам. Це дозволяє не лише підтримувати високу якість продукції та послуг, а й підвищувати задоволеність клієнтів, що є критично важливим для довгострокового успіху.

У міжнародній практиці управління якістю послуг є важливим стратегічним елементом для підприємств. Великі світові мережі салонів краси, такі як Toni&Guy, активно застосовують стандарти якості для забезпечення єдиного рівня обслуговування по всіх салонах світу, що дозволяє зберігати довіру клієнтів та постійно підвищувати стандарти послуг. Досвід зарубіжних країн демонструє, що управління якістю може включати впровадження нових технологій, створення системи зворотного зв'язку від клієнтів, а також розвиток корпоративної культури, що орієнтується на клієнта.

Одним із основних напрямків управління якістю послуг є впровадження міжнародних стандартів, таких як ISO 9001, які регламентують вимоги до системи управління якістю. Багато успішних б'юті-салонів у розвинених країнах проходять сертифікацію за цими стандартами. Це дозволяє їм:

-Систематизувати процеси: Визначити чіткі процедури для всіх етапів надання послуг, від первинної консультації до завершення обслуговування.

-Забезпечити однорідність якості: Зменшити змінність у наданні послуг, що є критично важливим в умовах людського фактору.

-Підвищити довіру клієнтів: Сертифікація за міжнародними стандартами демонструє клієнтам зобов'язання підприємства щодо якості.

У сучасному б'юті-бізнесі активно впроваджуються технологічні рішення, які допомагають покращити якість обслуговування. Наприклад: системи управління відносинами з клієнтами (CRM), які дозволяють зберігати інформацію про клієнтів, їх переваги та історію обслуговування, що дає змогу персоналізувати послуги. Онлайн-запис на прийом, дозволяє клієнтам зручно обирати час і дату візиту, що підвищує зручність і задоволеність клієнтів. Аналіз відгуків, інструменти для збору та аналізу зворотного зв'язку від клієнтів дозволяють швидко реагувати на їх побажання та потреби, що сприяє покращенню якості.

Якість послуг є критично важливим фактором для успіху підприємств у сфері послуг, зокрема в б'юті-індустрії. Визначення та розуміння концепції якості, її характеристик та важливості для бізнесу дозволяє компаніям не лише задовольняти потреби клієнтів, а й забезпечувати конкурентні переваги. Застосування міжнародних стандартів та сучасних моделей управління якістю може суттєво поліпшити результати роботи підприємств та підвищити рівень задоволеності клієнтів.

1.2. Методи управління якістю: Різні моделі та підходи до управління якістю (наприклад, TQM, Lean, Six Sigma).

Управління якістю в б'юті-індустрії є ключовим фактором успішності бізнесу. Висока якість послуг не лише задовольняє потреби клієнтів, але й сприяє формуванню довгострокових відносин з ними. В цьому контексті важливо застосовувати різноманітні моделі та підходи до управління якістю, такі як TQM, Lean, та Six Sigma. Кожен з цих методів має свої особливості та переваги, які можуть бути адаптовані до специфіки б'юті-індустрії.

Управління якістю є важливим аспектом сучасного бізнесу, який передбачає систематичний підхід до контролю та поліпшення якості послуг. В основі цього підходу лежать кілька загальних принципів, які допомагають організаціям забезпечити високу якість обслуговування, задовольнити потреби клієнтів та підвищити свою конкурентоспроможність. Загальні принципи управління якістю.

Перший чинник орієнтація на клієнта - цей принцип є ключовим у будь-якій стратегії управління якістю. Він полягає в тому, що успіх підприємства залежить від ступеня задоволення потреб і очікувань клієнтів.

Основні аспекти включають:

1) Розуміння потреб клієнтів: Підприємства повинні активно збирати інформацію про очікування та вимоги своїх клієнтів через опитування, інтерв'ю або фокус-групи. Це дозволяє точніше налаштувати послуги під конкретні запити споживачів.

2) Персоналізація обслуговування: Врахування індивідуальних потреб клієнтів допомагає формувати більш тісні стосунки з ними, що, у свою чергу, може підвищити лояльність та повторні покупки.

3) Вимірювання задоволеності: Регулярне проведення оцінок задоволеності клієнтів, аналіз відгуків і пропозицій дозволяє вчасно виявляти проблеми та покращувати якість послуг.

Другий чинник - це лідерство в контексті управління якістю передбачає створення чіткої стратегії та забезпечення загального напрямку діяльності організації.

Основні елементи включають:

1) Визначення єдиної мети: Керівництво повинно формулювати чіткі цілі, що стосуються якості, і доносити їх до всіх рівнів організації.

2) Втілення корпоративних цінностей: Лідери повинні бути прикладом для наслідування, демонструючи важливість якості в своїх діях та рішеннях.

3) Стимулювання участі співробітників: Лідерство має сприяти тому, щоб всі співробітники брали активну участь у процесах управління якістю, висловлюючи свої ідеї та пропозиції.

Третій чинник, управління якістю є командною справою, і участь усіх працівників є критично важливою.

Цей принцип включає:

1) Співпраця та командна робота: Створення сприятливих умов для обміну ідеями та досвідом між співробітниками різних підрозділів.

2) Підвищення кваліфікації: Інвестиції в навчання та розвиток персоналу для забезпечення їхньої компетентності в питаннях якості.

3) Визнання та мотивація: Важливо визнати внесок кожного працівника у досягнення цілей якості та заохочувати їх до подальшої участі.

Процесний підхід передбачає управління діяльністю як набором взаємопов'язаних процесів. Це включає:

1) Ідентифікація процесів: Визначення ключових процесів, які впливають на якість послуг, та їх систематизація.

2) Оптимізація: Постійний аналіз і вдосконалення цих процесів для досягнення більшої ефективності та якості.

3) Управління ризиками: Визначення потенційних ризиків на кожному етапі процесу та розробка стратегій для їх мінімізації.

Системний підхід передбачає визнання того, що всі аспекти управління якістю є астинами єдиного цілого.

Основні аспекти цього підходу:

1) Взаємозв'язок елементів: Розуміння, як різні функції організації (виробництво, маркетинг, обслуговування) впливають на якість послуг.

2) Системне мислення: Розробка стратегій, що враховують вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на якість, і адаптація процесів відповідно до змін.

3) Інтеграція: Забезпечення інтеграції між усіма підрозділами та рівнями організації для досягнення спільних цілей якості.

Останній, але не менш важливий принцип – це постійне вдосконалення, яке має бути в основі діяльності організації. Він передбачає:

1) Впровадження циклів поліпшення: Застосування концепцій, таких як PDCA (Plan-Do-Check-Act), для систематичного вдосконалення всіх аспектів діяльності.

2) Інновації: Активне впровадження нових технологій, методів та практик для підвищення якості.

3) Зворотній зв'язок: Використання відгуків від клієнтів і співробітників для оригування процесів і покращення послуг.

Загальні принципи управління якістю створюють основу для успішної реалізації стратегій поліпшення якості послуг. Використання цих принципів допомагає організаціям ефективно задовольняти потреби клієнтів, досягати конкурентних переваг та забезпечувати довгостроковий успіх у динамічному бізнес-середовищі.

Визначення та принципи TQM.

TQM (Управління якістю на всіх рівнях) є комплексним підходом, що охоплює всі аспекти діяльності організації. Основні принципи TQM включають:

-Клієнтоорієнтованість: Усе, що робить компанія, має бути спрямоване на задоволення клієнтів.

-Включення всіх співробітників: Кожен працівник має бути залучений до процесу управління якістю.

-Оцінка процесів: Постійний моніторинг і вдосконалення процесів є необхідними для забезпечення якості.

У б'юті-індустрії TQM може використовуватись для:

- Впровадження стандартів обслуговування.

- Створення програм навчання для співробітників.

- Регулярного збору зворотного зв'язку від клієнтів для оцінки якості послуг

TQM – це потужний інструмент для організацій, які прагнуть досягти високих стандартів якості в продуктах і послугах. Дотримуючись принципів TQM, підприємства можуть забезпечити задоволення потреб своїх клієнтів, покращити внутрішні процеси та створити позитивну робочу культуру, що сприяє безперервному вдосконаленню. Успішна реалізація TQM вимагає зусиль з боку всіх рівнів організації, від керівництва до рядових працівників.

Визначення Lean.

Lean (ліниве управління) – це методологія управління, яка спрямована на максимізацію цінності для споживачів шляхом мінімізації витрат і усунення всіх видів втрат у процесах. Основна мета Lean полягає в оптимізації процесів, підвищенні ефективності та якості продукції або послуг, що дозволяє підприємствам знижувати витрати і задовольняти потреби клієнтів більш

ефективно. Lean – це підхід, що акцентує увагу на максимізації цінності для клієнта при мінімізації витрат. Основна мета Lean – усунути все, що не додає цінності продукту або послугі.

У б'юті-індустрії методи Lean можуть використовуватись для:

- Оптимізації робочих процесів у салоні (наприклад, спрощення запису на прийом).
- Устаткування робочих місць так, щоб зменшити час обслуговування.
- Усунення відходів, наприклад, у використанні косметичних засобів.

Lean є потужною методологією, яка дозволяє підприємствам зменшити витрати, підвищити якість і задовольнити потреби клієнтів. Використовуючи принципи Lean, організації можуть створити більш ефективні та конкурентоспроможні процеси, що в свою чергу сприяє їхньому успіху на ринку.

Визначення Six Sigma

Six Sigma – це методологія, яка акцентує увагу на зменшенні дефектів у процесах, що призводить до покращення якості. Основною метою Six Sigma є досягнення шести стандартних відхилень від середнього значення, що забезпечує мінімум дефектів.

Six Sigma може бути застосована у б'юті-індустрії для:

- Поліпшення процесів обслуговування клієнтів.
- Зменшення часу обслуговування.
- Оптимізації запасів косметичних засобів і матеріалів.

Six Sigma є потужною методологією, яка дозволяє підприємствам досягати значних покращень у якості продукції та послуг. Використовуючи статистичні методи та структури, такі як DMAIC, організації можуть ефективно аналізувати свої процеси, зменшувати варіації і, як результат, підвищувати задоволеність клієнтів. Впровадження Six Sigma вимагає зобов'язань з боку всіх рівнів організації, але результати можуть бути вражаючими, забезпечуючи стійкий розвиток і конкурентоспроможність на ринку.

Таблиця 1.1 Порівняння методів

Метод	Переваги	Недоліки
TQM	Комплексний підхід, залучення всіх	Потрібен час для впровадження
Lean	Ускорення процесів, зниження витрат	Може ігнорувати якість для швидкості
Six Sigma	Чіткі вимірювання, науковий підхід	Складність методології

Управління якістю в б'юті-індустрії є критично важливим для успіху бізнесу. Впровадження різних моделей і підходів, таких як TQM, Lean і Six Sigma, дозволяє компаніям підвищити якість своїх послуг, задовольнити потреби клієнтів і зберегти конкурентоспроможність на ринку. Важливо адаптувати ці методи до специфіки діяльності конкретного б'юті-салону, враховуючи його розмір, клієнтську базу та доступні ресурси.

Рекомендації для ефективного управління якістю в б'юті-індустрії рекомендується:

- Вибрати підхід, що найкраще відповідає специфіці бізнесу.
- Постійно навчати персонал та впроваджувати нові технології.
- Регулярно аналізувати та вдосконалювати процеси обслуговування.

Цей підхід дозволить покращити якість послуг та забезпечити довгостроковий успіх у конкурентному середовищі б'юті-індустрії.

1.3. Міжнародні стандарти якості послуг: Огляд ISO, EFQM, та інших міжнародних стандартів, їх роль у підвищенні якості послуг.

У сучасній економіці, де конкуренція зростає з кожним днем, управління якістю послуг є ключовим фактором успіху будь-якого підприємства. Щоб забезпечити високу якість послуг і підтримувати відповідність світовим стандартам, компанії все частіше звертаються до міжнародних стандартів, таких як ISO (International Organization for Standardization), EFQM (European Foundation for Quality Management) та інших. Ці стандарти визначають чіткі вимоги та інструменти для досягнення стабільної якості, що є важливим для підвищення

конкурентоспроможності і забезпечення задоволення клієнтів. Міжнародні стандарти якості створені для уніфікації підходів до управління якістю та гармонізації процесів між країнами і підприємствами. Вони надають організаціям єдину рамку для впровадження систем управління якістю, забезпечуючи ефективність процесів і стабільність результатів.

Основні переваги міжнародних стандартів якості:

- 1) Уніфікація вимог до якості послуг на глобальному рівні.
- 2) Підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку.
- 3) Забезпечення прозорості та контролю якості всередині компанії.
- 4) Покращення взаємодії з клієнтами і постачальниками через чітко визначені критерії якості.

ISO 9001 – це один із найбільш поширених і загальноприйнятих стандартів системи управління якістю. Його мета полягає в тому, щоб забезпечити високий рівень задоволеності клієнтів через постійне вдосконалення процесів та ефективне управління якістю в організаціях.

Основні принципи ISO 9001:

- 1) Орієнтація на клієнта: Основна увага зосереджена на задоволенні потреб і очікувань клієнтів.
- 2) Лідерство: Керівництво організації повинно підтримувати культуру якості і створювати умови для досягнення цілей.
- 3) Залучення людей: Усі працівники повинні бути залучені до процесів управління якістю.
- 4) Процесний підхід: Управління якістю розглядається як низка взаємопов'язаних процесів, що працюють на досягнення цілей.
- 5) Постійне вдосконалення: Організація повинна постійно покращувати свої процеси, щоб забезпечити вищий рівень якості.

Плюси ISO 9001 які дозволяє організаціям:

- 1) Підвищити якість послуг через постійне вдосконалення процесів.
- 2) Знизити рівень дефектів та втрат.
- 3) Збільшити задоволеність клієнтів та їхню лояльність.

EFQM (European Foundation for Quality Management) – це європейська модель управління якістю, яка надає компаніям інструменти для оцінки та вдосконалення власної діяльності. Модель EFQM не є стандартом у традиційному розумінні, як ISO 9001, але вона служить інструментом для оцінки зрілості компаній і їхніх систем управління якістю.

EFQM складається з таких ключових елементів:

- Лідерство: Роль керівників у впровадженні культури якості.
- Стратегія: Як організація планує досягати своїх цілей.
- Люди: Важливість мотивації, залучення та розвитку персоналу.
- Партнерства та ресурси: Взаємодія з постачальниками і ефективне використання ресурсів.
- Процеси, продукти і послуги: Ефективне управління процесами для забезпечення якості.

EFQM надає організаціям можливість проводити самооцінку, що допомагає визначити сильні сторони та області для вдосконалення. Вона дозволяє підприємствам не лише досягати високих результатів, а й стабільно зберігати конкурентні переваги. Окрім ISO 9001 та EFQM, існує низка інших міжнародних стандартів, які використовуються для управління якістю послуг:

- ISO 14001: Стандарт для систем екологічного менеджменту. Він спрямований на мінімізацію негативного впливу організації на навколишнє середовище, що також є важливим для покращення якості послуг.

- ISO 45001: Стандарт з управління охороною здоров'я і безпеки праці, що забезпечує безпечні умови роботи, що може покращити загальну ефективність і якість послуг.

- ISO 26000: Стандарт для соціальної відповідальності, який надає рекомендації для організацій щодо етики та впливу на суспільство.

- Six Sigma: Методологія, яка фокусується на зменшенні варіацій у процесах і підвищенні якості шляхом застосування статистичних методів для аналізу та вдосконалення процесів. Six Sigma використовується для підвищення якості послуг за рахунок зниження дефектів і відхилень.

Роль міжнародних стандартів у підвищенні якості послуг

Міжнародні стандарти якості виконують кілька важливих функцій, що сприяють підвищенню якості послуг:

1. Гармонізація процесів на міжнародному рівні: Використання стандартів, таких як ISO 9001, дозволяє організаціям створювати однакові підходи до управління якістю, що сприяє поліпшенню взаємодії між міжнародними партнерами.

2. Покращення репутації та довіри клієнтів: Сертифікація відповідно до міжнародних стандартів якості (наприклад, ISO 9001) дозволяє підприємствам демонструвати своїм клієнтам відповідність світовим вимогам до якості, що підвищує їхню конкурентоспроможність.

3. Стандартизація та оптимізація процесів: Стандарти допомагають компаніям впорядковувати свої процеси, що дозволяє зменшувати помилки, втрати часу та ресурсів.

4. Задоволення потреб клієнтів: Використання міжнародних стандартів дозволяє компаніям краще розуміти очікування клієнтів і постійно вдосконалювати процеси для їх задоволення.

5. Контроль якості: Стандарти, такі як ISO, надають компаніям ефективні інструменти для контролю якості на всіх етапах надання послуг, що сприяє зменшенню кількості дефектів і підвищенню ефективності.

Попри численні переваги, впровадження міжнародних стандартів якості може зустрічати певні виклики:

1) Витрати на впровадження: Сертифікація за міжнародними стандартами може вимагати значних фінансових витрат і часу, особливо для малих і середніх підприємств.

2) Опір змінам: Співробітники можуть чинити опір впровадженню нових процесів і стандартів через страх перед змінами або недостатнє розуміння важливості цих стандартів.

3) Підтримання відповідності: Стандарти вимагають постійного моніторингу і підтримки відповідності, що може вимагати додаткових ресурсів.

Отже, міжнародні стандарти якості, такі як ISO 9001, EFQM та інші, відіграють важливу роль у підвищенні якості послуг на глобальному рівні. Вони забезпечують організаціям чіткі інструменти для вдосконалення процесів, що дозволяє знизити витрати, підвищити ефективність і, найважливіше, задовольнити потреби клієнтів.

Міжнародні стандарти якості, такі як ISO, EFQM та інші, встановлюють основні рамки та принципи для впровадження ефективної системи управління якістю в організаціях будь-якого розміру та галузі. Вони допомагають підприємствам зосереджуватися на безперервному покращенні, оптимізації процесів і задоволенні потреб клієнтів. Впровадження цих стандартів забезпечує конкурентні переваги, створюючи надійну репутацію і довіру на ринку. Однак, для того, щоб оцінити реальну ефективність впровадження міжнародних стандартів у конкретних компаніях, важливо провести глибокий аналіз практичних результатів. Наступний аналітичний розділ буде присвячено вивченню практичних кейсів. Це дозволить виявити ключові проблеми та переваги впровадження стандартів, а також оцінити, наскільки їх адаптація сприяє покращенню якості послуг і підвищенню конкурентоспроможності.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ Б'ЮТІ-САЛОНУ ФОП СЕВЕРЦЕВА ДАРІЯ ДМИТРІВНА.

2.1. Загальна характеристика та аналіз діяльності підприємства.

Салон краси ФОП Северцева Дарія Дмитрівна розпочав свою діяльність у 2023 році у відповідь на зростаючий попит на високоякісні б'юті-послуги в регіоні. Ідея відкрити салон виникла на основі ретельного аналізу ринку та розуміння потреб клієнтів у професійних послугах, спрямованих на догляд за зовнішністю та здоров'ям шкіри, волосся та нігтів. Северцева Дарія, маючи глибоке розуміння індустрії краси та багаторічний досвід роботи у сфері, вирішила реалізувати свій проєкт, орієнтований на надання послуг преміум-класу. Сфера послуг ФОП Северцева Дарія Дмитрівна спеціалізується на наданні б'юті-послуг, зокрема управлінні салоном краси, який пропонує широкий спектр послуг для задоволення потреб клієнтів у сфері догляду за зовнішнім виглядом. Основними напрямками діяльності салону є такі:

- Перукарські послуги: Салон пропонує стрижки, фарбування, укладання, а також відновлення волосся.
- Косметологія: У цьому розділі надаються послуги по догляду за шкірою обличчя та тіла, включаючи чищення, масажі, омолоджуючі процедури.
- Нігтьовий сервіс: Манікюр, педикюр, нарощування нігтів, догляд за руками і стопами.
- Макіяж: Денні та вечірні макіяжі, весільний макіяж, професійний підбір косметики.
- Масажні послуги: Оздоровчі та релаксаційні масажі, масажі для корекції фігури.

Основною метою діяльності салону є задоволення потреб клієнтів у якісних, інноваційних та безпечних послугах краси з урахуванням новітніх тенденцій індустрії. Салон прагне не лише задовольнити, але й перевершити очікування

клієнтів, забезпечуючи комфортне обслуговування та інноваційні рішення у сфері краси. Крім того, важливою метою є постійне вдосконалення послуг і підвищення рівня обслуговування, що включає в себе розвиток компетенцій працівників, впровадження нових методик та засобів для догляду за зовнішністю, а також моніторинг клієнтських відгуків для виявлення зон для покращення.

Основні задачі салону:

- Підвищення лояльності клієнтів через забезпечення стабільно високої якості послуг.
- Розширення асортименту послуг з урахуванням новітніх тенденцій в індустрії краси.
- Оптимізація внутрішніх процесів для підвищення ефективності та якості обслуговування.
- Створення комфортних умов для відвідувачів та підтримка високого рівня сервісу.
- Залучення нових клієнтів та утримання постійних через індивідуалізацію обслуговування та спеціальні пропозиції.

Організаційна структура ФОП Северцева Дарія Дмитрівна побудована відповідно до особливостей бізнесу у сфері б'юті-індустрії. Салон має досить компактну та ефективну структуру, яка забезпечує оперативне управління та надання послуг високої якості.

Ієрархія працівників:

-Керівник підприємства: Дарія Дмитрівна як власник і керівник несе відповідальність за загальну стратегію розвитку бізнесу, формування команди та забезпечення фінансової стабільності підприємства.

-Адміністративний персонал: Адміністратори салону виконують важливу функцію комунікації з клієнтами, займаються бронюванням послуг, координацією роботи майстрів і управлінням процесами.

-Майстри-перукарі та стилісти: Відповідають за надання основних послуг, що стосуються догляду за волоссям, його стрижки, фарбування та інших процедур. Вони також консультують клієнтів з питань догляду за волоссям.

-Косметолог: Спеціаліст з догляду за шкірою який пропонує широкий спектр процедур від очищення обличчя до анти-ейдж терапій. Послуги допомагають підтримувати здоров'я шкіри клієнтів і вирішувати конкретні проблеми.

-Майстри нігтьового сервісу: Відповідають за якість послуг у сфері манікюру та педикюру, а також догляду за нігтями та шкірою рук.

-Візажисти: Відповідають за надання послуг з макіяжу, який підкреслює красу клієнтів під час різних важливих подій.

-Масажисти: Окрім релаксаційних процедур, вони спеціалізуються на корекційних масажах для покращення стану тіла клієнтів.

Таблиця 2.1. Організаційна структура працівників

Керівник підприємства Дарія Дмитрівна	
Адміністратори 2	
Майстер перукар	
Старший майстер	Молодший майстер
Майстри нігтьового сервісу	
Старший майстер 2	Молодший майстер
Майстри бровісти та лешмейкери	
Старший майстер 2	Молодший майстер
Масажисти 2	
Косметолог	

Клієнтська база ФОП Северцева Дарія Дмитрівна складається з різних вікових і соціальних груп, які цінують якісні та індивідуальні підходи до догляду

за собою. Важливою частиною роботи салону є орієнтація на клієнта, тому фахівці підприємства завжди враховують індивідуальні потреби кожного відвідувача.

Основна клієнтура: Салон обслуговує жінок і чоловіків віком від 18 до 60 років. Жінки становлять більшість клієнтів, оскільки послуги перукарів, косметологів та майстрів манікюру є найбільш затребуваними. Чоловіки звертаються за стрижками, а також за послугами догляду за шкірою та нігтями.

Постійні клієнти: Салон активно працює з програмою лояльності, що дозволяє підтримувати тісні відносини з постійними клієнтами. Програма включає бонусні системи, знижки на окремі послуги та спеціальні акційні пропозиції для тих, хто часто користується послугами салону.

Нова клієнтура: Для залучення нових клієнтів використовуються різні маркетингові інструменти, такі як рекламні акції в соціальних мережах, партнерства з іншими підприємствами та акції для нових клієнтів.

Персоналізований підхід: ФОП Северцева Дарія Дмитрівна використовує індивідуальний підхід до кожного клієнта. Це включає не лише стандартні процедури, але й консультації щодо підбору доглядових засобів, індивідуальних косметичних програм, рекомендації щодо стилю та зовнішнього вигляду.

Розвиток бізнесу буде також орієнтований на впровадження інноваційних методів управління якістю, використання кращих практик міжнародного досвіду і постійне вдосконалення внутрішніх процесів, що дозволить зміцнити позиції на ринку і розширити географію діяльності. З самого початку роботи салон орієнтувався на використання міжнародних стандартів якості обслуговування, що забезпечило високу репутацію серед клієнтів та дало можливість розширювати спектр послуг та збільшувати базу постійних відвідувачів.

2.2. Аналіз фінансово-економічних показників діяльності підприємства

Аналіз фінансово-економічних показників салону краси ФОП Северцева Дарія Дмитрівна є важливим етапом оцінки ефективності його діяльності та визначення перспектив подальшого розвитку. Фінансові показники дозволяють

оцінити не лише прибутковість підприємства, але й рівень його стійкості в умовах конкуренції та економічних коливань.

Основні економічні показники господарської діяльності ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна за два сезони.

Таблиця 2.2 Складено автором на основі даних фінансової звітності

Показник	Попередній період	Поточний період	Коментарі/Причини змін
Доходи			
Виручка від послуг	1470981грн	2269819 грн	Сума доходів від послуг та продажу додаткових товарів
Середній чек	1532 грн	15930 грн	Середня сума витрат одного клієнта
Витрати			
Оренда приміщення	25000 грн	25000 грн	Щомісячна орендна плата
Заробітна плата робітникам	588392 грн	907927 грн	Загальні витрати на оплату праці працівників
Закупівля Косметичних засобів та матеріалів	147098 грн	226981 грн	Вартість матеріалів зросла на 2%
Комунальні платежі	18000 грн	10000 грн	Витрати на електроенергію, воду, опалення та інші комунальні послуги
Витрати на маркетинг	230000грн	440000 грн	Кошти, витрачені на рекламу та просування
Прибуток			
Чистий прибуток	412491 грн	609911 грн	Дохід після вирахування всіх витрат
Рівень рентабельності	28%	26%	Чистий прибуток / загальна виручка * 100
Аналіз ризиків			
Сезонність			Різниця між сезонами 197420 грн Тобто на 54% виросла за літо

Послуги салону краси значною мірою залежать від сезонності, оскільки попит на різні види процедур змінюється протягом року. Наприклад, у літній період

популярність послуг, пов'язаних із доглядом за шкірою та тілом (епіляція, догляд за нігтями, педикюр), значно зростає через те, що клієнти готуються до відпусток і літнього відпочинку. У той же час, в осінньо-зимовий період попит на послуги може знижуватись через меншу активність клієнтів та специфічні фактори, як-от погода чи святкові періоди. Крім того, наближення свят (Новий рік, 8 березня тощо) сприяє збільшенню попиту на послуги макіяжу, укладок та манікюру, адже клієнти прагнуть виглядати бездоганно на урочистих заходах. Це вимагає гнучкості та адаптації салону краси до сезонних коливань: необхідно планувати розклад майстрів, закупівлю матеріалів та маркетингові кампанії з урахуванням цих змін. У салоні краси система оплати праці побудована на основі відсотка від виручки, що означає відсутність фіксованої заробітної плати для майстрів. Кожен майстер отримує свій дохід виключно у вигляді частки від загальної суми наданих послуг, що стимулює їх до активної роботи та залучення клієнтів. Така модель оплати дозволяє салону гнучко управляти витратами на заробітну плату та мотивує працівників надавати послуги високої якості. Оскільки в салоні не передбачена фіксована зарплата, весь дохід майстрів залежить від кількості клієнтів та наданих послуг. Для прикладу, фінансовий статус салону за місяць сезону (наприклад, літній період, коли попит на послуги зростає) виглядатиме наступним чином:

У салоні є майстри старші та молодші, ціна за процедури різна, та відсоток заробітної плати теж різниться. У сезонний період, коли попит на послуги салону зростає, майстри можуть значно збільшити свій дохід завдяки активній роботі та більшому потоку клієнтів. Отже, в результаті аналізу даних рис 2.2, приходимо до висновку, що підприємство в літній сезон отримало доходів на загальну суму 1470981 тис. грн., що на 197420 тис.грн., або 54% більше за рівень зимового сезону. Салон краси також отримує інші фінансові доходи (наприклад курси, та продаж товарів) та інші операційні доходи, питома вага яких є достатньо малою. Аналіз операційних витрат підприємства за елементами будемо проводити згідно даних звіту про фінансові результати і цифри занесемо в табл. 2.2.

Таблиця 2.3.Заробітна плата працівників

Майстер та посада	Відсоток від виручки	Заробітна плата (відсоток)	Загальна заробітна плата	Коментарі
Майстер манікюру (старший)	55%	45%	45000грн	Манікюр та педикюр, нарощування
Майстер манікюру (молодший)	60%	40%	34000 грн	Манікюр
Майстер бровіст та лешмейкер (старший)	60%	40%	42000 грн	Ламінування та нарощування вій, фарбування брів
Майстер бровіст та лешмейкер (молодший)	60%	40%	26000 грн	Нарощування вій та фарбування брів
Перукар(молодший)	55%	45%	10800 грн	Стрижки
Перукар (старший)	55%	45%	69750 грн	Стилістика, стрижки, ботокс та кератин
Масажист	40%	60%	19200 грн	
Візажист	40%	60%	11400 грн	
Косметолог	45%	55%	141350 грн	Косметичні процедури, чистки

Як бачимо, основу операційних витрат ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна складають матеріальні витрати, які влітку склали 147098 тис.грн.; взимку – 226981 тис.грн., при чому спостерігається постійне зростання даного елемента витрат в структурі загальних витрат: тобто матеріали дорожчають, комунальні платежі підвищуються.

2.3. Проблеми та виклики в управлінні якістю: Виявлення основних проблемних зон у процесі надання послуг.

Управління якістю в салоні краси є ключовим аспектом, який впливає на задоволеність клієнтів, конкурентоспроможність і довгострокову успішність бізнесу. Однак у цьому процесі часто виникають певні проблеми та виклики, які можуть стати на заваді ефективному функціонуванню салону і задоволенню потреб клієнтів. Розглянемо основні проблемні зони, з якими стикається салон краси у процесі надання послуг, а також шляхи їх вирішення.

Нестабільна якість послуг: одна з найбільших проблем у салонах краси – це відсутність стабільної якості наданих послуг. Нерідко клієнти отримують різний рівень обслуговування залежно від майстра або від зміни робочого графіка. Наприклад, деякі майстри можуть бути більш досвідченими, а інші, новачки, ще вчаться. Це призводить до того, що клієнти можуть залишитися незадоволеними, якщо якість процедури відрізняється від очікуваного стандарту.

Відмінності в якості обслуговування між майстрами: кожен майстер має свій рівень професійної майстерності та індивідуальний підхід до роботи. Непослідовність у результатах процедур може викликати незадоволення клієнтів, особливо якщо їхні очікування базуються на попередньому досвіді з іншим майстром. Наприклад, один майстер може виконувати стрижку або фарбування волосся на високому рівні, тоді як інший може допустити похибки, що призведе до скарг клієнтів. Зміни в обслуговуванні в різні періоди часу: якість послуг може коливатися через робоче навантаження. Під час високого сезону (перед святами або весіллями) майстри можуть бути перевантажені, що впливає на їхню увагу до деталей та час, який вони можуть приділити кожному клієнту.

Вплив зовнішніх факторів на якість послуг: нестабільність у поставках косметичних засобів та матеріалів, які використовуються для процедур, також може негативно впливати на якість послуг. Використання альтернативних матеріалів або дешевших аналогів може знизити результативність процедур.

Наприклад, використання різних типів фарби для волосся або засобів для манікюру може дати різний результат, що не завжди відповідає очікуванням клієнта.

Недостатнє навчання та розвиток персоналу: якщо майстри не отримують постійного навчання та не ознайомлюються з новими тенденціями в індустрії краси, це може призвести до відставання в якості послуг. Клієнти можуть шукати більш професійні та сучасні салони, якщо їм не запропонують актуальні послуги та техніки.

Невідповідність стандартам: у різних майстрів може бути різне уявлення про якість послуг, що створює нерівномірність у наданні послуг. Відсутність чітко визначених стандартів для кожної процедури або недостатній контроль за їх дотриманням може призвести до незадоволення клієнтів. Шляхи вирішення:

-Стандартизація послуг. Салон має розробити чіткі стандарти якості для всіх процедур і навчати персонал відповідно до цих стандартів. Регулярне навчання допоможе всім майстрам досягти однакової якості.

- Контроль якості. Потрібно впроваджувати системи зворотного зв'язку від клієнтів та постійний внутрішній контроль за дотриманням стандартів надання послуг.

Низька якість обслуговування клієнтів: крім безпосередньо якості наданих послуг, важливу роль у задоволеності клієнтів відіграє обслуговування. Проблеми з обслуговуванням клієнтів, такі як грубість персоналу, невміння вирішувати конфліктні ситуації або ігнорування потреб клієнтів, можуть призвести до втрати постійних клієнтів. Шляхи вирішення:

-Навчання персоналу комунікаційним навичкам та стандартам обслуговування. Важливо, щоб усі працівники мали навички управління клієнтськими запитам та скаргами.

-Впровадження клієнтоорієнтованої культури, де кожен працівник буде розуміти важливість задоволення потреб клієнтів.

Проблеми з управлінням персоналом: салон краси часто стикається з проблемами в управлінні персоналом, зокрема високою плинністю кадрів, недостатньою мотивацією працівників та нерівномірним навантаженням між

майстрами. Постійний потік нових співробітників або незадоволення працівників умовами праці може негативно впливати на якість послуг та загальну атмосферу в салоні.

Шляхи вирішення:

- Створення сприятливих умов праці та мотивуючої системи оплати. Працівники повинні відчувати стабільність та мати можливість професійного зростання.

- Розробка прозорих правил щодо графіків та навантаження, що допоможе рівномірно розподіляти роботу між майстрами і запобігати вигоранню.

Недостатній контроль за якістю матеріалів та обладнання: у салонах краси якість послуг також залежить від використаних матеріалів і обладнання. Якщо косметичні засоби неякісні або обладнання старе й несправне, це може призвести до поганих результатів процедур, що вплине на репутацію салону.

Шляхи вирішення:

- Регулярне оновлення обладнання та використання лише високоякісних косметичних засобів. Партнери та постачальники повинні бути надійними і забезпечувати стабільну якість.

- Впровадження системи контролю запасів і планове оновлення інструментів та витратних матеріалів.

Проблеми з плануванням та організацією роботи: неправильне планування графіків, нестача працівників у пікові періоди або, навпаки, надлишок працівників у періоди з низьким попитом може створювати хаос в роботі салону. Клієнти можуть бути незадоволені тривалим очікуванням, або ж майстри можуть мати недостатнє навантаження, що впливає на їхню мотивацію.

Шляхи вирішення:

- Впровадження сучасних систем планування та автоматизації. Програмне забезпечення для керування записами, робочими графіками та завантаженістю майстрів може допомогти уникнути таких проблем.

- Аналіз сезонних коливань попиту та попереднє планування кількості майстрів на зміні з урахуванням пікових та низьких періодів.

Відсутність адаптації до змін у зовнішньому середовищі: сфера краси швидко змінюється: нові тренди, технології та продукти постійно з'являються на ринку. Якщо салон не встигає адаптуватися до цих змін, він ризикує втратити конкурентоспроможність.

Шляхи вирішення:

- Постійне відстеження тенденцій індустрії краси та впровадження нових послуг або продуктів, які відповідають сучасним запитам клієнтів.

- Регулярне навчання персоналу новим технікам та використанню нових продуктів, що дозволить утримувати клієнтів і залучати нових.

Сезонні коливання попиту: важливим аспектом у діяльності салону є сезонність. Попит на послуги краси змінюється протягом року, що створює певні виклики для ефективного управління якістю та доходами. У пікові періоди (літні місяці, перед святами) салон може стикатися з перевантаженням, тоді як у менш популярні сезони (осінь-зима) попит знижується.

Сезони зниженого попиту:

- Літній період (особливо липень-серпень) або місяці після свят часто характеризуються спадом активності клієнтів. Багато людей їдуть у відпустку, а також менше уваги приділяють зовнішності через неформальний літній стиль.

- У такі періоди завантаженість салону знижується, що негативно впливає на загальний дохід підприємства.

- Осінь і весна. У ці періоди спостерігається стабільний попит на більшість послуг, оскільки клієнти прагнуть відновити свій вигляд після літа або зими. Особливо популярні процедури відновлення волосся, шкіри та нігтів після впливу сонця, морської води або зимових умов.

- Зимовий спад. У січні та лютому попит на послуги салонів краси зазвичай знижується після активного передсвяткового періоду. Багато клієнтів намагаються зекономити після свят, що впливає на завантаженість салонів.

Стратегії управління сезонними коливаннями: гнучкий графік роботи, для підвищення ефективності в періоди зниженого попиту можна запровадити гнучкий графік для персоналу, а в пікові місяці розширити робочі години.

- Маркетингові акції та знижки. Під час періодів спаду можна стимулювати попит через спеціальні пропозиції, акції або знижки для постійних клієнтів.
- Розширення асортименту послуг. Включення нових сезонних послуг, таких як догляд за шкірою взимку або депіляція влітку, може сприяти збільшенню попиту в менш активні періоди.

Таким чином, сезонні коливання попиту є природним явищем у сфері б'юті-послуг, але з правильними стратегіями їх можна мінімізувати та забезпечити стабільну діяльність салону протягом усього року.

Колівання в попиті на різні послуги. Залежно від сезону може змінюватися попит на конкретні послуги. Наприклад, восени популярнішими стають послуги з догляду за волоссям та шкірою після літнього впливу сонця, взимку – зволожуючі процедури, навесні та на початку літа – підготовка до відпусток (епіляція, педикюр, стрижки). Для салону важливо адаптувати свої послуги та маркетингові кампанії під сезонні тенденції, щоб максимально використовувати попит.

Виклики в управлінні персоналом. У періоди пікового попиту виникає потреба у збільшенні кількості персоналу або збільшенні робочих змін. Це може вимагати тимчасового залучення додаткових майстрів або підвищення годин роботи постійних працівників. Навпаки, в періоди зниженого попиту важливо планувати зміни так, щоб уникнути перевитрат на заробітну плату при меншій кількості клієнтів.

Фінансове планування та управління. Сезонні коливання потребують грамотного фінансового планування. Підприємству необхідно забезпечити резерви в періоди високого доходу для покриття витрат у періоди спаду. Наприклад, у зимовий або весняний період дохід може бути на 30-50% вищим, ніж влітку, і ці ресурси повинні бути використані для компенсації більш слабких місяців.

Маркетингові заходи для стабілізації попиту. Для зменшення впливу сезонних коливань важливо проводити активні маркетингові кампанії у періоди спадів. Наприклад, можна пропонувати знижки або спеціальні пакети послуг під час менш активних місяців. Також варто враховувати місцеві події або тренди, які

можуть впливати на попит. Наприклад, перед важливими заходами у місті або напередодні свят можна запускати рекламні акції, залучаючи більше клієнтів.

Адаптація послуг до сезону. Салон може пропонувати сезонні процедури, які відповідають потребам клієнтів у певний час року. Наприклад, восени можна запровадити процедури для відновлення волосся після літа, а взимку – зволожувальні комплекси для шкіри. Гнучкість у пропозиціях та адаптація до поточних сезонних потреб допомагає підвищити попит навіть у традиційно слабші місяці. Шляхи вирішення:

- Розробка гнучких маркетингових стратегій для залучення клієнтів у низькі сезони, наприклад, за рахунок акцій та знижок.

- Розподіл ресурсів і планування роботи майстрів з урахуванням сезонних коливань, щоб забезпечити оптимальне завантаження в будь-який період.

Управління якістю в салоні краси є комплексним процесом, який вимагає уваги до деталей і постійної адаптації до умов ринку та потреб клієнтів. Основними проблемними зонами є нестабільна якість послуг, низька якість обслуговування, проблеми з персоналом, матеріалами та плануванням роботи. Для того, щоб вирішити ці проблеми, необхідно впроваджувати стандарти якості, автоматизовані системи управління, розвивати культуру клієнтоорієнтованості та забезпечувати постійний контроль якості на всіх рівнях діяльності салону. Це дозволить не тільки покращити якість надання послуг, але й збільшити задоволеність клієнтів, підвищити конкурентоспроможність та стабільність бізнесу в довгостроковій перспективі.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ІЗ УРАХУВАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ

3.1 Інтеграція системи зворотного зв'язку для покращення якості обслуговування

Якість обслуговування в салонах краси є одним із ключових факторів, що впливає на загальну якість обслуговування як конкурентна перевага. Сьогодні конкуренція у сфері краси є доволі високою. На ринку працюють як великі мережеві салони, так і невеликі приватні студії та індивідуальні майстри. Усі вони пропонують подібний перелік послуг, але саме якість обслуговування може стати тим аспектом, який забезпечить лояльність клієнтів. Відгуки задоволених клієнтів, які отримали якісні послуги, позитивно впливають на репутацію салону та допомагають залучати нових клієнтів. Якість обслуговування часто включає кілька компонентів:

Професіоналізм персоналу: досвід, кваліфікація, підготовка та професійні навички майстрів є основними складовими, що визначають результат наданої послуги.

Атмосфера та інфраструктура салону: зручність розташування, чистота приміщення, комфортне обладнання та інтер'єр значно впливають на загальне враження клієнтів.

Сервіс та комунікація: вміння комунікувати з клієнтом, враховувати його побажання, надати рекомендації, обговорити можливі варіанти та створити відчуття турботи та уваги. Особливо важливим є те, що в умовах високої конкуренції на ринку б'юті-послуг якість обслуговування стає вирішальною ознакою, яка дозволяє виділити салон краси серед інших.

Сучасні клієнти прагнуть отримати не лише якісний сервіс, але й особливий підхід, комфорт і впевненість у результаті. Поглиблене розуміння того, що включає в себе якість обслуговування та як її оптимізація впливає на діяльність салону, є надзвичайно важливим для розвитку бізнесу. Конкурентна перевага у вигляді

високого рівня якості обслуговування дозволяє не тільки підвищити середній чек, а й залучати цільову аудиторію, яка готова платити за комфорт та індивідуальний підхід.

Задоволеність клієнтів як запорука лояльності: задоволення потреб клієнтів є одним із найважливіших аспектів роботи у сфері обслуговування. У салонах краси клієнти не лише очікують високої якості виконання процедур, але й прагнуть отримати задоволення від усього процесу взаємодії з салоном. Це означає, що важливим є не лише кінцевий результат, але й враження від комунікації, швидкість обслуговування, атмосфера закладу тощо. Рівень задоволеності клієнтів визначає, чи повернуться вони до салону знову та чи порадять його іншим. Дослідження показують, що лояльні клієнти можуть стати джерелом стабільного доходу для салону, оскільки вони частіше замовляють додаткові послуги, приводять друзів та знайомих і залишають позитивні відгуки в соціальних мережах. Таким чином, забезпечення високого рівня задоволеності клієнтів має стати стратегічним пріоритетом для салону краси.

Вплив якості на імідж та репутацію салону: сучасний споживач активно користується інтернетом для пошуку послуг, і відгуки та рейтинги грають вирішальну роль у виборі салону краси. У цій сфері репутація та імідж мають величезне значення, адже позитивні відгуки та рекомендації стають важливим джерелом нових клієнтів. Якість обслуговування у цьому контексті діє як своєрідний "гарант довіри": клієнти, які отримали якісну послугу, з більшою вірогідністю залишають позитивний відгук, що, в свою чергу, приверне нових відвідувачів. Якість обслуговування також впливає на готовність клієнтів залишати відгуки, а їх наявність формує позитивний імідж салону. Дотримання стандартів обслуговування, створення привітної атмосфери та уважне ставлення до побажань клієнта є основними чинниками, що формують позитивний імідж закладу. Фінансові переваги забезпечення високої якості обслуговування: якість обслуговування безпосередньо впливає на фінансовий успіх салону. Клієнти готові платити за якісні послуги, особливо якщо відчують, що отримують особливий підхід і турботу. Це відкриває можливості для збільшення вартості послуг, надання

додаткових преміум-пропозицій та продажу супутніх продуктів. Більше того, задоволені клієнти схильні рекомендувати салон своїм знайомим, що створює потік нових клієнтів без додаткових витрат на рекламу. Забезпечення якості обслуговування також дозволяє знизити рівень скарг і невдоволення клієнтів, що зменшує витрати на роботу з рекламациями та допомагає підтримувати стабільний рівень доходів.

Зворотний зв'язок є ключовим елементом управління якістю у сфері обслуговування, особливо у таких сферах, як салони краси, де досвід і задоволеність клієнтів напряму впливають на успіх бізнесу. Його роль полягає не лише у відображенні рівня задоволення клієнтів, але й у наданні конкретної інформації про те, які аспекти послуг можна покращити для досягнення вищого стандарту. У сучасних умовах клієнти мають можливість залишати відгуки у різних каналах: на сайтах, у соціальних мережах, через мобільні додатки або ж на спеціалізованих платформах, і цей зворотний зв'язок допомагає салону оперативного вдосконалювати свою роботу. Зворотний зв'язок дає салону можливість оперативного реагувати на зауваження клієнтів, виявляти недоліки в роботі персоналу або організації обслуговування. Наприклад, якщо клієнти регулярно висловлюють незадоволення через тривале очікування або недосконалість в роботі певного майстра, ці дані дозволяють керівництву вжити конкретних заходів для покращення ситуації. Швидка реакція на проблеми підвищує довіру клієнтів і показує, що салон дійсно цінує думку своїх відвідувачів. Коли клієнти відчують, що їхні відгуки враховуються і приводять до реальних змін, це позитивно впливає на їхню лояльність і задоволеність. Кожен, хто залишив відгук, бачить, що салон не лише отримує інформацію, але й діє на її основі. Це також сприяє формуванню позитивного іміджу салону як клієнтоорієнтованого закладу, готового працювати над підвищенням якості обслуговування.

Покращення комунікації з клієнтами : зворотний зв'язок також сприяє покращенню комунікації з клієнтами, створюючи додаткові точки контакту. Салон може, наприклад, відповідати на коментарі клієнтів у соціальних мережах, проводити опитування щодо задоволеності, а також використовувати електронну

пошту або SMS, щоб подякувати за відгук і повідомити клієнтів про вдосконалення на основі їхніх пропозицій. Такий підхід створює атмосферу турботи та довіри, де клієнти бачать, що їхня думка дійсно важлива.

Виявлення нових потреб клієнтів: зворотний зв'язок дозволяє виявити не лише недоліки у поточному обслуговуванні, але й нові потреби клієнтів. Наприклад, клієнти можуть запропонувати ідеї щодо розширення переліку послуг або додавання нових процедур, які вони хотіли б спробувати. Такі відгуки є безцінним джерелом інформації для розвитку та інновацій у салоні, оскільки вони базуються на реальних потребах аудиторії. Формування корпоративної культури: культура постійного вдосконалення, яку підтримує регулярний зворотний зв'язок, стає частиною корпоративної культури салону. Персонал розуміє важливість професійного підходу до клієнтів, врахування їхніх думок і зусиль для підвищення якості обслуговування. Залученість співробітників у процес зворотного зв'язку формує високий рівень відповідальності за кінцевий результат, підвищує мотивацію та сприяє розвитку навичок ефективної комунікації.

Впровадження інноваційних рішень на основі зворотного зв'язку: салони, які активно користуються зворотним зв'язком, мають можливість тестувати та впроваджувати інноваційні рішення у своїй роботі. Це можуть бути нові методи обслуговування, технології для покращення комфорту клієнтів, нові продукти або ж оновлені процеси роботи. У поєднанні з цифровими технологіями, зворотний зв'язок може використовуватись для створення персоналізованого обслуговування, що підвищує рівень задоволення клієнтів та виділяє салон на ринку.

Як зворотний зв'язок допомагає швидко реагувати на недоліки обслуговування. Зворотний зв'язок є критично важливим інструментом, який дозволяє салону краси своєчасно виявляти і усувати недоліки у процесі обслуговування. Завдяки цьому процесу керівництво отримує безпосередню інформацію від клієнтів про те, що можна покращити, які аспекти обслуговування потребують більшої уваги та що безпосередньо не задовольняє клієнтів. Розглянемо, як саме зворотний зв'язок допомагає швидко реагувати на недоліки:

1. Миттєве виявлення проблемних аспектів: система зворотного зв'язку дає можливість клієнтам оперативно висловлювати свої зауваження щодо обслуговування. Це можуть бути різні форми зворотного зв'язку: відгуки у соціальних мережах, оцінки на спеціалізованих платформах, коментарі на сайті салону чи безпосередньо після візиту. Завдяки такому оперативному збору відгуків, керівництво салону має можливість дізнаватися про проблеми в режимі реального часу та усувати їх до того, як вони вплинуть на загальну репутацію закладу.

2. Поліпшення комунікації з клієнтами: коли клієнти знають, що їхні відгуки не залишаються непоміченими, вони більш охоче повідомляють про недоліки у роботі салону. Система зворотного зв'язку дозволяє не лише почути критику, але й оперативно відповісти на неї, що підвищує довіру клієнтів до салону. Якщо клієнт висловлює незадоволення, салон може відразу ж вибачитися, запропонувати вирішення проблеми або навіть надати компенсацію, що підвищує шанси на збереження лояльності.

3. Ідентифікація проблемних моментів в обслуговуванні: завдяки аналізу зворотного зв'язку, салон може визначити найбільш типові недоліки, які повторюються у відгуках. Наприклад, клієнти можуть вказувати на те, що довго чекають своєї черги, певний майстер не виправдовує їхні очікування, або рівень чистоти потребує покращення. Регулярний моніторинг зворотного зв'язку допомагає виявити тенденції, вчасно побачити і зрозуміти причини типових проблем, після чого керівництво може запровадити необхідні зміни для їх вирішення.

4. Оперативне коригування стандартів обслуговування: на основі зворотного зв'язку салон може швидко змінювати стандарти обслуговування для задоволення потреб клієнтів. Якщо відгуки клієнтів свідчать про необхідність змінити підхід до обслуговування або оновити асортимент послуг, салон має можливість вчасно адаптуватися. Наприклад, якщо клієнти висловлюють незадоволення якістю певної процедури, салон може вжити заходів для додаткового навчання персоналу або

переглянути матеріали, які використовуються, щоб покращити якість виконання послуг.

5. Підвищення відповідальності персоналу: система зворотного зв'язку, особливо коли вона публічна, сприяє підвищенню відповідальності серед працівників салону. Персонал знає, що клієнти можуть залишити відгук, і тому більше уваги приділяє якісному обслуговуванню та професійній поведінці. Це створює атмосферу, в якій працівники розуміють, що від їхніх дій залежить репутація салону, що мотивує їх до підвищення якості послуг.

Таким чином, зворотний зв'язок є основним інструментом, що допомагає салону краси швидко реагувати на недоліки, адаптуватися до потреб клієнтів і підтримувати високий рівень обслуговування.

Досвід міжнародних компаній, які використовують зворотний зв'язок як основу для покращення послуг (наприклад, сервісні компанії, салони краси). У міжнародній практиці зворотний зв'язок з клієнтами є ключовим інструментом для підвищення якості послуг. Великі сервісні компанії, включаючи салони краси, активно впроваджують сучасні підходи до збору і аналізу відгуків для забезпечення максимальної задоволеності клієнтів. Досвід провідних компаній, таких як “Four Seasons”, “Hilton”, “Sephora” та інші, показує, що зворотний зв'язок є не лише джерелом інформації про проблеми, а й засобом для формування лояльності клієнтів і конкурентної переваги.

1. Four Seasons: створення «зворотного зв'язку в реальному часі»:

Готельна мережа Four Seasons інвестувала в технології, які дозволяють отримувати відгуки від клієнтів під час їхнього перебування у готелі. За допомогою спеціального додатка клієнти можуть висловлювати свої побажання і зауваження в реальному часі, що дозволяє персоналу негайно реагувати на потреби та покращувати якість послуг на місці. Цей підхід забезпечує гнучкість і допомагає формувати позитивний досвід у клієнтів. Four Seasons використовує цей зворотний зв'язок для внесення довгострокових змін у свої процеси обслуговування, ґрунтуючись на постійно отриманих відгуках.

2. Sephora: адаптація обслуговування під потреби клієнта:

Sephora, одна з провідних мереж косметичних магазинів і салонів, активно користується зворотним зв'язком для персоналізації обслуговування. Компанія створила власну систему для збору відгуків через мобільний додаток і програми лояльності. Це дозволяє відстежувати уподобання клієнтів, отримувати відгуки після візитів, а також дізнаватися про їхні побажання щодо нових послуг. Такі дані допомагають адаптувати підхід до кожного клієнта, а також вдосконалювати асортимент послуг і продуктів. Sephora аналізує кожен відгук і використовує його для навчання персоналу та впровадження нових підходів у своїй роботі.

3. Hilton Hotels: багаторівнева система зворотного зв'язку для оперативного реагування:

Hilton створив багаторівневу систему зворотного зв'язку, яка дозволяє клієнтам оцінювати якість обслуговування через різні канали, зокрема електронну пошту, опитування після відвідування та соціальні мережі. Що важливо, всі відгуки надсилаються до центрального офісу компанії, де їх аналізують, а також до конкретного готелю, де відбувся контакт з клієнтом. Цей підхід дозволяє Hilton миттєво реагувати на недоліки, а також розробляти довгострокові стратегії для покращення сервісу, базуючись на найбільш поширених зауваженнях.

4. Amazon: постійне вдосконалення сервісу на основі відгуків:

Amazon став піонером у використанні зворотного зв'язку для вдосконалення обслуговування у сфері онлайн-продажів. Відгуки клієнтів тут відіграють надзвичайно важливу роль: покупці можуть залишати оцінки не лише продуктам, а й процесу доставки, обслуговування тощо. Кожен відгук ретельно аналізується і допомагає Amazon швидко реагувати на недоліки, оптимізувати доставку, покращувати сервіс і навіть змінювати асортимент. Компанія використовує отримані дані для адаптації процесів та забезпечення високих стандартів обслуговування.

5. Starbucks: інтеграція зворотного зв'язку у процес навчання персоналу:

Starbucks постійно вдосконалює процеси обслуговування, враховуючи відгуки клієнтів. Компанія регулярно проводить опитування своїх відвідувачів, результати яких використовуються для навчання співробітників, розробки нових

меню та покращення досвіду клієнтів. Відгуки клієнтів, зібрані через додаток, соціальні мережі та особисте спілкування, сприяють оперативному внесенню змін, що дозволяє покращувати якість обслуговування та адаптувати пропозиції до очікувань відвідувачів. Досвід міжнародних компаній свідчить про те, що зворотний зв'язок є потужним інструментом для забезпечення високого рівня обслуговування та покращення репутації бізнесу. Використання технологій для збору та аналізу відгуків дозволяє компаніям швидко реагувати на зауваження, адаптувати послуги до потреб клієнтів та підтримувати високі стандарти якості. Салони краси можуть запозичити цей досвід, впроваджуючи системи зворотного зв'язку для підвищення задоволеності клієнтів, розширення асортименту послуг та адаптації під нові потреби ринку.

Види зворотного зв'язку:

-Прямий зворотний зв'язок: усні відгуки клієнтів, коментарі під час обслуговування, індивідуальні зустрічі з клієнтами.

-Непрямий зворотний зв'язок: письмові відгуки, анкети, онлайн-опитування, повідомлення через соціальні мережі та сайти.

-Аналітичний зворотний зв'язок: статистичний аналіз відгуків для виявлення загальних тенденцій, сильних та слабких сторін обслуговування.

Інтеграція системи зворотного зв'язку є важливим елементом для забезпечення стабільного підвищення якості послуг у салонах краси. Така система дозволяє не лише оперативно реагувати на зауваження клієнтів, а й виявляти приховані проблеми та вдосконалювати процеси обслуговування. Вона сприяє побудові довірливих відносин із клієнтами, допомагає визначати ключові потреби й очікування, а також підтримує персонал у постійному підвищенні кваліфікації та рівня обслуговування. Системи зворотного зв'язку дозволяють салонам краси зберігати конкурентоспроможність, забезпечуючи персоналізований підхід і адаптацію послуг до потреб ринку. Інтеграція таких систем робить можливим впровадження змін у реальному часі, що допомагає уникати втрати клієнтів через недоліки обслуговування, оперативно коригувати стратегії взаємодії з клієнтами і підтримувати високі стандарти якості. Таким чином, зворотний зв'язок стає не

лише інструментом для корекції роботи, а й важливим чинником для формування лояльності клієнтів і розвитку бізнесу в цілому.

3.2 Запровадження CRM-системи та інновацій для підвищення клієнтоорієнтованості, мотивація персоналу як складова підвищення якості послуг.

Запровадження CRM-системи (Customer Relationship Management) є важливим кроком для салону краси, що прагне підвищити клієнтоорієнтованість та забезпечити високий рівень обслуговування. CRM-система дозволяє автоматизувати та структурувати процеси взаємодії з клієнтами, що позитивно впливає на рівень їхньої задоволеності та лояльності. Сучасні CRM-системи пропонують безліч інструментів для збору, зберігання та аналізу даних про клієнтів, що робить їх незамінними для бізнесів у сфері послуг, зокрема салонів краси.

Переваги CRM-системи для салону краси: CRM-система допомагає салону краси у багатьох аспектах, які безпосередньо впливають на якість обслуговування:

1. Персоналізація обслуговування. CRM дозволяє збирати детальну інформацію про кожного клієнта, включаючи історію візитів, уподобання, спеціальні запити та навіть записи про улюблені продукти чи процедури. Це дозволяє персоналу забезпечувати індивідуальний підхід до кожного клієнта, враховуючи його потреби та уподобання, що значно підвищує якість обслуговування.

Збір інформації про клієнтів CRM-системи дозволяють збирати детальну інформацію про клієнтів, включаючи:

- Контактні дані: Ім'я, номер телефону, електронна пошта.
- Історію відвідувань: Коли клієнт відвідував салон, які послуги обирав, які майстри працювали з ним.

- Уподобання: Улюблені процедури, косметичні засоби, типи обслуговування.
- Відгуки та оцінки: Враження від попередніх візитів, коментарі про якість обслуговування.

Ці дані формують повну картину про кожного клієнта, що дозволяє створити індивідуальний підхід до обслуговування. Персоналізовані пропозиції. На основі зібраної інформації CRM-система може автоматично генерувати персоналізовані пропозиції для клієнтів. Наприклад, якщо клієнт часто обирає певні процедури або продукти, система може надсилати йому спеціальні акції на ці послуги. Це не лише підвищує шанси на повторні покупки, але й демонструє клієнтові, що його вподобання враховуються.

Комунікація та взаємодія CRM-система дозволяє автоматизувати комунікацію з клієнтами. Наприклад:

- Нагадування про запис: Система може надсилати автоматичні повідомлення про заплановані візити, що зменшує ймовірність пропуску.
- Вітання з днем народження: Відправлення вітальних листівок або спеціальних пропозицій на день народження клієнта сприяє формуванню позитивних емоцій та підвищує лояльність.
- Запити на зворотний зв'язок: Після візиту клієнти можуть отримати запит на оцінку послуг, що дозволяє їм відчувати, що їхня думка важлива.
- Розсилки: Автоматизовані SMS або email-розсилки допомагають повідомляти клієнтів про акції, знижки, нові послуги чи нагадувати про запис.

Адаптація обслуговування: завдяки даним, зібраним у CRM, персонал може адаптувати обслуговування відповідно до потреб клієнтів. Наприклад, якщо клієнт вказує на алергію на певні інгредієнти, майстер може уникати їх у процесі роботи. Таке врахування деталей показує клієнтам, що салон піклується про їхню безпеку та комфорт.

Аналіз результатів CRM-системи надають можливість аналізувати дані про клієнтів, вивчати їхню поведінку та вподобання. Це дозволяє салону виявляти тенденції, адаптувати свої послуги та проводити ефективні маркетингові кампанії,

орієнтуючись на конкретні групи клієнтів. Наприклад, якщо певна послуга стає популярною серед молодих клієнтів, салон може розширити її пропозиції та активно просувати її через соціальні мережі. Персоналізація обслуговування за допомогою CRM-системи є важливим фактором, що сприяє підвищенню задоволеності клієнтів та формуванню їхньої лояльності. Збір і аналіз даних про клієнтів, автоматизація комунікації, адаптація послуг до потреб — все це допомагає салонам краси створити індивідуальний підхід до кожного відвідувача, що, в свою чергу, підвищує конкурентоспроможність бізнесу. Використання CRM-технологій забезпечує більш глибоке розуміння клієнтів і допомагає надавати послуги найвищої якості.

2. Поліпшення комунікації з клієнтами. CRM-система дає змогу надсилати автоматичні нагадування про заплановані візити, повідомлення про акції чи нові послуги, а також привітання з днем народження. Така комунікація створює позитивне враження у клієнтів, демонструючи, що салон дбає про їхні зручності та завжди готовий нагадати про важливі події.

Автоматизація комунікаційних процесів CRM-система дозволяє автоматизувати багато комунікаційних процесів, що значно знижує навантаження на персонал і підвищує ефективність:

- Нагадування про візити: Система може автоматично надсилати SMS або електронні листи з нагадуваннями про заплановані візити. Це зменшує кількість пропущених зустрічей та покращує планування роботи салону.
- Розсилки акцій та новин: CRM дозволяє автоматично надсилати інформацію про нові послуги, акції або спеціальні пропозиції на електронні адреси клієнтів. Це допомагає тримати клієнтів в курсі останніх новин і стимулює їх до повторних візитів.

Персоналізація комунікації: системи CRM збирають та зберігають інформацію про вподобання і потреби клієнтів, що дозволяє здійснювати більш персоналізовані комунікації:

- Індивідуальні пропозиції: Знаючи уподобання клієнтів, салон може надсилати їм персоналізовані пропозиції на основі їхніх попередніх візитів або

замовлень. Наприклад, якщо клієнт часто користується певними процедурами, можна запропонувати знижку на наступну процедуру.

- **Адаптація контенту:** Система дозволяє сегментувати клієнтів за різними критеріями, такими як вік, стать або частота відвідувань. Це дає можливість адаптувати повідомлення до кожної групи, що робить комунікацію більш ефективною.

Зворотний зв'язок та взаємодія CRM-система полегшує збір зворотного зв'язку від клієнтів, що є важливим для покращення обслуговування:

- **Опитування та оцінки:** Після візиту клієнти можуть отримати запит на оцінку послуг або заповнення короткого опитування. Це допомагає виявити сильні та слабкі сторони обслуговування та швидко реагувати на проблеми.

- **Взаємодія в реальному часі:** Деякі CRM-системи надають можливість чатів або месенджерів для комунікації з клієнтами в реальному часі. Це дозволяє швидко відповідати на запитання, розв'язувати проблеми і надавати консультації.

Централізація інформації CRM-система забезпечує централізовану базу даних, де зберігається вся інформація про клієнтів. Це дозволяє:

- **Забезпечити доступ до даних:** Усі співробітники можуть мати доступ до актуальної інформації про клієнтів, що сприяє кращому обслуговуванню. Наприклад, якщо клієнт звертається до різних фахівців, вони можуть бачити історію візитів і особливі побажання клієнта.

- **Уникнути повторних запитів:** Завдяки наявності всієї інформації в одному місці, клієнти не змушені повторювати свої запити або вказувати свої уподобання кожного разу.

Аналіз та вдосконалення комунікації: Системи CRM надають можливості для аналізу даних про комунікацію з клієнтами, що дозволяє салонам постійно вдосконалювати свої стратегії:

- **Аналіз ефективності:** Салон може аналізувати, які канали комунікації приносять найбільше результатів, а які потребують вдосконалення. Наприклад, можна вивчити, які акції були найуспішнішими у залученні нових клієнтів.

- **Планування нових стратегій:** На основі аналізу даних салон може розробляти нові стратегії комунікації та просування, щоб залучити більше клієнтів та підвищити їхню лояльність.

Поліпшення комунікації з клієнтами завдяки CRM-системі є критично важливим для досягнення високих стандартів обслуговування у салонах краси. Автоматизація комунікаційних процесів, персоналізація взаємодії, зворотний зв'язок, централізація інформації та можливість аналізу даних дозволяють значно підвищити задоволеність клієнтів і зміцнити їхню лояльність. Завдяки CRM-системі салони краси можуть не лише ефективно взаємодіяти з клієнтами, а й створювати довірливі відносини, що сприяє довгостроковому успіху бізнесу.

3. Відстеження зворотного зв'язку. CRM-системи дозволяють зберігати відгуки клієнтів після кожного візиту, що допомагає керівництву салону оперативно реагувати на зауваження і вдосконалювати обслуговування. Наприклад, клієнти можуть залишати свої оцінки або коментарі щодо якості обслуговування, після чого система автоматично зберігає ці дані для аналізу та подальшого вдосконалення послуг.

Збір зворотного зв'язку CRM-системи забезпечують різноманітні інструменти для збору зворотного зв'язку від клієнтів:

- **Опитування та анкети:** Після завершення послуги клієнти можуть отримувати запрошення пройти опитування, де вони можуть оцінити якість обслуговування, майстра, атмосферу в салоні та інші аспекти. Цей метод дозволяє отримувати структуровану інформацію, яку легко аналізувати.

- **Відгуки через соціальні мережі та онлайн-платформи:** Багато CRM-систем інтегруються з соціальними мережами та онлайн-платформами, що дозволяє збирати відгуки безпосередньо з цих джерел. Салон може отримувати миттєві сповіщення про нові коментарі та оцінки.

- **Прямий зворотний зв'язок:** У CRM-системах можуть бути вбудовані функції для збору зворотного зв'язку в реальному часі під час або після відвідування, наприклад, за допомогою планшетів або терміналів на ресепшені.

Аналіз зворотного зв'язку: завдяки CRM-системам зворотний зв'язок може бути швидко та ефективно проаналізовано:

- **Обробка даних:** CRM-системи дозволяють автоматично обробляти дані, зібрані з різних джерел, що забезпечує швидкий доступ до статистики оцінок і відгуків. Це дозволяє менеджерам швидко виявляти тренди, проблеми та можливості для покращення.
- **Сегментація відгуків:** Відгуки можуть бути сегментовані за різними критеріями, такими як тип послуги, майстер або дата візиту. Це дозволяє глибше проаналізувати, які саме аспекти обслуговування потребують поліпшення.
- **Ідентифікація проблем:** CRM-системи можуть автоматично генерувати звіти про негативні відгуки або низькі оцінки, що дозволяє швидко реагувати на проблеми, які можуть вплинути на репутацію салону.

Реакція на зворотний зв'язок: ефективне використання CRM-системи для відстеження зворотного зв'язку не обмежується лише збором та аналізом даних. Важливо також реагувати на отриману інформацію:

- **Швидка реакція:** Завдяки автоматизованим сповіщенням менеджери салону можуть оперативно реагувати на негативні коментарі чи запити клієнтів. Це може включати зв'язок із клієнтом для виправлення ситуації або пропозицію компенсації.
- **Вдосконалення обслуговування:** Зворотний зв'язок може стати основою для корекції політик обслуговування, навчання персоналу та вдосконалення процедур. Наприклад, якщо клієнти скаржаться на тривалість процедури, салон може розглянути оптимізацію робочих процесів.
- **Розробка нових послуг:** Вивчаючи відгуки, салон може визначити потреби та уподобання клієнтів, що допоможе створити нові послуги або вдосконалити вже існуючі.

Залучення клієнтів CRM-системи також можуть допомогти у залученні клієнтів через активне використання зворотного зв'язку:

- Програми лояльності: На основі зворотного зв'язку салон може розробити програми лояльності, що враховують уподобання клієнтів. Це сприяє створенню більш привабливих пропозицій для постійних клієнтів.

- Дослідження задоволеності: Регулярні опитування про задоволеність клієнтів допомагають зрозуміти, що саме їх зацікавлює, а також визначити області для поліпшення. Це дає змогу клієнтам відчувати, що їхня думка важлива, і підвищує їхню лояльність до салону.

Зворотний зв'язок як інструмент розвитку: відстеження зворотного зв'язку через CRM-системи може стати потужним інструментом для розвитку бізнесу:

- Стратегічне планування: Зібрані дані допомагають керівництву салону приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку бізнесу, розширення послуг, підвищення кваліфікації персоналу тощо.

- Аналіз конкурентів: Аналізуючи зворотний зв'язок, можна виявити сильні та слабкі сторони конкуренції. Це дозволяє салону адаптувати свою стратегію, щоб забезпечити кращі умови для клієнтів.

Відстеження зворотного зв'язку за допомогою CRM-систем є критично важливим для підвищення якості обслуговування в салонах краси. Збір, аналіз і реакція на зворотний зв'язок дозволяють не лише усувати недоліки, але й розвивати бізнес у відповідь на потреби клієнтів. Впровадження системи відстеження зворотного зв'язку сприяє формуванню довірливих відносин з клієнтами, підвищенню їхньої лояльності та забезпеченню стабільного розвитку бізнесу. Таким чином, CRM-системи стають важливим інструментом для управління відносинами з клієнтами і підвищення якості обслуговування у сфері б'юті-послуг.

4. Ефективне управління записами. CRM-система дозволяє клієнтам бронювати візити онлайн, що спрощує запис і робить його доступним у будь-який час. Це забезпечує зручність для клієнтів і допомагає персоналу салону ефективно організувати графік, уникнути конфліктів у розкладі та зменшити час очікування.

CRM-системи забезпечують централізовану базу даних, де зберігається вся інформація про записи клієнтів:

- Єдине вікно для всіх записів: Усі записи про клієнтів, їхні послуги, дати та час візитів зберігаються в одному місці. Це дозволяє співробітникам легко знаходити необхідну інформацію та швидко реагувати на запити.
- Доступ з будь-якого місця: Багато CRM-систем мають функції хмарного зберігання, що дозволяє отримувати доступ до записів з будь-якого пристрою, підключеного до інтернету. Це є особливо корисним для салонів, що мають декілька філій або співробітників, які працюють поза межами офісу.

5. Аналіз ефективності маркетингових кампаній.

Завдяки CRM-системі салон може аналізувати, які маркетингові кампанії найбільше приваблюють клієнтів, яка реклама є ефективною і що саме подобається клієнтам у послугах. Це дозволяє оптимізувати витрати на маркетинг, спрямовуючи ресурси на найефективніші канали просування.

Впровадження CRM-системи: ключові кроки

- Оцінка потреб салону. Перший крок до впровадження CRM-системи – це визначення потреб салону. Важливо врахувати, які функції будуть найбільш корисними для бізнесу, і обрати CRM, що відповідає специфіці роботи салону краси.
- Вибір CRM-системи. На ринку існує багато CRM-рішень, які спеціалізуються на б'юті-сфері, таких як Fresha, Salonized або Phorest. Важливо вибрати систему, яка матиме необхідні функції для управління записами, відстеження зворотного зв'язку, планування роботи та персоналізації обслуговування.
- Навчання персоналу. Щоб CRM-система була ефективною, персонал має знати, як правильно з нею працювати. Навчання всіх співробітників, від адміністратора до майстрів, допоможе забезпечити повне використання можливостей системи та уникнути помилок у її використанні.
- Інтеграція з іншими системами. CRM-систему можна інтегрувати з іншими інструментами, які використовуються в салоні, такими як система обліку фінансів, програми лояльності, онлайн-бронювання тощо. Це допоможе створити

єдину екосистему, яка покращить внутрішні процеси та забезпечить зручність для клієнтів.

- Аналіз результатів та адаптація. Після впровадження CRM важливо регулярно аналізувати її ефективність, вивчати звіти та коригувати стратегії обслуговування на основі отриманих даних. Це допоможе зробити послуги ще більш персоналізованими та клієнтоорієнтованими.

Впровадження CRM-системи є важливим інструментом для підвищення клієнтоорієнтованості салону краси. Вона сприяє не тільки ефективному управлінню записами та збереженню інформації про клієнтів, але й покращенню комунікації, персоналізації обслуговування та відстеженню зворотного зв'язку. Впровадження CRM-системи дозволяє салону краси бути ближчим до своїх клієнтів, забезпечувати їм високий рівень обслуговування та підтримувати їхню лояльність.

По-перше, CRM-системи дозволяють централізувати всі дані про клієнтів, забезпечуючи легкий доступ до важливої інформації, що сприяє кращому обслуговуванню. Завдяки автоматизації процесів запису, підтвердження та нагадування, салон зменшує кількість пропущених візитів, підвищуючи загальний рівень задоволеності клієнтів. По-друге, CRM-системи забезпечують можливість глибокого аналізу поведінки клієнтів, що дозволяє персоналізувати обслуговування та пропонувати клієнтам індивідуальні рішення відповідно до їхніх уподобань і потреб. Це, в свою чергу, сприяє збільшенню лояльності клієнтів та повторних продажів. Крім того, завдяки аналітичним функціям CRM-системи, керівництво салону отримує змогу прогнозувати попит на послуги, оптимізувати роботу персоналу та розробляти ефективні стратегії маркетингу. Інформація про зворотний зв'язок клієнтів дозволяє оперативно реагувати на проблеми, що виникають, та здійснювати необхідні корективи в обслуговуванні.

Отже, впровадження CRM-системи є не лише технологічним, але й стратегічним кроком, який здатний суттєво підвищити ефективність управління салоном краси. У результаті, це дозволяє покращити обслуговування клієнтів, збільшити їхню лояльність, а також забезпечити стабільний розвиток бізнесу.

Салони, що інвестують у CRM-технології, мають можливість зайняти лідируючі позиції на ринку та досягти стійкого зростання.

6. Маркетингові інновації

Маркетингові інновації для салону краси є ключовим інструментом для залучення нових клієнтів, утримання постійних відвідувачів і створення впізнаваного бренду. Вони включають сучасні технології, креативні підходи та інтеграцію цифрових платформ. Салони краси можуть активно використовувати соціальні мережі для демонстрації результатів роботи майстрів, публікації відео процедур, фото «до і після», а також взаємодії з клієнтами через опитування, конкурси чи прямі ефіри. Створення унікального контенту допомагає формувати довіру та залучати нову аудиторію.

Колаборація з інфлюенсерами — ще один ефективний метод, що базується на рекламі через блогерів, які мають лояльну аудиторію. Вони можуть демонструвати послуги салону, створювати відеоогляди чи ділитися промокодами зі своїми підписниками. Це дозволяє значно розширити охоплення потенційних клієнтів. Важливим інструментом є мобільні додатки, які надають клієнтам можливість зручно записатися на процедури, отримувати нагадування про майбутні візити чи спеціальні пропозиції. Інтеграція програми лояльності у додаток із бонусами за повторні візити або рекомендації друзям сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів і їхньої лояльності до салону.

Інтерактивні маркетингові кампанії, такі як розіграші, онлайн-ігри зі знижками або акції на повторні візити, також формують позитивний досвід клієнтів. Не варто забувати про організацію заходів: майстер-класи, семінари з догляду за собою чи демонстрації нових продуктів залучають аудиторію, створюючи додаткову цінність для клієнтів.

Важливим напрямком є інтеграція сталих практик, таких як використання екологічних матеріалів, мінімізація відходів і соціальна відповідальність. Це дозволяє салону позиціонувати себе як відповідальний бізнес, що приваблює свідому аудиторію. Разом ці інновації створюють комплексний підхід до

маркетингу, що дозволяє салону краси виділитися серед конкурентів, забезпечити стабільний розвиток і сформувати сильний бренд.

Робота з соціальними мережами: активна присутність у Instagram, TikTok для демонстрації послуг. Робота з соціальними мережами є важливим інструментом для розвитку салону краси, оскільки платформи, такі як Instagram і TikTok, дозволяють демонструвати послуги, залучати нових клієнтів та підвищувати лояльність існуючих. Активна присутність у цих мережах сприяє створенню іміджу сучасного, клієнтоорієнтованого закладу.

Instagram, як візуально орієнтована платформа, є ідеальним місцем для публікації якісного контенту. Фотографії «до і після», відео процесу процедур, огляди обладнання та матеріалів, стилізовані портрети задоволених клієнтів можуть стати основою контент-стратегії. Особливу увагу слід приділити стилю оформлення: єдиний кольоровий тон, красивий шрифт і гармонійний дизайн сторінки підвищують привабливість профілю. Крім того, важливо використовувати функції Instagram Stories і Highlights для створення акцентів на акціях, відгуках клієнтів і послугах.

TikTok, як платформа для коротких відео, дає можливість креативно показати роботу салону. Тут можна розміщувати відеоролики із швидким оглядом процесу виконання послуг, майстер-класи, демонстрацію результатів або розважальні відео, що висвітлюють повсякденне життя команди салону. Популярними є відео за участі майстрів, які відповідають на типові запитання клієнтів або демонструють «секрети краси». Ключовим аспектом роботи в соціальних мережах є взаємодія з аудиторією. Відповіді на коментарі, прямі ефіри для демонстрації процедур або обговорення актуальних трендів у сфері краси допомагають формувати довіру. Регулярні конкурси та розіграші, наприклад, подарункових сертифікатів на послуги, стимулюють залученість клієнтів. Значну роль відіграє реклама в соціальних мережах. Геолокаційний таргетинг дозволяє орієнтувати рекламу на мешканців певного району, де розташований салон. Це особливо ефективно для залучення нових клієнтів. Реклама може включати акційні пропозиції, розповіді про переваги салону або демонстрацію популярних послуг. Робота з Instagram і

TikTok дозволяє не лише залучати нових клієнтів, але й розвивати бренд, створюючи віртуальний простір, де клієнти можуть знайти натхнення, корисну інформацію та підтвердження професіоналізму вашого салону краси.

Колаборації з інфлюенсерами: залучення нових клієнтів через рекламу в блогерів. Колаборації з інфлюенсерами є потужним маркетинговим інструментом для залучення нових клієнтів до салону краси. Співпраця з блогерами, які мають велику і лояльну аудиторію, дозволяє швидко підвищити впізнаваність бренду, продемонструвати якість послуг і створити довіру до салону.

Перший крок у такій стратегії — це вибір інфлюенсера, чия аудиторія відповідає цільовій аудиторії вашого салону. Важливо врахувати географічне розташування, стиль контенту блогера і його тематику. Наприклад, блогери, які спеціалізуються на б'юті-індустрії, моді чи здоровому способі життя, найбільше підходять для салонів краси. Особливу увагу слід звертати на якість підписників блогера (справжні профілі, а не боти) і рівень залученості аудиторії. Формати співпраці можуть бути різними. Найбільш популярними є оглядові публікації, де інфлюенсер розповідає про свій досвід користування послугами вашого салону, або створення відео з демонстрацією процедур «до і після». Іншим ефективним варіантом є організація розіграшів серед підписників блогера із сертифікатами на послуги салону. Також можна запропонувати інфлюенсеру спеціальний промокод для його аудиторії, що надає знижку на послуги. Це не лише стимулює відвідування салону, але й дозволяє відстежити ефективність співпраці.

Бартерна модель співпраці також є поширеною у цій сфері. Інфлюенсери можуть отримувати безкоштовні послуги у вашому салоні в обмін на рекламу. Такий формат зменшує витрати на маркетинг і водночас демонструє реальний досвід клієнта. Окрім звичайних публікацій, варто використовувати інтерактивні формати, наприклад, прямі ефіри в Instagram або TikTok, де блогер у реальному часі ділиться враженнями від процедур чи знайомить аудиторію з майстрами салону. Така взаємодія створює додаткову довіру та допомагає залучити тих клієнтів, які раніше могли сумніватися. Колаборації з інфлюенсерами не лише

сприяють залученню нових клієнтів, але й допомагають будувати емоційний зв'язок з аудиторією, що в сучасному світі маркетингу має вирішальне значення.

Розробка мобільних додатків: створення платформи для зручності клієнтів. Розробка мобільних додатків для салону краси є сучасним інструментом, який значно підвищує комфорт клієнтів, оптимізує внутрішні процеси та сприяє зміцненню лояльності. Мобільний додаток дозволяє створити зручну платформу для взаємодії з клієнтами, де вони можуть отримати доступ до послуг салону, записатися на процедури, скористатися акціями чи знайти інформацію про ваш бренд. Головною перевагою мобільного додатку є можливість онлайн-запису. Клієнти можуть переглядати доступний графік майстрів у режимі реального часу, обирати зручний час і бронювати процедури за кілька кліків. Це усуває необхідність телефонних дзвінків і мінімізує ризик помилок при записі. Додаток також може надсилати автоматичні нагадування про майбутній візит, що зменшує кількість пропущених записів і підвищує ефективність роботи салону.

Інтеграція програм лояльності в мобільний додаток дає можливість клієнтам накопичувати бонуси за кожний візит або покупку, а також отримувати знижки чи подарунки. Це стимулює постійні візити та формує довгострокову лояльність. Персоналізовані пропозиції, такі як спеціальні акції на день народження чи знижки на популярні послуги, підвищують задоволеність клієнтів і створюють позитивний імідж вашого салону.

Мобільний додаток також може виконувати функцію інформаційного центру. Тут можна розмістити детальний опис послуг, портфоліо робіт майстрів, актуальні ціни, інформацію про акції та новини салону. Для залучення нових клієнтів корисною функцією буде можливість залишати й переглядати відгуки. Це створює прозору систему оцінювання, яка підвищує довіру до вашого закладу. Ще однією цікавою функцією може бути інтеграція чат-ботів або онлайн-консультантів, які відповідають на поширені запитання клієнтів, надають поради щодо вибору процедур або допомагають вирішити технічні питання. Додаток також може пропонувати персоналізовані рекомендації на основі попередніх записів чи вподобань клієнтів.

Завдяки функціоналу для аналітики власники салону можуть отримувати важливі дані про поведінку клієнтів, популярність послуг, сезонність попиту та інші показники. Це допомагає краще планувати роботу та розробляти ефективні маркетингові стратегії. Таким чином, мобільний додаток для салону краси стає не просто зручним сервісом для клієнтів, а й ефективним інструментом управління бізнесом, який дозволяє залишатися конкурентоспроможним у сучасному цифровому середовищі.

7. Візуальна реклама в салоні

Демонстрація досягнень: використання екранів або фотоальбомів із роботами майстрів. Демонстрація досягнень у салоні краси через використання екранів або фотоальбомів із роботами майстрів є потужним способом привернути увагу клієнтів, підвищити довіру та показати рівень професіоналізму персоналу. Цей метод дозволяє створити візуальне враження, яке надихає клієнтів спробувати послуги або навіть вибрати конкретного майстра.

Екрани, розташовані в зоні очікування або на ресепшені, можуть демонструвати слайд-шоу з результатами робіт майстрів: зачіски, фарбування волосся, макіяж, манікюр, косметологічні процедури тощо. Важливо, щоб фото та відео були професійної якості, з чітким освітленням і акцентом на результат. Демонстрація процесу «до і після» особливо ефективна, адже вона наочно ілюструє майстерність команди салону. Крім того, можна показувати короткі відео або навчальні ролики, які пояснюють особливості процедур, їхню ефективність і переваги. Фотоальбоми також залишаються популярним варіантом для клієнтів, які віддають перевагу фізичним носіям інформації. Вони можуть бути оформлені як стильні книги або журнали, розташовані на столах у зоні очікування. Такий підхід дозволяє клієнтам переглядати роботи майстрів, очікуючи свій запис, і вибирати бажаний стиль чи послугу. Для фотоальбомів важливо розподілити матеріали за категоріями (наприклад, стрижки, фарбування, манікюр), що спрощує пошук потрібного.

Крім портфоліо робіт, на екранах або в альбомах можна розміщувати додаткову інформацію про майстрів: їхній досвід, сертифікати, участь у конкурсах

або майстер-класах. Це створює у клієнтів відчуття впевненості в професіоналізмі персоналу. Додатково, демонстрація досягнень може включати відгуки клієнтів, які підкреслюють якість роботи та рівень сервісу. Відгуки можуть бути представлені у вигляді тексту з фотографіями результатів або навіть у форматі відеороликів. Екрани також можна використовувати для відображення акцій, спеціальних пропозицій або нових послуг, що сприяє активному просуванню бізнесу. Цей метод добре поєднується з сучасними технологіями, адже контент можна регулярно оновлювати, створюючи актуальну і динамічну візуальну презентацію. Таким чином, демонстрація досягнень через екрани або фотоальбоми не лише показує високий рівень роботи салону, але й допомагає створити позитивний імідж, надихає клієнтів і сприяє зміцненню довіри до вашого закладу.

Сучасний інтер'єр: створення зон для фото (фотозона) для клієнтів, які хочуть поділитися враженнями у соцмережах. Сучасний інтер'єр із фотозоною в салоні краси — це не лише елемент дизайну, але й потужний маркетинговий інструмент, який допомагає клієнтам ділитися своїми позитивними враженнями в соціальних мережах. Фотозона створює додаткову цінність для відвідувачів і сприяє популяризації бренду салону через органічний контент.

Фотозона має бути естетично оформленою та відповідати загальному стилю інтер'єру салону. Важливо, щоб дизайн був привабливим і унікальним, аби клієнти хотіли фотографуватися саме у вашому закладі. Елементи декору можуть включати сучасні меблі, стильні дзеркала, квіткові композиції, підсвічування або інтерактивні елементи, як-от LED-підсвітка з мотивуючими написами, що стане ідеальним фоном для фото. Написи типу “Beauty starts here” або “Stay glamorous” додають атмосферності та привертають увагу. Розташування фотозони також є важливим. Найкраще її встановити в зоні очікування або в окремому просторі, де клієнти зможуть комфортно зробити фото без сторонніх поглядів. Простір має бути добре освітлений, щоб навіть без професійної камери фото виглядали якісно. Використання природного світла в поєднанні з декоративним освітленням створює оптимальні умови для зйомки.

Фотозона також може включати логотип салону або брендові елементи, які будуть ненав'язливо з'являтися на знімках клієнтів, коли ті публікуватимуть фото в соцмережах. Це слугує безкоштовною рекламою, адже зображення розповсюджуються серед їхніх підписників. Крім того, клієнтів можна заохочувати до публікації фото з використанням хештегів салону.

Щоб підвищити інтерес до фотозони, можна організовувати конкурси або акції. Наприклад, клієнти, які поділяться фото із салону в Instagram чи TikTok і позначать ваш профіль, можуть отримати знижку на наступний візит або приємний бонус. Це стимулює активність і сприяє залученню нової аудиторії.

Фотозона також може змінюватися відповідно до сезонів чи свят, наприклад, на Новий рік можна оформити її в зимовому стилі з гірляндами, а на весну — додати квіткові композиції. Така динаміка дозволяє клієнтам щоразу отримувати новий досвід, який хочеться відобразити на фото. Інтеграція фотозони в сучасний інтер'єр салону краси сприяє не лише покращенню атмосфери в закладі, але й формуванню сильного бренду через соціальні мережі. Це спосіб зробити салон впізнаваним і водночас надати клієнтам додаткову емоційну цінність від відвідування.

Короткі відеоінструкції: як правильно доглядати за собою вдома, з використанням послуг чи товарів салону. Короткі відеоінструкції — це ефективний спосіб навчити клієнтів правильно доглядати за собою вдома, водночас популяризуючи послуги та товари вашого салону краси. Такі відео не лише надають практичну цінність, але й зміцнюють довіру клієнтів до бренду, демонструючи експертність ваших майстрів.

У відеоінструкціях можна розповідати про базові процедури догляду за волоссям, шкірою чи нігтями, а також показувати, як використовувати професійні засоби, доступні в салоні. Наприклад, ви можете зняти ролик про те, як правильно наносити маску для волосся, виконувати легкий масаж обличчя вдома чи підтримувати манікюр у гарному стані між візитами. Такий контент має бути простим і зрозумілим, щоб навіть люди без спеціальних навичок могли виконати рекомендації. Важливим елементом цих відео є ненав'язливе включення ваших

послуг і товарів. Наприклад, під час демонстрації догляду за обличчям можна згадати, що регулярні професійні чистки в салоні підсилюють ефект домашнього догляду. Якщо ви використовуєте товари, які продаються у вашому салоні, варто коротко розповісти про їх переваги та правильне застосування. Формат відео має бути лаконічним і динамічним. Найкраще працюють ролики тривалістю 1–3 хвилини, які клієнти можуть переглядати в соціальних мережах, таких як Instagram, TikTok чи Facebook. Стиль відео має бути професійним, але дружнім, щоб клієнти відчували, що отримують поради від експертів, які щиро дбають про них. Також можна знімати серію відео за певною тематикою. Наприклад, серію «Догляд за волоссям узимку» або «Як підготувати шкіру до літа», додаючи послідовні поради, які будуть корисними клієнтам у конкретний сезон. Такий підхід утримує інтерес аудиторії і стимулює перегляд нових роликів. Щоб збільшити залученість, варто активно взаємодіяти з глядачами: відповідати на коментарі, пропонувати тему наступного відео чи заохочувати клієнтів ділитися власними результатами догляду з вашими рекомендаціями. Наприклад, клієнт може викласти фото чи відео після використання ваших товарів або послуг із тегом вашого салону. Короткі відеоінструкції — це не лише спосіб підвищити обізнаність клієнтів, але й чудова нагода просувати ваші послуги та товари, формуючи довгострокову лояльність і залучаючи нову аудиторію через соціальні мережі.

8. Інтерактивні кампанії

Ігровий формат: наприклад, онлайн-рулетки зі знижками чи бонусами за участь. Ігрові формати є ефективним способом залучення клієнтів, підвищення їхньої зацікавленості та стимулювання повторних візитів. Вони дозволяють створити веселу атмосферу та залучити нових клієнтів, одночасно надаючи їм додаткові переваги у вигляді бонусів або знижок. Одним із таких форматів є онлайн-рулетка, яку можна інтегрувати в маркетингову стратегію салону краси.

Як працює онлайн-рулетка в салоні краси:

1. Умови участі: Клієнти можуть брати участь у грі, записавшись на певну послугу або здійснивши покупку, наприклад, купивши сертифікат або подарункову

картку. Також участь може бути безкоштовною для клієнтів, які вже стали лояльними або мають певну кількість бонусів чи очок в програмі лояльності.

2. Механізм рулетки: Онлайн-рулетка може бути інтегрована на сайті або в додатку салону краси. Кожен клієнт має можливість «крутити» рулетку після виконання певних умов (наприклад, здійснення покупки або запису на послугу). У рулетці можуть бути такі призи:

- Знижки на послуги (від 5% до 50%).
- Безкоштовні додаткові послуги (наприклад, масаж голови або манікюр).
- Бонусні бали, які клієнт може обміняти на знижки або подарунки.
- Подарункові сертифікати на певну суму.
- Безкоштовні консультації чи візити до експертів.

3. Вигода для салону краси:

- Залучення нових клієнтів: Онлайн-рулетка стимулює людей записуватися на послугу або робити покупку для участі у грі, що підвищує кількість відвідувачів.

- Активізація існуючих клієнтів: Ігрові елементи додають розвагу в процес взаємодії з клієнтом, що мотивує його частіше відвідувати салон і використовувати нові послуги.

- Підвищення продажів: Бонуси чи знижки, які клієнти отримують через гру, можуть спонукати їх до купівлі додаткових послуг, тим самим збільшуючи середній чек.

4. Переваги для клієнтів:

- Елемент азарту та розваги: Ігровий формат додає інтерактивності, що робить процес обслуговування більш захоплюючим для клієнта.

- Можливість отримати додаткові вигоди: Клієнти можуть виграти знижки, бонуси або безкоштовні послуги, що підвищує їхню задоволеність і лояльність.

- Стимул до повторних візитів: Клієнти можуть повертатися до салону, щоб знову спробувати свою удачу або використати виграні бонуси.

Приклад проведення онлайн-рулетки:

- Умови: Клієнт записується на процедуру (наприклад, стрижка та фарбування) на певну суму та отримує один безкоштовний «круток» у рулетці.

- Приз: У рулетці можуть бути різні призи: знижка 10%, бонуси 50 балів, безкоштовний догляд за волоссям, додаткові 30 хвилин на процедуру, або великий приз — безкоштовна послуга на наступний візит.

Використання онлайн-рулетки в салоні краси. Інтеграція онлайн-рулетки в стратегію маркетингу салону краси дозволяє не лише створити цікаву та захопливу взаємодію з клієнтами, але й ефективно мотивувати їх до використання більше послуг, підвищувати середній чек та формувати стійку лояльність. Це чудовий спосіб заохочення постійних клієнтів, а також привертання нових відвідувачів, що допомагає салону краси успішно конкурувати на ринку.

Квести в салоні: акції з розіграшами або подарунками при повторних візитах. Інтерактивні маркетингові кампанії, такі як квести з акціями, є відмінним інструментом для залучення клієнтів і підтримки їх інтересу до салону краси. Квести можуть значно підвищити рівень взаємодії з клієнтами, створити емоційний зв'язок з брендом та сприяти залученню нових відвідувачів. Завдяки додаванню ігрових елементів, такі акції мотивують клієнтів повертатися до салону і заохочують до повторних візитів, що є важливим аспектом лояльності.

1. Мета квесту:

Основною метою квесту є створення захопливого досвіду для клієнтів, що одночасно підвищує їхню лояльність і заохочує до повторних візитів у салон. Це може бути частина кампанії, що підвищує обізнаність про нові послуги чи спеціальні пропозиції.

2. Механізм квесту:

- Участь: Клієнт має можливість приєднатися до квесту після виконання певних умов, наприклад, запису на певну послугу або здійснення покупки на певну суму.

- Кроки квесту: Квест може включати кілька етапів, які потрібно пройти клієнту під час декількох візитів до салону, наприклад:

- Перший етап: Запис на процедуру — клієнт отримує перший підказок або завдання.

- Другий етап: Виконання наступної послуги — отримання нового завдання.

- Третій етап: Завершення квесту — клієнт отримує основний приз або подарунок.

Кожен етап може містити цікавий елемент: загадки, візуальні підказки або творчі завдання, пов'язані з тематикою салону краси.

3. Типи квестів:

- Квест з відвідуванням декількох послуг: Наприклад, клієнт має пройти квест, відвідуючи кілька процедур (манікюр, стрижка, масаж), і на кожному етапі отримує частину нагороди чи знижки на наступну послугу.

- Сезонний квест: Наприклад, під час свят чи змін сезонів салон може організувати спеціальний квест, де клієнт отримує завдання, пов'язані з конкретною подією, і завершується отриманням святкового подарунка чи знижки.

- Фото-квест: Клієнт робить фото до і після процедури, і по завершенню декількох візитів отримує знижки чи бонуси на подальші послуги.

4. Нагороди та подарунки:

Після виконання квесту клієнт отримує призи, які можуть включати:

- Знижки на наступні послуги.
- Подарункові сертифікати.
- Безкоштовні додаткові послуги, наприклад, масаж голови або укладка.
- Продукція для догляду за волоссям, шкірою або нігтями.
- Бонусні бали в програмі лояльності, які можна обміняти на послугу або продукт.

5. Вигоди для салону краси:

- Залучення нових клієнтів: Квест може бути доступний для нових клієнтів або тих, хто раніше не користувався певними послугами, тим самим збільшуючи відвідуваність.

- Збільшення повторних візитів: Наявність кількох етапів квесту мотивує клієнтів повернутися до салону і виконати всі умови акції.

- Реклама через задоволення клієнтів: Успішно пройдені квести створюють позитивне враження у клієнтів, що підвищує лояльність і створює ефект сарафанного радіо.

- Підвищення середнього чека: Клієнти, проходячи квест і купуючи послуги для його виконання, можуть збільшувати середній чек, що покращує фінансові показники салону.

6. Переваги для клієнтів:

- Інтерактивний досвід: Квести роблять візит у салон більш цікавим і інтерактивним, що підвищує загальне задоволення від послуги.

- Можливість отримати подарунки та бонуси: Клієнти можуть вигравати цікаві призи, що робить їх візит більш приємним.

- Задоволення від участі в грі: Легкий елемент азарту та змагання створює позитивну атмосферу і підвищує інтерес до салону краси.

7. Використання технологій для квесту:

Салон може використовувати цифрові платформи для організації квестів, такі як мобільні додатки або сайти, де клієнти можуть відслідковувати свій прогрес у квесті, отримувати повідомлення про завдання та призи. Це робить процес ще більш зручним і захоплюючим для сучасних клієнтів.

Приклад реалізації квесту в салоні краси. Квест "Персональний стиль":

1. Клієнт записується на послугу манікюр + педикюр. Отримує перше завдання — сфотографувати свої руки та ноги до процедури.

2. Після процедури клієнт отримує друге завдання — вибрати один з нових варіантів дизайну нігтів, за який він отримає бонус.

3. При наступному візиті для обслуговування (наприклад, стрижка) клієнт отримує знижку 10% та безкоштовний додатковий продукт для догляду за волоссям.

Організація квестів у салоні краси з розіграшами або подарунками є відмінним інструментом для залучення та утримання клієнтів. Вони створюють цікаву ігрову атмосферу, що стимулює клієнтів повертатися до салону для отримання нових призів та вигод. Така стратегія сприяє не лише підвищенню лояльності, але й залученню нових відвідувачів, що є важливим для розвитку бізнесу в конкурентному середовищі.

Використання AR/VR-технологій: наприклад, віртуальна примірка зачіски чи кольору волосся.

Використання AR/VR-технологій у салонах краси: віртуальна примірка зачіски чи кольору волосся. Інноваційні технології, такі як доповнена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR), стають важливою частиною розвитку індустрії краси, зокрема в салонах. Завдяки цим технологіям клієнти можуть отримати нові, захоплюючі можливості для вибору послуг, що значно підвищує рівень задоволення та покращує досвід взаємодії з брендом.

Одним із найбільш популярних напрямів є віртуальна примірка зачіски чи кольору волосся. Ці технології дають змогу клієнтам бачити, як виглядатимуть різні варіанти зачісок або кольорів волосся, ще до того, як буде здійснена сама процедура. Це дозволяє клієнтам приймати більш обґрунтовані рішення, заощаджувати час і мінімізувати ризики невдоволення після зміни іміджу.

Основні переваги використання AR/VR в салонах краси:

1. Захоплюючий досвід для клієнтів: Віртуальна примірка зачіски чи кольору волосся — це інтерактивний і захоплюючий процес, який робить візит до салону краси ще більш цікавим. Клієнти можуть за допомогою смартфона або спеціальних пристроїв «приміряти» різні стилі та кольори, створюючи враження «дружньої гри».

2. Покращення процесу прийняття рішень: AR/VR допомагає клієнтам знизити невизначеність при виборі стилю чи кольору. Замість того щоб лише уявляти, як виглядатиме нова зачіска, клієнти можуть бачити віртуальне відображення результату на власному обличчі або з власним типом волосся. Це дає змогу зробити більш обґрунтоване рішення і зменшити ймовірність негативного досвіду.

3. Зменшення часу для вибору послуг: Клієнти часто витрачають багато часу на вибір ідеального стилю або кольору для себе. Використання AR/VR-технологій дозволяє значно зменшити час, який витрачається на вибір, адже клієнт може за кілька хвилин отримати уявлення про різні варіанти і вибрати найбільш підходящий.

4. **Можливість персоналізації послуг:** Завдяки технологіям AR/VR салони краси можуть пропонувати індивідуально підібрані стилі для кожного клієнта, враховуючи не лише його зовнішність, але й особисті переваги. Наприклад, клієнт може побачити, як буде виглядати певна стрижка або колір волосся з урахуванням його форми обличчя чи кольору шкіри.

5. **Віртуальні консультації з фахівцями:** Технології AR/VR можуть бути використані для надання віртуальних консультацій фахівцями. Наприклад, клієнт може отримати онлайн-консультацію щодо стрижки, кольору волосся чи догляду за шкірою. Це може бути реалізовано через відеозв'язок або за допомогою віртуальних примірок.

Приклад використання AR/VR у салоні краси:

1. **AR для примірки зачіски:** У салоні краси можна використовувати спеціальні AR-додатки або пристрої (наприклад, смартфони чи планшети з відповідними додатками), які дозволяють клієнтам бачити, як виглядатимуть різні стрижки на їхньому обличчі. Наприклад, клієнт може побачити себе з коротким або довгим волоссям, зі змінами форми зачіски або з новими кольорами.

2. **Віртуальна примірка кольору волосся:** Додатки на базі AR також дають можливість «приміряти» різні кольори волосся. Клієнт може побачити, як він виглядатиме з новим кольором волосся, не витрачаючи час і гроші на експерименти з фарбою. Це також дозволяє салонам уникнути ситуацій, коли клієнти не задоволені результатом після фарбування, що позитивно впливає на репутацію бренду.

3. **Інтерактивні сенсорні столи або монітори:** В салонах можна встановити спеціальні сенсорні столи або монітори, на яких клієнт може взаємодіяти з моделями різних зачісок і кольорів, бачачи, як вони виглядатимуть на його обличчі. Такі пристрої дозволяють вибрати стиль не лише для волосся, але й для макіяжу або навіть аксесуарів.

4. **Віртуальні консультації з перукарем:** AR і VR також можна використовувати для проведення віртуальних консультацій з перукарем. Клієнт може через відео зв'язок продемонструвати своє волосся і отримати професійну

консультацію щодо стрижки чи догляду за волоссям, а також використовувати AR-технології для показу результатів потенційних змін.

Технології AR/VR для маркетингу та брендингу. Використання AR/VR не лише підвищує якість обслуговування, але й є ефективним маркетинговим інструментом для залучення нових клієнтів. Наприклад, салон краси може проводити акції або рекламні кампанії, де клієнти можуть спробувати віртуальні стрижки чи кольори волосся через мобільні додатки або спеціальні рекламні банери. Це допомагає бренду створити унікальний досвід для користувачів і виділитися серед конкурентів.

Використання AR і VR технологій у салонах краси надає не тільки зручність та ефективність для клієнтів, але й дозволяє салонам покращити обслуговування, збільшити кількість повторних візитів, знизити ризик незадоволення від послуг, а також стимулювати залучення нових клієнтів. Віртуальні примірки зачісок і кольору волосся — це лише одна з багатьох можливостей, яку ці технології можуть надати салонам краси, і з кожним роком потенціал таких інновацій лише зростає.

9. Використання чат-ботів

Онлайн-консультації: надання відповідей на запитання клієнтів у реальному часі. В епоху цифровізації бізнесу онлайн-консультації стають незамінним інструментом для покращення обслуговування клієнтів. У салонах краси цей формат дозволяє забезпечити оперативність, зручність і персоналізацію комунікації. Надання відповідей на запитання клієнтів у реальному часі не лише підвищує рівень їхньої задоволеності, але й сприяє створенню довірливих відносин із клієнтською базою. Переваги онлайн-консультацій у сфері краси:

- Доступність та зручність
- Клієнти можуть отримати консультацію з будь-якого місця, використовуючи смартфон чи комп'ютер. Це особливо актуально для тих, хто обмежений у часі або проживає у віддалених районах.
- Оперативність

- Реальний час взаємодії дає можливість швидко отримувати відповіді на запитання щодо послуг, процедур, цін або акцій. Це допомагає зменшити кількість втраченої клієнтури через невизначеність.

- Персоналізований підхід
- Під час консультацій фахівці можуть врахувати індивідуальні потреби клієнта, допомогти обрати процедуру, порекомендувати косметичні засоби чи догляд, що підходить саме йому.

- Економія часу для клієнтів і салону
- Онлайн-консультації дозволяють клієнтам підготуватися до візиту заздалегідь, обговоривши всі деталі процедури, час її проведення та необхідні матеріали.

- Збільшення лояльності клієнтів
- Регулярна комунікація з клієнтами, оперативне вирішення їхніх запитів сприяє формуванню позитивного іміджу салону та стимулює повторні звернення.

Запис через месенджери: інтеграція автоматизованого запису на послуги. Інтеграція автоматизованого запису на послуги через популярні месенджери — це сучасне рішення, яке дозволяє салонам краси підвищити зручність обслуговування клієнтів. Цей підхід забезпечує швидкий і легкий доступ до послуг, скорочує час на комунікацію з адміністратором та підвищує ефективність роботи персоналу. Основні переваги автоматизованого запису через месенджери:

- Зручність для клієнтів. Більшість людей звикли користуватися месенджерами (Viber, WhatsApp, Telegram) у повсякденному житті. Наявність функції запису в знайомих програмах викликає довіру та комфорт.

- Швидкість та доступність. Клієнт може записатися на послугу в будь-який час і з будь-якого місця, навіть поза робочими годинами салону.

- Автоматизація процесів. CRM-системи, інтегровані з месенджерами, дозволяють автоматично бронювати час, відправляти нагадування, оновлювати статуси записів та формувати звітність.

- Зменшення навантаження на адміністраторів. Адміністратор витрачає менше часу на обробку записів, що дозволяє зосередитися на інших важливих завданнях.
- Підвищення точності записів. Автоматизований процес мінімізує ризик людських помилок, таких як подвійне бронювання або неправильне зазначення часу.
- Персоналізовані пропозиції: чат-боти можуть надавати рекомендації на основі історії замовлень.

Персоналізація пропозицій є ключовою тенденцією у сфері обслуговування, зокрема у б'юті-індустрії. Інтеграція чат-ботів із системами управління клієнтськими даними (CRM) відкриває нові можливості для взаємодії з клієнтами, дозволяючи не тільки покращувати сервіс, а й збільшувати продажі завдяки індивідуальному підходу. Персоналізовані пропозиції — це рекомендації, які створюються на основі аналізу даних про попередні візити клієнта, його уподобання, історію замовлень і навіть поточні тренди. Наприклад, якщо клієнт регулярно користується послугами фарбування волосся, бот може запропонувати нові техніки фарбування, знижку на доглядові процедури або акційний пакет послуг.

Навчання та мотивація персоналу як складова підвищення якості послуг. Підвищення якості послуг у салонах краси є комплексним процесом, в якому ключову роль відіграє навчання та мотивація персоналу. В умовах високих вимог клієнтів та постійної конкуренції важливо, щоб співробітники не лише володіли необхідними навичками, але й були зацікавлені у своєму професійному розвитку. Розглянемо, як навчання та мотивація персоналу впливають на якість обслуговування.

1. Постійне підвищення кваліфікації.

У сфері краси технології, методи і тенденції постійно змінюються. Регулярне навчання персоналу допомагає співробітникам залишатися в курсі нових технологій, процедур і продуктів. Це дозволяє надавати клієнтам актуальні та якісні послуги, що відповідають сучасним вимогам. У сфері краси технології,

методи і тренди змінюються з надзвичайною швидкістю. Нові процедури, техніки і продукти постійно з'являються на ринку, і для того, щоб залишатися конкурентоспроможними, працівники повинні регулярно оновлювати свої знання.

Наприклад:

- Адаптація до нових технологій.
- Використання сучасного обладнання та матеріалів.
- Навчання новим технікам виконання послуг (наприклад, сучасні методи фарбування, моделювання брів, манікюрних технологій).
- Тренінги з комунікації та клієнтоорієнтованості.
- Розвиток навичок персоналізації обслуговування для задоволення унікальних потреб кожного клієнта.
- Вивчення модних напрямів в індустрії краси (наприклад, нові форми стрижок, кольори та стилі манікюру, тенденції у догляді за шкірою).
- Участь у виставках, майстер-класах та семінарах.
- Отримання міжнародних сертифікатів для підвищення довіри клієнтів.
- Участь у конкурсах професійної майстерності для підвищення престижу салону.

Переваги регулярного навчання:

1. Покращення якості послуг: нові знання допомагають уникати помилок та підвищувати рівень задоволення клієнтів.
2. Мотивація персоналу: навчання сприяє професійному зростанню співробітників і збільшує їх залученість до роботи.
3. Підвищення конкурентоспроможності: сучасні навички та знання допомагають салону краси виділитися на тлі конкурентів.

Формати навчання:

Внутрішні тренінги: запрошення спеціалістів для навчання на робочому місці.

Онлайн-курси: зручна форма навчання для освоєння нових технік у зручний час.

Семінари та майстер-класи: інтерактивні заходи, що дозволяють вивчати практичні навички.

Постійне підвищення кваліфікації є стратегічним напрямком для розвитку салону краси, що забезпечує якісне обслуговування, залучає нових клієнтів і сприяє зміцненню репутації закладу.

Навчання та підвищення кваліфікації безпосередньо впливають на якість послуг, які надаються клієнтам. Чим більше працівники знають, тим краще вони можуть задовольняти потреби своїх клієнтів. Це може включати:

- Персоналізовані рекомендації: Співробітники з високим рівнем підготовки здатні пропонувати клієнтам індивідуалізовані рішення, що базуються на їхніх потребах і перевагах.
- Професійна комунікація: Знання сучасних технік спілкування допомагає співробітникам створювати комфортну атмосферу для клієнтів, що покращує загальний досвід обслуговування.

Задоволеність та лояльність клієнтів: клієнти очікують високої якості обслуговування та професійного підходу. Співробітники, які постійно підвищують свою кваліфікацію, здатні забезпечити ці вимоги, тобто клієнти, які отримують якісні послуги, більш схильні ставати постійними клієнтами і рекомендувати салон своїм знайомим. Задоволені клієнти діляться своїм досвідом у соціальних мережах, що підвищує репутацію салону та залучає нових клієнтів.

Професійний розвиток і кар'єрні можливості: постійне навчання не тільки підвищує кваліфікацію, а й відкриває нові можливості для кар'єрного зростання. Співробітники, які інвестують у свій розвиток, можуть отримати доступ до вищих посад. Знання і навички можуть призвести до підвищення на посаді, наприклад, до керівника салону або тренера. Після проходження курсів підвищення кваліфікації співробітники можуть спеціалізуватися на конкретних процедурах або техніках, що дозволяє збільшити попит на їхні послуги.

Участь у професійних заходах та участь у виставках, семінарах і тренінгах дозволяє співробітникам не тільки підвищувати свою кваліфікацію, а й встановлювати професійні зв'язки та обміном досвіду. Спілкування з колегами з

інших салонів або з професіоналами з інших міст допомагає обмінюватися ідеями та вдосконалювати свої навички. Виставки і семінари часто представляють нові технології і продукти, що дозволяє співробітникам залишатися на піку сучасних тенденцій. Участь у виставках, семінарах і тренінгах є важливим елементом розвитку персоналу в салоні краси. Ці заходи сприяють не лише підвищенню кваліфікації працівників, а й допомагають салону залишатися конкурентоспроможним та сучасним.

Підвищення професійного рівня

- Ознайомлення з новітніми технологіями. Під час виставок професіонали отримують доступ до демонстрації інноваційного обладнання, матеріалів і технік. Наприклад, нові апарати для манікюру чи методи моделювання брів. Участь у майстер-класах дозволяє не тільки побачити, але й випробувати сучасні інструменти та техніки.

- Розширення професійного кругозору. Семінари часто охоплюють теоретичні аспекти роботи, такі як управління клієнтами, побудова стратегії розвитку або маркетинг у б'юті-сфері. Тренінги дозволяють персоналу глибше вивчати нові методи обслуговування та вдосконалювати свої навички, наприклад, у нарощуванні вій чи креативних стрижках.

Налагодження професійних зв'язків

- Обмін досвідом з колегами. Спілкування з працівниками інших салонів дає змогу ділитися практичними знаннями, порівнювати методи роботи та отримувати нові ідеї для покращення обслуговування. Знайомства з професіоналами з інших міст або країн можуть стати джерелом цінної інформації про міжнародні тенденції у сфері краси.

- Встановлення контактів із виробниками та постачальниками. Виставки часто є платформою для прямого спілкування з виробниками косметики, інструментів та обладнання. Це дозволяє персоналу отримувати вигідні пропозиції, консультації та розуміння переваг нових продуктів.

Оцінка сучасних тенденцій

- Актуалізація знань про ринок. Виставки представляють новітні продукти та послуги, що допомагає персоналу залишатися "в тренді" та адаптувати свої послуги до змінних потреб клієнтів. Ознайомлення з міжнародними стандартами обслуговування допомагає підвищити якість послуг у салоні краси.
- Інтеграція нових послуг. Після участі у професійних заходах співробітники можуть впроваджувати в салоні нові послуги, наприклад, косметологічні процедури, модні техніки фарбування волосся або апаратні методи догляду за нігтями.

Розвиток корпоративної культури

- Мотивація персоналу. Участь у таких заходах підвищує самооцінку працівників і створює відчуття важливості їхньої ролі у салоні. Співробітники відчують підтримку керівництва у своєму професійному розвитку, що підвищує їхню лояльність до компанії.
- Внесок у розвиток іміджу салону. Представники салону, які беруть участь у престижних заходах, підвищують статус закладу в очах клієнтів. Салон, який впроваджує новітні технології та демонструє високий рівень обслуговування, стає більш привабливим для клієнтів.

Постійне підвищення кваліфікації є необхідною умовою для успішної роботи співробітників у салонах краси. Це не лише покращує якість обслуговування, але й забезпечує високу задоволеність клієнтів та сприяє кар'єрному зростанню. Інвестиції в навчання персоналу є вигідними як для салону, так і для самих співробітників, адже вони відкривають нові горизонти і можливості у професійній діяльності. Салони, які усвідомлюють важливість цього процесу, здатні створити конкурентні переваги та забезпечити стабільний успіх у своїй діяльності.

Розвиток м'яких навичок: навчання не обмежується лише технічними аспектами. Розвиток комунікаційних навичок, емоційного інтелекту та управлінських здібностей сприяє створенню позитивної атмосфери у салоні та поліпшує взаємодію з клієнтами. Співробітники, які можуть ефективно спілкуватися та вирішувати проблеми, підвищують загальний рівень обслуговування.

Навчання зворотному зв'язку: співробітники повинні знати, як правильно реагувати на зворотний зв'язок від клієнтів. Організація тренінгів, що спрямовані на аналіз зворотного зв'язку, допоможе персоналу навчитися швидко реагувати на побажання і скарги, що в свою чергу підвищить задоволеність клієнтів.

2. Мотивація персоналу

Фінансова мотивація: системи винагород, бонусів та комісій на основі досягнення певних показників (клієнтська база, якість обслуговування) можуть суттєво мотивувати співробітників. Це заохочує їх до більшого зусилля у роботі та покращує якість наданих послуг.

Фінансова мотивація передбачає використання різних фінансових стимулів для заохочення співробітників до досягнення високих результатів. Цей вид мотивації є одним з найпоширеніших і може включати в себе кілька елементів:

- Зарплата та конкурентоспроможні оклади: забезпечення конкурентоспроможної заробітної плати є основою фінансової мотивації. Співробітники, які отримують гідну оплату за свою працю, більш схильні залишатися в компанії і працювати на її успіх. Регулярний перегляд зарплат в залежності від ринку праці та досвіду співробітників допомагає утримувати таланти.

- Системи бонусів: введення системи бонусів, яка винагороджує співробітників за досягнення певних показників (наприклад, кількість нових клієнтів, позитивні відгуки, обсяги продажів) може значно підвищити мотивацію. Це стимулює співробітників працювати ефективніше, адже вони бачать прямий зв'язок між своєю працею і фінансовою винагородою.

- Премії за продуктивність: премії можуть також бути виплачені за високу продуктивність, відмінну якість обслуговування або виконання планів продажів. Це не лише мотивує досягати високих результатів, але й створює здорову конкуренцію між співробітниками.

- Система комісій: у салонах краси введення комісійної системи, де співробітники отримують відсоток від продажів продуктів або послуг, може суттєво підвищити їхню зацікавленість у залученні нових клієнтів та розвитку

бізнесу. Це стимулює фахівців пропонувати клієнтам більше послуг і продуктів, що призводить до збільшення загальних доходів салону.

- Соціальні виплати, медичне страхування та інші соціальні гарантії: надання медичного страхування, оплачуваних відпусток, компенсацій на проїзд або харчування може значно підвищити задоволеність співробітників. Це свідчить про турботу керівництва про їхнє добробут і здоров'я, що, в свою чергу, мотивує працювати краще.

Вплив фінансової мотивації на якість обслуговування

- Збільшення продуктивності: Коли співробітники отримують справедливу оплату за свою працю, вони більш зацікавлені у виконанні своїх обов'язків. Це веде до підвищення продуктивності та ефективності роботи.

- Задоволеність клієнтів: Мотивовані співробітники здатні надавати кращі послуги, що підвищує задоволеність клієнтів. Вони готові йти на додаткові зусилля для вирішення проблем клієнтів і надання їм найкращого досвіду.

- Збереження персоналу: Конкурентоспроможні фінансові умови праці сприяють збереженню досвідчених фахівців, що в свою чергу зменшує витрати на підбір і навчання нових співробітників.

Фінансова мотивація є важливим інструментом для підвищення якості обслуговування у салонах краси. Вона не лише стимулює співробітників до досягнення кращих результатів, але й сприяє формуванню позитивного робочого середовища, що веде до задоволеності клієнтів і успішності бізнесу в цілому. Збалансоване використання фінансових стимулів у поєднанні з іншими методами мотивації (негрошовими винагородами, розвитком кар'єри) створює умови для досягнення високих результатів та стабільного розвитку салону.

Нефінансова мотивація. підтримка доброзичливої атмосфери в колективі, визнання досягнень співробітників, можливості для професійного зростання (участь у конкурсах, сертифікаційних програмах) також є важливими факторами мотивації. Вони сприяють підвищенню задоволеності співробітників та їхній лояльності до компанії.

Включення у процеси: залучення співробітників до процесів прийняття рішень та вдосконалення обслуговування підвищує їхню відповідальність та зацікавленість у досягненні спільних цілей. Проведення обговорень, сесій з мозковим штурмом щодо поліпшення послуг формує у співробітників почуття власності та належності.

3. Взаємозв'язок між навчанням, мотивацією та якістю послуг

Покращення обслуговування. Навчений та мотивований персонал здатний надавати високоякісні послуги, що відповідають очікуванням клієнтів. Співробітники, які знають свою справу і зацікавлені у розвитку, зможуть якісно виконувати свою роботу, що безпосередньо вплине на задоволеність клієнтів. Один із основних елементів покращення обслуговування – це високий рівень підготовки співробітників. Регулярні тренінги та курси підвищення кваліфікації допомагають працівникам освоювати нові техніки, розвивати комунікаційні навички та покращувати професійні вміння. Чим більше знань і навичок має персонал, тим якісніше та ефективніше вони можуть обслуговувати клієнтів. Проте знання і навички самі по собі не є достатніми для досягнення високої якості послуг. Тут важливу роль відіграє мотивація персоналу. Мотивовані співробітники більш віддані своїй роботі, прагнуть досягти кращих результатів і активно працюють над удосконаленням своїх навичок. Фінансова мотивація, така як бонуси за досягнення певних показників, та нематеріальна, як визнання зусиль співробітників, є ключовими факторами, які підвищують мотивацію. Коли співробітники відчують, що їхня праця цінується, вони стають більш залученими до процесу обслуговування клієнтів, що безпосередньо впливає на якість послуг.

Таким чином, навчання та мотивація взаємопов'язані і повинні працювати в синергії для підвищення якості обслуговування. Наприклад, програми навчання можуть бути інтегровані з мотиваційними системами, що дозволяє не лише покращити знання співробітників, а й стимулювати їх до застосування нових навичок у практиці. Це створює атмосферу, в якій кожен член команди прагне до професійного розвитку та покращення своїх результатів. У результаті, коли

навчання і мотивація поєднуються, якість послуг зростає, що, в свою чергу, підвищує задоволеність клієнтів і сприяє успішності салону в цілому.

Покращення обслуговування в салонах краси є багатоаспектним процесом, що вимагає уваги до деталей. Висококваліфікований персонал, система зворотного зв'язку, персоналізація, професійна комунікація, комфортна атмосфера та сучасні технології – все це сприяє створенню позитивного досвіду для клієнтів. Інвестуючи в ці аспекти, салони краси можуть підвищити рівень обслуговування, залучити нових клієнтів і утримати існуючих, забезпечуючи успіх свого бізнесу.

Зменшення плинності кадрів. Компанії, які інвестують у навчання та мотивацію своїх співробітників, зазвичай мають нижчий рівень плинності кадрів. Це знижує витрати на підбір нових кадрів і навчання, а також зберігає стабільність у наданні послуг. Формування позитивного іміджу. Салони, які забезпечують високий рівень обслуговування завдяки навченим та мотивованим співробітникам, формують позитивний імідж на ринку. Задоволені клієнти стають постійними та рекомендують салон своїм знайомим, що призводить до збільшення бази клієнтів. Формування позитивного іміджу салону краси є важливим аспектом для успіху бізнесу, адже імідж впливає на довіру клієнтів і їхню лояльність. Основою позитивного іміджу є висока якість послуг, яку забезпечує кваліфікований персонал. Регулярне навчання та підвищення професійних навичок сприяють наданню індивідуального підходу до кожного клієнта, що підвищує їхню задоволеність. Важливо також активно збирати зворотний зв'язок від клієнтів і швидко реагувати на їхні запити. Естетичний дизайн салону, узгодженість брендингу та активна присутність у соціальних мережах допомагають створити позитивне враження. Участь у соціальних ініціативах і екологічні практики підвищують репутацію закладу. Збалансований підхід до цих аспектів сприяє формуванню довіри клієнтів, залученню нових споживачів та забезпеченню успішного розвитку бізнесу.

Отже, навчання та мотивація персоналу є ключовими елементами для підвищення якості послуг у салонах краси. Інвестиції у розвиток співробітників, їхню кваліфікацію та задоволеність призводять до покращення обслуговування

клієнтів, зростання їхньої лояльності та формування позитивного іміджу бізнесу. В умовах постійних змін на ринку, важливо не лише забезпечити високі стандарти обслуговування, а й підтримувати мотивацію та професійний розвиток персоналу для досягнення стабільного успіху.

3.3 Оцінка ефективності запропонованих заходів для салону краси, економічне обґрунтування запропонованих заходів.

Економічне обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення якості послуг у салоні краси, є важливим етапом у процесі управління бізнесом. Це обґрунтування допомагає оцінити доцільність витрат, передбачити вигоди і забезпечити стабільний фінансовий розвиток салону. У цій частині ми розглянемо основні заходи, їхні витрати та потенційні вигоди.

Економічне обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення якості послуг у салоні краси, є важливим етапом управління, що дозволяє досягти не лише задоволення клієнтів, але й стабільного зростання прибутковості бізнесу. Салон краси працює у сфері послуг, де якість обслуговування відіграє ключову роль у формуванні репутації, залученні нових клієнтів і утриманні постійних відвідувачів. Покращення якості послуг вимагає продуманого підходу, що включає аналіз ринку, планування витрат і прогнозування очікуваних вигод.

Значну частину заходів, спрямованих на підвищення якості послуг, можна поділити на кілька напрямків, зокрема: навчання персоналу, модернізацію обладнання, впровадження нових технологій, створення комфортних умов для клієнтів і маркетингову діяльність. Наприклад, навчання персоналу дозволяє підвищити рівень кваліфікації майстрів і адміністраторів, що безпосередньо впливає на якість виконання послуг. Інвестиції в навчання мають відчутну вартість, яка включає оплату тренінгів, курсів, семінарів, а також можливі витрати, пов'язані з простоем працівників у період навчання. Однак довгострокові вигоди від цих заходів значно перевищують витрати, адже покращення професійних навичок

персоналу підвищує задоволеність клієнтів і створює позитивний імідж салону, що сприяє зростанню доходів.

Ще одним важливим аспектом є модернізація обладнання та використання сучасних технологій. Салони краси, які пропонують інноваційні послуги, такі як апаратна косметологія, лазерні процедури чи догляд із використанням новітніх продуктів, здатні залучити ширшу аудиторію. Інвестиції в обладнання можуть включати закупівлю нових приладів, їхнє обслуговування, а також навчання персоналу роботі з ними. Економічне обґрунтування таких витрат має базуватися на розрахунку терміну окупності обладнання та збільшенні середнього чека від надання нових послуг.

Ключовим чинником успіху також є створення комфортних умов для клієнтів. Це включає модернізацію інтер'єру, придбання зручних меблів, облаштування зон відпочинку та надання додаткових послуг, таких як напої чи Wi-Fi. Хоча ці витрати можуть здатися значними, вони створюють конкурентну перевагу на ринку, оскільки клієнти віддають перевагу салонам, де атмосфера сприяє розслабленню та приємному відпочинку. Крім того, позитивний досвід клієнтів часто призводить до рекомендацій серед знайомих і збільшення кількості постійних відвідувачів.

Маркетинг також є невід'ємною частиною заходів із підвищення якості послуг. Активна робота у соціальних мережах, створення привабливого контенту, проведення акцій та впровадження програм лояльності дозволяють підтримувати інтерес клієнтів до салону. Витрати на маркетинг включають оплату послуг фахівців, рекламу, створення веб-сайту або мобільного додатку, а також проведення заходів для клієнтів. Позитивний результат маркетингових заходів виявляється у зростанні популярності салону, збільшенні кількості нових клієнтів і формуванні стабільної клієнтської бази.

Підсумовуючи, економічне обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення якості послуг у салоні краси, є необхідним інструментом для оцінки ефективності управлінських рішень. Воно дозволяє визначити доцільність інвестицій у різні напрями розвитку, спрогнозувати фінансові вигоди та

забезпечити зростання конкурентоспроможності бізнесу. Витрати на навчання персоналу, модернізацію обладнання, створення комфортних умов для клієнтів і маркетинг у перспективі забезпечують стабільний прибуток і довгостроковий успіх салону краси.

Навчання та підвищення кваліфікації персоналу

Вартість: Навчання є ключовим елементом підвищення якості обслуговування. Витрати на тренінги можуть варіюватися від 5000 до 30000 гривень на рік. Це включає вартість семінарів, курсів підвищення кваліфікації та відрядження.

Ось приклад таблиці, що містить схему навчання для курсів на лашмейкерів, бровістів, манікюр та стрижки в Україні.

Таблиця 3.1. Схема навчання

Курс	Тривалість	Ціна проходження курсу	Тематика
1	2	3	4
Нарощування вій	5-7 днів (залежно від рівня складності)	8000-1000 грн	<ul style="list-style-type: none"> - Анатомія очей та типи вій - Матеріали для нарощування: типи та властивості - Технології нарощування (класичний, об'ємний) - Техніка виконання нарощування - Догляд за нарощеними ресницями - Психологія спілкування з клієнтом
Формування брів та ламінування	3-5 днів	5000-6500 грн	<ul style="list-style-type: none"> - Основи анатомії обличчя - Види брів та їх корекція - Техніки формування: воском, пінцетом, ниткою - Оформлення брів хною - Догляд за бровами - Психологія спілкування з клієнтом

Продовження таблиці 3.1.

1	2	3	4
Стрижки та догляд за волоссям, колорист	10-30 днів (залежно від рівня складності)	10000-30000 грн	- Основи анатомії волосся - Види стрижок: класичні та сучасні - Техніки стрижок: боб, каскад, гарсон тощо - Оформлення волосся: укладання та стайлінг - Догляд за волоссям - Фарбування та колористика
Манікюр	7-10 днів (залежно від рівня складності)	10000-12000 грн	- Основи анатомії нігтів - Види манікюру: класичний, апаратний, SPA - Техніка виконання манікюру - Нанесення гель-лаку - Догляд за руками та нігтями - Основи дизайну нігтів - Психологія спілкування з клієнтом

Оновлення обладнання та інструментів

Вартість: Витрати на оновлення обладнання можуть коливатися від 15000 до 60000 гривень в залежності від специфікацій. Це включає вартість нових приладів, косметики та інших необхідних матеріалів.

Очікувані вигоди: Оновлення обладнання дозволяє запропонувати нові послуги, що може залучити нових клієнтів. Очікується, що нові процедури призведуть до збільшення доходів на 10-15%.

Розробка програми лояльності для клієнтів

Вартість: Витрати на розробку програми лояльності можуть становити від 3000 до 10000 гривень на початкових етапах.

Переваги програми лояльності:

- Залучення нових клієнтів: можливість отримати знижки за рекомендації.
- Утримання існуючих клієнтів: заохочення до повторних відвідувань.
- Підвищення середнього чека: клієнти схильні витратити більше для отримання бонусів.

- Зворотний зв'язок: програма дозволяє збирати відгуки від клієнтів для подальшого вдосконалення послуг.

- Таблиця 3.2. Приклад оновлення обладнання та інструментів у салоні краси з орієнтовними цінами.

Обладнання/Інструмент	Опис	Кількість	Ціна за одиницю	Загальна ціна
1. Апарати для манікюру	Професійний електричний манікюрний апарат	4	3000	12000
2. Лампа для гель-лаку	UV/LED лампа для сушіння гель-лаку	4	1500	6000
3. Сушарка для волосся	Професійна сушарка з кількома режимами	2	2000	4000
4. Бровистська пінцет та фарби	Професійний пінцет для формування брів	6	120	720
5. Перукарські ножиці	Набір професійних ножиць для стрижки	2	1500	3000
8. Моделювальні засоби для волосся	Лак, муси, гелі для укладки	10	200	2000
9. Шампуні та бальзами для волосся	Миючі засоби для волосся	5	550	2750
10. Лаки, гель-лаки для покриття нігтів	Засоби для покриття нігтів	100	120	12000
11. Система для нарощування вій	Набір для нарощування (клей, пінцет, вії)	5	1000	5000

Очікувані вигоди: Програма лояльності підвищує кількість повторних відвідувань. Наприклад, якщо 20% клієнтів стануть постійними завдяки знижкам, це може принести додаткові 20000 гривень на місяць.

Впровадження CRM-системи

Вартість: Запровадження CRM-системи може вимагати інвестицій від 10000 до 50000 гривень в залежності від функціоналу. Щомісячні витрати на підтримку системи можуть становити близько 1000 гривень.

Очікувані вигоди: CRM-система дозволяє зібрати дані про клієнтів, що сприяє персоналізації обслуговування. Це може підвищити середній чек на 100 гривень, що при 500 клієнтах на місяць принесе додаткові 50000 гривень.

Покращення комунікації з клієнтами

Вартість: Витрати на рекламу в соціальних мережах і маркетингові кампанії можуть становити від 2000 до 10000 гривень на місяць.

Очікувані вигоди: Підвищення видимості салону в соціальних мережах може залучити нових клієнтів і зменшити витрати на традиційні рекламні кампанії на 30%, що може заощадити до 3000 гривень на місяць.

Витрати на реалізацію заходів

Таблиця 3.3. Приблизні витрати на реалізацію заходів

Заходи	Орієнтовні витрати грн
Навчання персоналу	5000-30000
Впровадження CRM-системи	10000-50000
Оновлення обладнання	15000-60000
Покращення комунікації	1000-3000
Розробка програми лояльності	3000-4000

Оцінка вигод від заходів

- Збільшення кількості клієнтів: Підвищення задоволеності клієнтів на 10% може привести до збільшення доходу на 5-10%. При середньому доході 50000 гривень на місяць це може дати додаткові 2500-5000 гривень.
- Підвищення середнього чека: Зростання середнього чека на 100 гривень може принести 50000 гривень на місяць за рахунок 500 клієнтів.
- Зниження витрат на рекламу: Зменшення витрат на традиційну рекламу на 30% може заощадити до 3000 гривень на місяць.

Розрахунок економічної ефективності

Для визначення економічної ефективності можна порівняти загальні витрати та очікувані вигоди.

- Загальні витрати на реалізацію заходів: Припустимо, що загальні витрати становлять 100000 гривень на рік.
- Очікувані вигоди: Очікувані вигоди від реалізації заходів можуть сягати до 120000 гривень на рік, враховуючи додаткові доходи від підвищення кількості клієнтів і середнього чека.

Таким чином, економічна вигода від реалізації заходів становитиме близько 20000 гривень на рік.

Економічне обґрунтування запропонованих заходів показує, що інвестиції в навчання персоналу, впровадження CRM-системи, оновлення обладнання та програми лояльності є доцільними та вигідними. Витрати на реалізацію цих заходів можуть бути швидко компенсовані за рахунок збільшення доходів, покращення якості обслуговування та підвищення лояльності клієнтів. Отже, реалізація цих заходів забезпечить стабільний розвиток салону краси та його конкурентоспроможність на ринку.

Акції та знижки в сезонний період. Акції, такі як знижки на певні процедури або подарункові сертифікати, мають на меті стимулювати попит у низький сезон. Результат: Підвищення завантаженості салону у період спаду активності на 10–15%, зростання виручки навіть у сезонних коливаннях.

Покращення якості обслуговування

Навчання персоналу та впровадження стандартів обслуговування дозволяє підвищити рівень довіри клієнтів. Результат: Покращення оцінок сервісу у відгуках, підвищення середнього балу задоволеності клієнтів з 8 до 9 із 10.

Інноваційні послуги (AR/VR-технології)

Віртуальна примірка зачісок чи кольору волосся привертає увагу клієнтів, надаючи унікальний досвід. Результат: Приріст нових клієнтів у зв'язку з цікавістю до сучасних технологій, підвищення престижу салону.

Персоналізовані пропозиції через чат-боти

Використання чат-ботів для нагадувань, пропозицій акцій і персоналізованих рекомендацій сприяє збільшенню продажів додаткових послуг. Результат: Зростання середнього чеку на 10–15% завдяки замовленню додаткових процедур.

ВИСНОВОК

Салон краси є важливим учасником ринку б'юті-послуг, який забезпечує високий рівень обслуговування клієнтів і відповідає сучасним вимогам якості. Аналізуючи діяльність такого підприємства, можна зробити кілька ключових висновків, які стосуються організації роботи, управління якістю послуг та стратегії

адаптації до зовнішніх факторів. В умовах високої конкуренції на ринку краси, якість послуг стає основною конкурентною перевагою. Клієнти вибирають салони не тільки за ціною, а й за рівнем професіоналізму майстрів, якістю використовуваних матеріалів, а також загальним клієнтським досвідом, який вони отримують під час візиту. У салоні краси ФОП Северцева Дарія Дмитрівна важливим елементом якості є постійний розвиток персоналу, регулярне підвищення кваліфікації майстрів, використання інноваційних методів обслуговування та найкращих практик міжнародного досвіду.

Крім того, салон постійно працює над підтримкою високого рівня обслуговування, що включає професійні консультації клієнтів щодо догляду за шкірою та волоссям, індивідуальний підхід до кожного відвідувача та врахування їхніх особистих побажань. Цей аспект також підтримується належним контролем за зворотним зв'язком від клієнтів, що дозволяє вчасно реагувати на скарги чи побажання, підвищуючи лояльність і рівень задоволеності.

Салон краси, як і будь-яке інше підприємство у сфері послуг, стикається з проблемою сезонних коливань попиту. Попит на б'юті-послуги має яскраво виражену сезонність: у літні та передсвяткові періоди клієнтів значно більше, ніж у міжсезоння. Це зумовлено як прагненням людей виглядати краще перед важливими подіями, так і потребою догляду в умовах різних кліматичних факторів. Завдяки гнучкій фінансовій політиці та плануванню, салон може пристосовуватися до цих коливань. Впровадження різних акцій, програм лояльності та гнучких цінових пропозицій дозволяє підтримувати стабільний потік клієнтів навіть у менш активні періоди. Проте варто зауважити, що доходи салону, зокрема, в літні місяці, є суттєво вищими порівняно із зимовими. У зимовий період проводяться акції для залучення клієнтів та стимулювання попиту. Успіх салону краси залежить від професіоналізму майстрів, що працюють у ньому, і їхньої мотивації. Відсутність фіксованої заробітної плати у поєднанні з відсотковою схемою винагороди дозволяє гнучко мотивувати співробітників до якісного виконання своїх обов'язків та залучення нових клієнтів. Це сприяє тому, що майстри зацікавлені у постійному

розвитку своїх навичок, підвищенні кваліфікації та відповідності сучасним стандартам індустрії краси.

Організація роботи салону передбачає чітке планування графіків роботи майстрів, що дозволяє оптимізувати робочий процес і зменшити перерви між записами. Це важливо, оскільки ефективне використання робочого часу сприяє збільшенню виручки та забезпечує максимальну кількість задоволених клієнтів. Попри те, що салон надає високоякісні послуги, існує ризик зниження рівня обслуговування через людський фактор або недостатній контроль за дотриманням стандартів. Рішенням цієї проблеми може бути впровадження системи управління якістю, що дозволить чітко контролювати всі етапи надання послуг. Велика кількість салонів краси ускладнює завдання утримання клієнтів. Щоб залишатися конкурентоспроможними, салону необхідно постійно оновлювати спектр послуг, впроваджувати нові технології та матеріали, а також ефективно працювати з клієнтською базою. Як я зазначила раніше, попит на послуги салону має сезонний характер, що призводить до нестабільних доходів у різні періоди року. Це викликає необхідність планування маркетингових кампаній та стимулювання попиту через акції, програми лояльності та знижки.

Управління фінансовими ресурсами в умовах сезонності потребує детального планування та аналізу ринкової ситуації. Для цього необхідно постійно вести фінансовий аналіз, відстежувати доходи та витрати, а також планувати заходи щодо мінімізації втрат у менш активні періоди. Для успішного розвитку салону краси важливим є подальше впровадження нових технологій, підвищення кваліфікації персоналу та орієнтація на потреби клієнтів. Важливим елементом є розвиток онлайн-платформ для запису клієнтів, інструментів для управління відносинами з клієнтами (CRM-системи) та автоматизація процесів внутрішнього управління. Це дозволить підвищити ефективність роботи, мінімізувати ризики людського фактору та збільшити лояльність клієнтів. Також перспективним напрямом є розвиток нових видів послуг, таких як експрес-процедури, мобільні послуги на дому або проведення спеціалізованих майстер-класів та тренінгів для

клієнтів. У поєднанні з інноваційним підходом до управління якістю це сприятиме зміцненню позицій салону на ринку та збільшенню клієнтської бази.

Салон краси ФОП Сєверцева Дарія Дмитрівна демонструє стійку позицію на ринку завдяки якісному обслуговуванню, професіоналізму персоналу та ефективному управлінню. Проте для подальшого розвитку важливо враховувати сучасні виклики та шукати інноваційні шляхи їх подолання. Управління якістю послуг, адаптація до змін зовнішнього середовища та постійне вдосконалення є ключовими факторами, що сприятимуть успішній діяльності салону та його подальшому зростанню. Запровадження CRM-систем та інноваційних підходів є важливим елементом управління якістю послуг у сфері б'юті-індустрії. Використання сучасних технологій сприяє створенню персоналізованого сервісу, покращенню комунікації з клієнтами, а також оперативному відстеженню та аналізу зворотного зв'язку. CRM-системи забезпечують централізоване зберігання інформації про клієнтів, що дозволяє салонам краси надавати послуги з урахуванням індивідуальних потреб кожного відвідувача. Це не лише підвищує задоволеність клієнтів, а й формує довготривалу лояльність. Автоматизація комунікаційних процесів, таких як нагадування про візити, привітання з важливими подіями та надсилання спеціальних пропозицій, дозволяє зміцнити емоційний зв'язок між салоном і його клієнтами. Зворотний зв'язок відіграє ключову роль у вдосконаленні послуг. CRM-системи надають інструменти для швидкого збору, аналізу та реагування на відгуки, що дозволяє оперативно вирішувати проблеми та підвищувати якість обслуговування. Зібрані дані можуть також стати основою для створення нових послуг, програм лояльності або маркетингових кампаній, орієнтованих на конкретну аудиторію. Інтеграція CRM-технологій сприяє оптимізації роботи салону краси, поліпшенню взаємодії з клієнтами та досягненню конкурентних переваг на ринку. Таким чином, запровадження інновацій у сфері б'юті-послуг є не лише необхідністю для адаптації до сучасних умов, а й запорукою довгострокового успіху бізнесу.

Економічне обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення якості послуг у салоні краси, демонструє високу доцільність і ефективність їх реалізації.

Інвестиції у навчання персоналу, оновлення обладнання, впровадження CRM-системи, створення програм лояльності та маркетингові активності сприяють підвищенню задоволеності клієнтів, зростанню їх кількості та збільшенню середнього чека. В результаті це забезпечує стабільний фінансовий розвиток і конкурентоспроможність салону на ринку. Очікувані економічні вигоди від впровадження заходів перевищують витрати, що свідчить про раціональність таких інвестицій. Наприклад, підвищення середнього чека на 100 гривень при потоці в 500 клієнтів на місяць додає 50 000 гривень щомісячного доходу. Одночасно з цим зменшення витрат на традиційну рекламу на 30% дозволяє економити до 3 000 гривень щомісяця.

Сезонні акції та інноваційні технології, такі як віртуальна примірка зачісок або персоналізовані рекомендації через чат-боти, посилюють позицію салону на ринку, дозволяючи залучати нових клієнтів та утримувати існуючих. Впровадження таких рішень сприяє не тільки зростанню доходів, але й формуванню позитивного іміджу салону, що є критично важливим у сфері б'юті-послуг. Таким чином, запропоновані заходи є економічно обґрунтованими та забезпечують перспективу сталого розвитку, стабільного прибутку та підвищення конкурентоспроможності салону краси.

Якість обслуговування в салонах краси є стратегічно важливим фактором, який впливає на конкурентоспроможність, задоволеність клієнтів та фінансовий успіх бізнесу. У сучасних умовах високої конкуренції на ринку б'юті-послуг саме якість стає вирішальною ознакою, яка дозволяє виділити салон серед інших, забезпечуючи довіру та лояльність клієнтів. Основними компонентами якості є професіоналізм персоналу, комфортна атмосфера салону та високий рівень сервісу. Позитивний досвід клієнтів створює не лише задоволення від отриманих послуг, але й формує їх готовність повернутися, залишити позитивний відгук або рекомендувати салон знайомим. Забезпечення високого рівня якості обслуговування дозволяє не лише утримувати існуючих клієнтів, але й залучати нових без значних витрат на маркетинг, що позитивно відображається на фінансових показниках бізнесу. У довгостроковій перспективі стратегія на

підвищення якості послуг сприяє формуванню позитивного іміджу та репутації салону, забезпечуючи його стабільний розвиток на конкурентному ринку. Таким чином, якість обслуговування у сфері б'юті-послуг є не просто бажаною характеристикою, а необхідною умовою для досягнення успіху та підтримання конкурентних переваг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Конституція України. Прийнята ВР України 28.06.1996 р.
- Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436. URL: www.rada.gov.ua
- Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: www.rada.gov.ua
- СПОСОБИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА
<https://economics.net.ua/ejopu/2017/No1/76.pdf>
- Кулиняк І.Я., Прийма Л.Р., Шпак О.Г. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА
<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/3387>
- Бойко В., Бойко Л. Сучасний стан міжнародної торгівлі України як основної форми міжнародного бізнесу. *Фінансовий простір*. 2022. № 1(45). С. 49–57. URL: <http://fnpnu.cibs.ubs.edu.ua/article/view/253350> (дата звернення 01.05.2024).
- Портал про бізнес, освіту та технології в сфері послуг
<https://ua.salonmarketing.pro/blog/bznes-salon-krasi---scho-potrбно-znati.html>
- Стратегія розвитку салону краси: що потрібно знати і враховувати?
https://ukrsalon.com.ua/blogs/cat_dlya-rukovoditeley-salonor/strategiya-razvitiya-salona-krasoty-что-nuzhно-znat-i-uchityvat?lang=ua
- Зовнішньоекономічна діяльність підприємницьких структур в Україні: проблеми та перспективи розвитку. URL: https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/75745/ssoar-pos-2021-10dolgora_et_al.pdf?sequence=1&isAllowed=y&lnkname=ssoar-pos-2021-10-dolgora_et_al-.pdf (дата звернення 29.04.2024).
- Ковальчук Ю.А., Гонтарева І.В. Мотивація менеджерів підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність. *Молодий вчений*. 2020. № 12(2). С. 132–134.

- Ковтун Е.О. Теоретичні аспекти маркетингових досліджень при здійсненні підприємством зовнішньоекономічної діяльності. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 1. С. 197–202.
- Косар Н. С., Кузьо Н. Є., Богоніс Л. В. Особливості ринкового позиціонування маркетингових агентств в Україні. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/29/28> (дата звернення 02.05.2024).
- SEO-просування. ТОВ «ВЕБПРОМО». URL: <https://web-promo.ua/ua/seo-prodvizhenie/> (дата звернення 02.05.2024).
- Плотницька С. І. Стратегія виходу організації на міжнародні ринки: конспект лекцій (для студентів бакалаврату всіх форм навчання зі спеціальностей 073 Менеджмент та 281 Публічне управління та адміністрування). Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2020. URL: http://eprints.kname.edu.ua/55820/1/2019%20печ.%20133Л%20КЛ_СВОМР.pdf (дата звернення 02.05.2024).
- Статистика. Тренди українського інтернету і digital-маркетингу — дослідження newage. 2023. URL: <https://cases.media/news/trendi-ukrayinskogo-internetu-i-digital-marketingu-doslidzhennya-newage-2023> (дата звернення: 01.05.2024).
- Стратегії управління бізнесом <https://dspace.nuph.edu.ua/handle/123456789/19341>
- 7 прикладів бізнес-стратегій <https://www.plerdy.com/ua/blog/business-strategy-examples/>
- Менеджмент <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82>
- Новинки в б'юті сфері <https://primelaser.com.ua/uk/ukrsalon-novinki-v-industriyi-kراسi-shho-dopomozhe-biznesu-vitrimati-konkurenciyu/>
- Новинки молодіжної свери <https://buildthebrand.com/17-international-beauty-influencers-you-need-to-follow-on-tiktok/>

- Інформація для салонів <https://noona.app/hq/blog/social-media-marketing-for-salons>
- <https://influencermarketinghub.com/beauty-influencers/>
- CRM система <https://scottmax.com/advice/best-crm-for-beauty-salon/>
- Тік ток бізнес <https://business.yocale.com/blog/tiktok-beauty-salons/>
- Тік ток посилання <https://uk.wikipedia.org/wiki/TikTok>
- Програма підтримки для мікро- та малого бізнесу https://startupukraine.com/support-program/?utm_source=chatgpt.com
- Національна платформа малого та середнього бізнесу <https://platforma-msb.org/>
- Стратегія бізнесу <https://strategic-ua.com/>
- Все про бізнес <https://www2.deloitte.com/ua/uk.html>
- Цифрова трансформація <https://www.it.ua/>
- Простір для підприємців <https://worksection.com/>
- Як відкрити свій салон краси: покрокова інструкція для успішного старту <https://tzona.org/yak-vidkriti-svij-salon-kраси-> HYPERLINK "https://tzona.org/yak-vidkriti-svij-salon-kраси-pokroкова-instrukcziya-dlya-uspishnogo-startu.html" pokroкова-instrukcziya-dlya-uspishnogo-startu.html
- Як написати бізнес план салону краси <https://appointer.ua/blog/biznes-plan-salonu-kрасy/>
- Як відкрити салон краси та скільки це коштує? <https://me-pos.com/ua/blog/business/how-to-open-a-beauty-salon>
- Готовий бізнес-план https://itstatti.in.ua/18-biznes/657-biznes-plan-salonu-kрасi.html#google_vignette
- Чому відкриття салону краси — це вигідно? <https://business-broker.com.ua/blog/vse-pro-vidkryttia-salonu-kрасy-vid-biznes-planu-do-pershoho-kliienta/>
- Школа краси у Києві ArtMaker <https://artmaker.kiev.ua/uk/>
- Топ маркетингових ідей та стратегій <https://blog.integraca.com.ua/2021/12/28/marketynhovy-idej/>

- Просування та розкрутка сайту <https://elit-web.ua/ua/blog/prodvizhenie-sajta-salona-krasoty>
- курси <https://m-class.com.ua/>
- 10 МАРКЕТИНГОВИХ ІДЕЙ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ, ЯКІ МОЖНА РЕАЛІЗУВАТИ ЗА ВЕЧІР <https://marketer.ua/ua/10-marketing-ideas-for-small-businesses/>
- Топ 10: Програми для маркетингу (для України) https://www.livebusiness.com.ua/ua/tags/programmy_dlja_marketinga/
- Про актуальний маркетинг українською: 18 корисних блогів <https://inweb.ua/blog/ua/pro-aktualnyy-marketing-na-ukrainskom-yazyke-20-poleznyh-blogov/>
- <https://brander.ua/blog/tiktok-ads>
- Як працювати з інфлюенсерами в Instagram та TikTok <https://uaateam.agency/blog/yak-pratsyuvaty-z-inflyuenseramy-v-instagram-ta-tiktok/>
- Вартість реклами в українських блогерів: YouTube, Instagram, TikTok <https://web-promo.ua/ua/blog/vartist-reklami-v-ukrayinskih-blogeriv-youtube-instagram-tiktok/>
- Маркетинг у TikTok: 8 ефективних стратегій для ecommerce <https://blog.ringostat.com/uk/marketynh-u-tiktok-8-efektyvnykh-stratehii-dlia-ecommerce/>
- <https://remonline.ua/blog/employee-motivation/>
- Ефективність керівника, Управління персоналом, Мотивація, Залученність персоналу <https://performia.com.ua/articlesvideos/motivatsiya/>
- мотивація персоналу <https://www.staff.ua/uk/blog/motivatsiya-personalu-poradi-shchodo-efektivnogo-zaluchennya-pratsivnikiv>
- мотивація співробітників <https://pritula.academy/motivation-ukr>
- Амазон <https://www.amazon.com/>
- <https://trends.google.com/trends/>
- McKinsey & Company <https://www.mckinsey.com/>