

بیزینس پلن

Business Plan

تهیه شده توسط ویدان

<https://vidone.ir>



MAHGOL

سالن زیبایی ماه گل

شماره تماس شرکت: ۰۲۱-۰۰۰۰۰۰۰۰

تلفن شرکت: ۰۹۱۲۰۰۰۰۰۰۰

ارائه شده توسط: ...

عنوان شغلی: ...

آدرس ایمیل: ...

فهرست مطالب

۵	خلاصه اجرایی
۵	هدف کسب و کار
۵	محصولات یا خدمات
۶	بازار هدف
۶	استراتژی‌های اصلی
۷	وضعیت مالی
۸	توصیف کسب و کار
۸	کسب و کار شما چیست؟
۸	رسالت و چشم‌انداز شما چیست؟
۹	چه ارزشی ارائه می‌دهید؟
۱۰	تحلیل بازار
۱۰	تحقیقات بازار
۱۰	تحلیل رقبا
۱۱	تقسیم بندی بازار
۱۱	موقعیت سنجی
۱۳	سازماندهی و مدیریت
۱۳	ساختار سازمانی
۱۴	تیم مدیریتی
۱۵	محصولات و خدمات
۱۵	شرح محصول و خدمات
۱۵	مزیت خدمات
۱۶	فرآیند ارائه خدمات

۱۷..... استراتژی بازاریابی و فروش

۱۷..... استراتژی قیمت‌گذاری

۱۷..... روش‌های تبلیغاتی

۱۸..... استراتژی فروش

۲۰..... برنامه عملیاتی

۲۰..... مکان کسب و کار

۲۰..... تجهیزات و فناوری

۲۱..... فرآیندهای عملیاتی

۲۱..... مدیریت زنجیره تامین

۲۲..... برنامه مالی

۲۲..... پیش بینی درآمد

۲۳..... پیش بینی هزینه‌ها

۲۴..... بودجه بندی

۲۴..... ترازنامه

۲۵..... تحلیل نقطه سر به سر

۲۶..... پیوست‌ها

۱) خلاصه اجرایی

۱. معرفی شرکت و پیشینه تاریخی

سالن زیبایی "ماه گل" در سال ۱۴۰۳ با هدف ارائه خدمات زیبایی حرفه‌ای و لوکس راه‌اندازی شد. این سالن توسط گروهی از متخصصان برجسته با بیش از ۱۰ سال تجربه در حوزه زیبایی و آرایش تأسیس شده است. از ابتدای فعالیت، "ماه گل" بر ارائه خدماتی باکیفیت و مشتری‌محور تمرکز داشته و تلاش کرده است تا با استفاده از جدیدترین تکنیک‌ها و محصولات، رضایت مشتریان را جلب کند. نام "ماه گل" که الهام گرفته از لطافت گل‌ها و درخشندگی ماه است، نشان‌دهنده تعهد سالن به زیبایی، ظرافت و استانداردهای بالاست.

۲. اهداف کسب‌وکار و ارزش‌های سازمانی

هدف اصلی سالن زیبایی "ماه گل"، ایجاد تجربه‌ای متفاوت و متمایز برای مشتریان است. این سالن تلاش دارد تا اولین انتخاب بانوان برای خدمات زیبایی باشد و با گسترش خدمات و معرفی تکنولوژی‌های جدید، جایگاه خود را در بازار تثبیت کند. ارزش‌های سازمانی سالن شامل احترام به مشتریان، ارائه خدمات با کیفیت و استفاده از محصولات ایمن و سازگار با محیط‌زیست است. "ماه گل" به دنبال ایجاد محیطی است که در آن مشتریان حس آرامش، اعتماد و رضایت را تجربه کنند.

- ارائه خدمات زیبایی باکیفیت و ایجاد تجربه‌ای متمایز برای مشتریان
- گسترش خدمات و معرفی تکنولوژی‌های روز به حوزه زیبایی
- تقویت وفاداری مشتریان از طریق خدمات حرفه‌ای و برخورد دوستانه
- احترام به نیازها و حریم خصوصی مشتریان
- استفاده از محصولات ایمن و دوستدار محیط‌زیست
- حفظ کیفیت در تمام خدمات ارائه‌شده

۳. محصولات و خدمات

"ماه گل" مجموعه‌ای گسترده از خدمات زیبایی را برای پاسخگویی به نیازهای متنوع مشتریان ارائه می‌دهد. خدمات آرایشی این سالن شامل آرایش عروس، میکاپ‌های مناسبتی و روزانه است که توسط میکاپ‌آرتیست‌های مجرب انجام می‌شود. خدمات مراقبت از مو شامل کوتاهی، رنگ و مش، کراتینه و درمان موهای آسیب‌دیده است که با استفاده از محصولات باکیفیت و ایمن ارائه می‌شود. همچنین خدمات

پوستی مانند پاکسازی عمیق، لایه برداری و جوانسازی پوست با دستگاه‌های پیشرفته در دسترس مشتریان قرار دارد. از دیگر خدمات می‌توان به طراحی و کاشت ناخن، مانیکور و پدیکور و خدمات ابرو و مژه مانند لیفت، لمینت و میکروبلیدینگ اشاره کرد.

- **آرایش حرفه‌ای:** شامل آرایش عروس، میکاپ‌های مناسبتی و روزانه.
- **خدمات مو:** شامل کوتاهی، رنگ و مش، کراتینه و ترمیم مو.
- **خدمات پوستی:** پاکسازی، لایه برداری و جوانسازی با استفاده از دستگاه‌های مدرن.
- **طراحی و خدمات ناخن:** مانیکور، پدیکور و طراحی ناخن متناسب با سلیقه مشتری.
- **ابرو و مژه:** لیفت و لمینت مژه و میکروبلیدینگ ابرو.

۴. بازار هدف و چشم‌انداز بازار

بازار هدف سالن زیبایی "ماه‌گل" شامل بانوان ۱۸ تا ۴۵ ساله‌ای است که به دنبال خدمات زیبایی حرفه‌ای و لوکس هستند. این سالن همچنین خدمات ویژه‌ای را برای عروس‌ها و بانوانی که برای مناسبت‌های خاص نیاز به آرایش حرفه‌ای دارند، ارائه می‌دهد. رشد آگاهی درباره اهمیت مراقبت از پوست و مو و افزایش تقاضا برای خدمات زیبایی پیشرفته، فرصت‌های فراوانی برای گسترش بازار این سالن فراهم کرده است. "ماه‌گل" در نظر دارد تا با بهره‌گیری از این فرصت‌ها، سهم خود را در بازار افزایش داده و جایگاهی برجسته در صنعت زیبایی کسب کند.

- بانوان ۱۸ تا ۴۵ ساله که به دنبال خدمات زیبایی حرفه‌ای و لوکس هستند.
- عروس‌ها و بانوانی که برای مناسبت‌های خاص به خدمات آرایشی نیاز دارند.
- بانوان شاغلی که به دنبال خدمات سریع و باکیفیت هستند.

۵. استراتژی‌های بازاریابی و توسعه برند

"ماه‌گل" برنامه‌ای جامع برای بازاریابی و توسعه برند خود تدوین کرده است. این سالن با تولید محتوای جذاب و آموزشی در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و تیک‌تاک، به دنبال جذب مخاطبان جدید است. همکاری با اینفلوئنسرهای زیبایی و معرفی خدمات از طریق آن‌ها نیز یکی دیگر از استراتژی‌های کلیدی سالن است. علاوه بر این، "ماه‌گل" با ارائه تخفیف‌های ویژه برای افتتاحیه و جشنواره‌های خاص، برنامه وفاداری مشتریان و برگزاری ورکشاپ‌های آموزشی، تلاش دارد تا برند خود را به‌عنوان یک نام قابل اعتماد و محبوب در میان مشتریان تثبیت کند.

- دیجیتال مارکتینگ: فعالیت گسترده در شبکه‌های اجتماعی (اینستاگرام، تیک‌تاک) با تولید محتوای آموزشی و تبلیغاتی.
- همکاری با اینفلوئنسرها: معرفی خدمات سالن از طریق افراد تأثیرگذار در حوزه زیبایی.
- برنامه وفاداری مشتریان: ارائه تخفیف و مزایای ویژه برای مشتریان ثابت.
- رویدادهای ویژه: برگزاری ورکشاپ‌های آموزشی و جشنواره‌های تخفیفی.

۶. وضعیت مالی و اهداف سرمایه‌گذاری

سرمایه‌گذاری اولیه سالن "ماه‌گل" شامل هزینه تجهیز سالن با ابزارهای پیشرفته، دکوراسیون شیک و مدرن، خرید محصولات باکیفیت و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی است. در سال اول، هدف این سالن دستیابی به درآمد ماهانه ۵۰ میلیون تومان است و در سال دوم این مبلغ به ۸۰ میلیون تومان افزایش خواهد یافت. این اهداف از طریق افزایش تعداد مشتریان، گسترش خدمات و بهبود استراتژی‌های بازاریابی محقق می‌شوند. سالن "ماه‌گل" تلاش می‌کند تا در مدت ۶ ماه به نقطه سر به سر (Break-even Point) برسد و در ادامه با سوددهی پایدار به توسعه برند خود بپردازد.

سرمایه‌گذاری اولیه:

- تجهیزات سالن و دکوراسیون: ۵۰۰ میلیون تومان
- محصولات و مواد مصرفی: ۱۵۰ میلیون تومان
- بازاریابی و تبلیغات: ۵۰ میلیون تومان

اهداف مالی:

- دستیابی به درآمد ماهانه ۵۰ میلیون تومان در سال اول.
- افزایش درآمد به ۸۰ میلیون تومان در سال دوم با توسعه خدمات و جذب مشتریان جدید.

۲) توصیف کسب و کار

سالن زیبایی "ماه‌گل" یک مرکز تخصصی در حوزه خدمات زیبایی، مراقبت از پوست و مو، و خدمات ناخن است که به منظور ارائه خدماتی حرفه‌ای، شخصی‌سازی شده و لوکس به بانوان تأسیس شده است. این سالن مجموعه‌ای جامع از خدمات زیبایی را تحت یک سقف ارائه می‌دهد، از جمله:

- آرایش‌های حرفه‌ای (عروس، مناسبتی و روزانه)
- درمان‌ها و استایل‌های مختلف مو شامل رنگ، مش، کراتینه و ترمیم
- خدمات تخصصی پوست مانند پاکسازی، جوانسازی و آبرسانی
- طراحی و کاشت ناخن‌های مدرن و خاص
- خدمات ابرو و مژه مانند میکروبلیدینگ، لیفت و لمینت.

"ماه‌گل" فراتر از یک سالن آرایشی است؛ این مرکز با تمرکز بر ارتقای سلامت و زیبایی طبیعی مشتریان، به دنبال ایجاد تجربه‌ای متمایز و رضایت‌بخش است. سالن با بهره‌گیری از فضای آرامش‌بخش، تجهیزات پیشرفته و کارکنانی حرفه‌ای، بستری مناسب برای بانوان فراهم کرده است تا علاوه بر دریافت خدمات زیبایی، احساس آرامش و اطمینان را نیز تجربه کنند.

رسالت و چشم‌انداز شما

رسالت سالن زیبایی "ماه‌گل" این است که زیبایی را به شکلی سالم و ایمن برای مشتریان ارائه دهد و از این طریق به آن‌ها کمک کند تا اعتماد به نفس بیشتری داشته باشند. ما متعهدیم که با ارائه خدمات متناسب با نیازهای خاص هر مشتری، تجربه‌ای لذت‌بخش و منحصر به فرد را فراهم کنیم. استفاده از بهترین محصولات موجود در بازار، به‌کارگیری تکنیک‌های مدرن و آموزش مداوم کارکنان از جمله راهکارهایی است که به تحقق این رسالت کمک می‌کند.

چشم‌انداز "ماه‌گل" تبدیل شدن به یکی از شناخته‌شده‌ترین برندهای زیبایی در ایران است. این سالن در تلاش است تا با گسترش خدمات خود، افتتاح شعب جدید در شهرهای مختلف و همگام‌سازی خدمات با تکنولوژی‌های روز، سهم عمده‌ای از بازار زیبایی را به خود اختصاص دهد. هدف نهایی ما این است که مشتریان "ماه‌گل" نه تنها برای خدمات حرفه‌ای، بلکه به دلیل تجربه‌ای بی‌نظیر از محیطی لوکس و کارکنانی مجرب، ما را انتخاب کنند.

ارزش پیشنهادی

سالن زیبایی "ماه گُل" با ارائه ارزش‌هایی متمایز، تلاش دارد تا خدمات خود را از سایر رقبا متمایز کند. این ارزش‌ها عبارت‌اند از:

کیفیت بالا در خدمات:

تمامی خدمات سالن با استانداردهای بالا و مطابق با جدیدترین تکنیک‌های بین‌المللی انجام می‌شود. کارکنان حرفه‌ای و آموزش‌دیده ما متعهد هستند که بهترین نتیجه را برای هر مشتری فراهم کنند.

محیطی آرام و لوکس:

دکوراسیون داخلی سالن به‌گونه‌ای طراحی شده است که محیطی آرامش‌بخش و شیک را برای مشتریان فراهم کند. هدف ما این است که هر مشتری هنگام حضور در سالن، حس راحتی و آرامش داشته باشد.

شخصی‌سازی خدمات:

هر مشتری قبل از دریافت خدمات، مشاوره‌ای تخصصی دریافت می‌کند تا نیازها و ترجیحات او به‌دقت شناسایی شود. این رویکرد شخصی‌سازی به مشتریان کمک می‌کند تا دقیقاً خدماتی را دریافت کنند که برایشان مناسب است.

استفاده از محصولات ایمن و معتبر:

تمامی محصولات آرایشی، مراقبتی و درمانی استفاده‌شده در سالن از برندهای معتبر و بین‌المللی هستند که سلامت مشتریان را تضمین می‌کنند. ما به هیچ‌وجه از محصولات کم‌کیفیت یا دارای مواد مضر استفاده نمی‌کنیم.

تجربه منحصر به فرد مشتری:

از لحظه ورود تا خروج، مشتریان "ماه گُل" تجربه‌ای لذت‌بخش و حرفه‌ای را از محیط، خدمات و برخورد کارکنان دریافت می‌کنند. هدف ما این است که مشتریان همیشه با رضایت کامل از سالن خارج شوند.

نوآوری و به‌روز بودن:

سالن "ماه گُل" همیشه به دنبال استفاده از جدیدترین تکنولوژی‌ها و روش‌های روز دنیا است. کارکنان سالن به‌طور منظم در دوره‌های آموزشی شرکت می‌کنند تا با ترندهای جدید آشنا شوند و خدمات خود را ارتقا دهند.

سلامت و مراقبت:

برخلاف بسیاری از سالن‌های زیبایی، "ماه گُل" علاوه بر تمرکز بر زیبایی، اهمیت ویژه‌ای به سلامت پوست و موی مشتریان می‌دهد. استفاده از مواد مغذی و درمان‌های غیرتهاجمی بخشی از رویکرد ما برای مراقبت از مشتریان است.

۳) تحلیل بازار

۱. تحقیقات بازار

صنعت زیبایی در ایران به‌ویژه در بین بانوان، رشد چشمگیری داشته است. افزایش آگاهی درباره اهمیت مراقبت از پوست و مو و همچنین تمایل به استفاده از خدمات زیبایی حرفه‌ای و لوکس، این صنعت را به یکی از پررونق‌ترین بازارها تبدیل کرده است. مشتریان امروزی به دنبال خدماتی هستند که نه تنها زیبایی بلکه سلامت پوست و موی آن‌ها را نیز تضمین کند. خدماتی مانند پاکسازی عمیق پوست، جوانسازی، و ترمیم مو به ترندهای محبوب تبدیل شده‌اند. همچنین بازار خدمات عروس با رشد مداوم تقاضا مواجه است، زیرا مراسم‌های لوکس و شخصی‌سازی شده نیاز به آرایش و خدمات حرفه‌ای بیشتری دارند. این روندها نشان می‌دهد که سالن زیبایی "ماه‌گل" با تمرکز بر خدمات لوکس و تخصصی، می‌تواند جایگاه ویژه‌ای در این بازار به دست آورد.

بررسی بازار خدمات زیبایی نشان می‌دهد که این صنعت با رشد تقاضا برای خدمات لوکس و تخصصی، به یکی از پررونق‌ترین حوزه‌ها تبدیل شده است. مشتریان به دنبال سالن‌هایی هستند که علاوه بر ارائه خدمات زیبایی، به سلامت و کیفیت نیز اهمیت دهند. روندهای اخیر در این صنعت، نظیر افزایش تقاضا برای خدمات شخصی‌سازی شده و استفاده از محصولات ایمن و غیرتهاجمی، فرصت‌های قابل توجهی را برای سالن‌هایی مانند "ماه‌گل" ایجاد کرده است.

با توجه به موقعیت مناسب سالن، تمرکز بر کیفیت و تنوع خدمات، و رویکرد حرفه‌ای به سلامت و زیبایی، "ماه‌گل" ظرفیت بالایی برای جذب بخش‌های مختلف بازار دارد. گروه‌های هدف مانند بانوان شاغل، عروس‌ها و مشتریانی که به مراقبت از پوست و مو اهمیت می‌دهند، اصلی‌ترین مخاطبان این سالن خواهند بود.

۲. تحلیل رقبا

بازار سالن‌های زیبایی در ایران رقابت شدیدی دارد، اما این رقابت بیشتر بین سالن‌های محلی است که خدمات معمولی ارائه می‌دهند. سالن‌های زنجیره‌ای نیز حضور دارند، اما اغلب قیمت بالایی دارند و خدمات آن‌ها کمتر شخصی‌سازی شده است. سالن‌های محلی، اگرچه ممکن است ارتباط خوبی با مشتریان محلی داشته باشند، معمولاً محیط لوکس و تجهیزات مدرن ندارند. "ماه‌گل" با ارائه خدماتی شخصی‌سازی شده، محیطی لوکس و استفاده از محصولات ایمن و مدرن، یک مزیت رقابتی بزرگ نسبت به این دو گروه دارد. علاوه بر این، تخصص و تمرکز بر سلامت مشتریان از نقاط تمایز کلیدی این سالن است که بسیاری از رقبا قادر به ارائه آن نیستند.

نام (کارگاه یا شرکت)	نقاط قوت	نقاط ضعف	مزیت رقابتی
سالن زیبایی ستاره زیبا	<ul style="list-style-type: none"> - سابقه طولانی و کسب اعتماد مشتریان محلی. - قیمت‌های اقتصادی و مناسب برای عموم مردم. - ارائه خدمات آرایشی پایه با کیفیت معقول. 	<ul style="list-style-type: none"> - نبود خدمات لوکس - دکوراسیون قدیمی و فضای کوچک سالن - استفاده از محصولات بی کیفیت 	<ul style="list-style-type: none"> ارتباط نزدیک و شخصی با مشتریان محلی و ایجاد حس اعتماد به دلیل سابقه طولانی فعالیت، از مزیت‌های رقابتی "ستاره زیبا" است. مشتریان این سالن معمولاً به دلیل روابط اجتماعی خوب کارکنان و قیمت‌های پایین، تمایل به مراجعه دارند.
سالن زیبایی دیاموند	<ul style="list-style-type: none"> - تجهیزات پیشرفته و تکنولوژی‌های به روز - استفاده از محصولات آرایشی و درمانی برندهای معتبر جهانی. - تیم آرایشگران حرفه‌ای با مدارک بین‌المللی 	<ul style="list-style-type: none"> - قیمت بالا - خدمات کمتر شخصی‌سازی شده 	<ul style="list-style-type: none"> کیفیت بالای خدمات و شهرت برند از مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی "دیاموند" است. مشتریانی که به دنبال خدمات لوکس و استانداردهای جهانی هستند، به این سالن اعتماد می‌کنند.
سالن زیبایی نیلوفرانه	<ul style="list-style-type: none"> - ارائه خدمات تخصصی در درمان پوست و مو - استفاده از دستگاه‌ها و تجهیزات پیشرفته درمانی. 	<ul style="list-style-type: none"> - قیمت نسبتاً بالا - تنوع محدود خدمات 	<ul style="list-style-type: none"> تخصص در ارائه خدمات درمانی و مراقبتی در ارائه نتایج مؤثر برای مشتریانی که به سلامت پوست و مو اهمیت می‌دهند. مشتریانی که به دنبال خدمات درمانی علمی هستند، این سالن را انتخاب می‌کنند.

۳. تقسیم‌بندی بازار

بازار هدف "ماه‌گل" به چندین گروه اصلی تقسیم می‌شود. اولین گروه شامل بانوان شاغل است که به خدمات سریع و تخصصی نیاز دارند؛ این گروه معمولاً به خدماتی مانند استایل‌های ساده، رنگ مو و مراقبت از ناخن علاقه‌مند هستند. دومین گروه، عروس‌ها و بانوانی هستند که برای مراسم‌های خاص به خدمات لوکس و حرفه‌ای نیاز دارند؛ این گروه به دنبال پکیج‌های جامع و طراحی‌های خاص هستند. گروه سوم شامل دانشجویان و بانوان جوانی است که به ترندهای روز علاقه دارند و خدماتی مانند طراحی ناخن، میکاپ سبک و لیفت مژه را

ترجیح می‌دهند. گروه چهارم بانوانی هستند که بیشتر به سلامت پوست و مو اهمیت می‌دهند و به دنبال خدماتی مانند پاکسازی عمیق و کراتینه مو هستند. این تقسیم‌بندی به "ماه‌گل" کمک می‌کند تا خدمات خود را دقیقاً مطابق با نیاز هر گروه ارائه دهد.

۴. موقعیت‌سنجی و استراتژی ورود به بازار

سالن زیبایی "ماه‌گل" در منطقه‌ای پرتردد و پرجمعیت از شهر قرار دارد که ویژگی‌های جمعیتی و جغرافیایی آن فرصت‌های منحصربه‌فردی برای موفقیت فراهم می‌کند. این منطقه دارای ترکیبی از محله‌های مسکونی میان‌رده و بالارده است که امکان جذب مشتریانی با توان مالی متفاوت را فراهم می‌کند. علاوه بر این، دسترسی آسان به سالن از طریق خیابان‌های اصلی و امکانات حمل‌ونقل عمومی، موقعیت مکانی سالن را ایده‌آل می‌سازد.

برای ورود به بازار و جذب سهم قابل‌توجهی از مشتریان، "ماه‌گل" از ترکیبی از استراتژی‌های بازاریابی، تبلیغات، و ایجاد تجربه‌های منحصربه‌فرد برای مشتریان استفاده می‌کند. این استراتژی‌ها به شرح زیر هستند:

۱. ایجاد هویت برند قوی:

"ماه‌گل" برندی است که زیبایی و سلامت را تلفیق کرده و تجربه‌ای متفاوت برای مشتریان فراهم می‌کند. طراحی لوگو، دکوراسیون لوکس سالن، و پیام‌های تبلیغاتی همگی به گونه‌ای طراحی شده‌اند که هویت برند "ماه‌گل" را به‌عنوان یک مرکز لوکس، حرفه‌ای و دوستدار محیط‌زیست تثبیت کنند.

۲. بازاریابی دیجیتال:

- شبکه‌های اجتماعی: فعالیت گسترده در اینستاگرام و تیک‌تاک برای نمایش خدمات، معرفی ترندهای زیبایی، و ایجاد تعامل با مشتریان.
- تبلیغات هدفمند آنلاین: استفاده از تبلیغات گوگل و اینستاگرام برای نمایش خدمات به مشتریان بالقوه در محدوده جغرافیایی سالن.
- تولید محتوای آموزشی: انتشار ویدیوها و مقالاتی درباره مراقبت از پوست و مو و تکنیک‌های زیبایی برای جذب علاقه‌مندان و ایجاد اعتماد.

۳. کمپین‌های تبلیغاتی افتتاحیه:

- برای جلب توجه و جذب مشتریان اولیه، "ماه‌گل" کمپین‌های ویژه‌ای در زمان افتتاحیه برگزار می‌کند:
- ارائه تخفیف‌های ویژه برای اولین مراجعه‌کنندگان.
- معرفی پکیج‌های تخفیفی برای خدمات عروس و مراقبتی.

- برگزاری رویدادهای محلی مانند "روز زیبایی رایگان" برای تجربه خدمات اولیه سالن.

۴. تمرکز بر خدمات شخصی سازی شده:

یکی از استراتژی‌های کلیدی ورود به بازار، ارائه خدمات متناسب با نیازهای خاص هر مشتری است. این ویژگی باعث ایجاد تفاوت "ماه‌گل" با رقبا می‌شود. مشتریان می‌توانند قبل از دریافت خدمات، مشاوره تخصصی رایگان دریافت کرده و نیازهای خود را با متخصصان سالن در میان بگذارند.

۵. همکاری با اینفلوئنسرها:

همکاری با بلاگرهای زیبایی و اینفلوئنسرهای محلی، به "ماه‌گل" کمک می‌کند تا خدمات خود را به سرعت به گروه گسترده‌ای از مشتریان بالقوه معرفی کند. این افراد با نمایش خدمات سالن و تجربه مثبت خود، اعتماد مشتریان جدید را جلب می‌کنند.

۴) سازمان‌دهی و مدیریت

۱. ساختار سازمانی

ساختار سازمانی سالن زیبایی "ماه‌گل" بر اساس مدل سلسله‌مراتبی ساده طراحی شده است که در آن وظایف و نقش‌ها به وضوح تعریف شده‌اند. این ساختار تضمین می‌کند که تمامی بخش‌ها به صورت هماهنگ عمل کنند و مشتریان تجربه‌ای بی‌نقص داشته باشند.

واحدهای اصلی سازمان:

- مدیریت عمومی: مسئولیت نظارت کلی بر عملکرد سالن، برنامه‌ریزی استراتژیک و تصمیم‌گیری‌های کلان.
- واحد خدمات زیبایی: شامل تیم‌های تخصصی در زمینه آرایش، خدمات مو، خدمات پوست و ناخن.
- واحد مشتری‌مداری: متمرکز بر ارتباط با مشتریان، رزرو وقت و پیگیری بازخورد مشتریان.
- واحد مالی و اداری: مدیریت امور مالی، حقوق و دستمزد کارکنان، و امور اداری.
- واحد بازاریابی و تبلیغات: مسئولیت برنامه‌ریزی و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی، مدیریت شبکه‌های اجتماعی و روابط عمومی.

۲. تیم مدیریتی

تیم مدیریتی سالن زیبایی "ماه گُل" شامل افرادی با تجربه و مهارت در حوزه مدیریت کسب و کار، زیبایی، و بازاریابی است. هر یک از اعضای تیم مسئولیتی خاص بر عهده دارند تا عملیات روزانه سالن به بهترین شکل انجام شود.

- مدیرعامل (CEO)

- مسئولیت کلی در نظارت بر تمامی واحدها و اجرای استراتژی‌های بلندمدت.

- بررسی گزارش‌های عملکرد و ارائه تصمیم‌گیری‌های کلیدی.

- مدیر اجرایی (COO):

- نظارت بر عملکرد روزانه سالن، از جمله هماهنگی بین تیم‌ها و مدیریت کارکنان.

- مدیریت برنامه‌های آموزشی و ارتقای مهارت کارکنان.

- مدیر بازاریابی و روابط عمومی:

- برنامه‌ریزی و اجرای کمپین‌های بازاریابی.

- مدیریت شبکه‌های اجتماعی و تعامل با مشتریان آنلاین.

- مدیر مالی:

- نظارت بر بودجه، هزینه‌ها و درآمد سالن.

- تهیه گزارش‌های مالی ماهانه و سالانه.

- سرپرستان بخش‌ها:

- سرپرست بخش آرایش و میکاپ.

- سرپرست بخش پوست و مو.

- سرپرست بخش ناخن.

۵) محصولات یا خدمات

۱. شرح خدمات

سالن زیبایی "ماه گل" مجموعه‌ای جامع از خدمات زیبایی، مراقبتی و درمانی را ارائه می‌دهد که تمامی نیازهای مشتریان را در یک محیط حرفه‌ای و آرامش‌بخش برآورده می‌کند. خدمات اصلی شامل:

- **آرایش و میکاپ:** شامل آرایش عروس، آرایش‌های مناسبتی و میکاپ سبک روزانه که با توجه به ویژگی‌های چهره هر فرد شخصی‌سازی می‌شود.
- **خدمات مو:** شامل کوتاهی، رنگ و مش با تکنیک‌های روز دنیا (بالیاژ، آمبره)، کراتینه، پروتئین‌تراپی و درمان موهای آسیب‌دیده.
- **خدمات پوست:** شامل پاکسازی عمیق، آبرسانی، جوانسازی و استفاده از ماسک‌های درمانی برای رفع مشکلات پوستی.
- **خدمات ناخن:** شامل مانیکور، پدیکور، کاشت و طراحی ناخن‌های خاص با دیزاین‌های مدرن.
- **ابرو و مژه:** شامل میکروبلیدینگ، لیفت و لمینت مژه برای تقویت ظاهر طبیعی و زیبا.

۲. مزیت خدمات

خدمات ارائه‌شده توسط سالن زیبایی "ماه گل" دارای مزایای زیر است:

- **کیفیت بالا:** تمام خدمات با استفاده از جدیدترین متدها و مواد باکیفیت انجام می‌شود که ماندگاری و نتیجه بهتری ارائه می‌دهد.
- **شخصی‌سازی خدمات:** تمامی خدمات بر اساس نیازها و ترجیحات مشتریان طراحی و ارائه می‌شوند.
- **تمرکز بر سلامت:** استفاده از محصولات ایمن و غیرمضر برای پوست و مو، همراه با مشاوره‌های تخصصی برای حفظ سلامت مشتریان.
- **فضای لوکس:** تجربه‌ای آرامش‌بخش در محیطی مدرن و دلپذیر که به مشتریان احساس راحتی و اطمینان می‌دهد.
- **تیم حرفه‌ای:** خدمات توسط آرایشگران و متخصصان آموزش‌دیده و با تجربه ارائه می‌شود.

۳. فرآیند ارائه خدمات

فرآیند ارائه خدمات در "ماه گل" به صورت کاملاً سازمان یافته و با رعایت استانداردهای حرفه‌ای انجام می‌شود. مراحل کلیدی شامل:

مشاوره اولیه: هر مشتری قبل از دریافت خدمات با متخصص مربوطه مشورت می‌کند. این مشاوره شامل شناسایی نیازها، ارائه پیشنهادات و توضیح روند کار است. مشاوره رایگان است و مشتریان می‌توانند سوالات خود را درباره خدمات و محصولات بپرسند.

آماده‌سازی: محیط کار برای هر مشتری به طور کامل بهداشتی و تمیز می‌شود. همچنین ابزارها و مواد مورد استفاده با توجه به نیازهای مشتری آماده می‌شوند.

اجرای خدمات: خدمات توسط آرایشگران و متخصصان مجرب و آموزش دیده انجام می‌شود. به علاوه استفاده از تکنیک‌های به روز و محصولات باکیفیت در اولویت ماه گل است.

ارائه راهنمایی پس از خدمات: پس از اتمام خدمات، مشتریان توصیه‌ها و راهنمایی‌هایی برای حفظ نتیجه دریافت می‌کنند. در صورت نیاز، محصولات مکمل مانند سرم‌ها، ماسک‌ها یا کرم‌های تخصصی به آنها پیشنهاد می‌شود.

پیگیری: تیم مشتری‌مداری پس از ارائه خدمات، بازخورد مشتریان را جمع‌آوری می‌کند و در صورت نیاز پیگیری می‌کند تا رضایت کامل آن‌ها جلب شود.

۶) استراتژی بازاریابی و فروش

۱. استراتژی قیمت‌گذاری

قیمت‌گذاری خدمات سالن زیبایی "ماه‌گل" با در نظر گرفتن تعادل میان کیفیت خدمات و توانایی پرداخت مشتریان طراحی شده است. این استراتژی بر مبنای ارائه خدماتی با کیفیت بالا اما با قیمت‌های قابل‌دسترس‌تر نسبت به سالن‌های زنجیره‌ای و لوکس شکل گرفته است. قیمت‌ها برای خدمات پایه مانند کوتاهی مو، مانیکور و پاکسازی پوست به گونه‌ای تعیین شده‌اند که مشتریان بیشتری بتوانند به آن دسترسی داشته باشند. برای خدمات تخصصی‌تر مانند کراتینه مو، جوانسازی پوست و میکاپ حرفه‌ای، قیمت‌ها بالاتر است تا ارزش افزوده این خدمات منعکس شود. همچنین، ارائه پکیج‌های ویژه برای مراسم عروسی و خدمات ترکیبی، به مشتریان اجازه می‌دهد از تخفیف‌های جذاب بهره‌مند شوند. طرح‌های اشتراک ماهانه و سالانه نیز برای مشتریان وفادار طراحی شده است که شامل تخفیف‌های ثابت و مزایای ویژه می‌شود، تا مشتریان انگیزه بیشتری برای استفاده مکرر از خدمات داشته باشند.

۲. روش‌های تبلیغاتی

"ماه‌گل" از ترکیبی از روش‌های تبلیغاتی دیجیتال و سنتی برای جذب مشتریان جدید و معرفی خدمات خود استفاده می‌کند. در بخش دیجیتال، حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و تیک‌تاک به سالن این امکان را می‌دهد که ترندهای زیبایی، خدمات و نمونه کارها را به نمایش بگذارد و تعامل نزدیکی با مخاطبان ایجاد کند. تولید محتوای آموزشی در قالب ویدیوها و مقالات مرتبط با مراقبت از پوست و مو نیز به افزایش آگاهی مشتریان و جلب اعتماد آن‌ها کمک می‌کند. از سوی دیگر، تبلیغات محلی نیز نقش مهمی در جذب مشتریان نزدیک به سالن دارد. این تبلیغات شامل توزیع بروشورها، همکاری با باشگاه‌های ورزشی و فروشگاه‌های لوازم آرایشی و برگزاری رویدادهای ویژه مانند افتتاحیه یا جشنواره‌های تخفیفی است. همکاری با اینفلوئنسرهای زیبایی نیز از دیگر روش‌های مؤثر برای معرفی خدمات به مخاطبان هدف محسوب می‌شود.

الف) تبلیغات دیجیتال:

- شبکه‌های اجتماعی: اینستاگرام، تیک‌تاک و پینترست به‌عنوان پلتفرم‌های اصلی برای نمایش خدمات، ترندهای زیبایی و تجربیات مشتریان استفاده می‌شوند.
- تولید محتوای آموزشی: تولید ویدیوها و پست‌های وبلاگی درباره مراقبت از پوست و مو، آرایش و استایل‌های مد روز برای جذب مخاطبان هدف.

- تبلیغات هدفمند: استفاده از تبلیغات گوگل و شبکه‌های اجتماعی با هدف دستیابی به مخاطبان محلی در شعاع جغرافیایی سالن.
- ایمیل مارکتینگ: ارسال پیشنهادات ویژه، تخفیف‌ها و معرفی خدمات جدید به مشتریان فعلی و بالقوه.

ب) تبلیغات محلی:

- رویدادهای ویژه: برگزاری افتتاحیه با تخفیف‌های ویژه و ارائه خدمات رایگان برای تجربه اولیه.
- بروشورها و کارت‌های تبلیغاتی: توزیع در مراکز خرید، باشگاه‌های ورزشی و مناطق پرتردد.
- همکاری با کسب‌وکارهای محلی: همکاری با فروشگاه‌های لوازم آرایشی، باشگاه‌های بدنسازی و عکاسان مراسم عروسی برای تبلیغ متقابل.

۳. استراتژی فروش

استراتژی فروش "ماه‌گل" بر ایجاد تجربه‌ای مثبت و به‌یادماندنی برای مشتریان استوار است. در این راستا، ارائه خدمات شخصی‌سازی شده نقش مهمی ایفا می‌کند. مشاوره اولیه با هر مشتری به متخصصان این امکان را می‌دهد که نیازهای خاص او را شناسایی کرده و بهترین خدمات را پیشنهاد دهند. پس از اتمام خدمات، پیشنهادهای ماندگار و رزرو مجدد، استفاده از خدمات مکمل یا خرید محصولات مرتبط به مشتریان ارائه می‌شود. برنامه‌های اشتراکی و تخفیف‌های ویژه برای مشتریان وفادار نیز بخشی از این استراتژی است. "ماه‌گل" همچنین از روش‌های فروش ارجاعی بهره می‌گیرد؛ به این صورت که مشتریانی که دوستان یا آشنایان خود را معرفی کنند، تخفیف یا خدمات رایگان دریافت می‌کنند. علاوه بر این، استفاده از بازخورد مشتریان و ایجاد حس ارتباط نزدیک با آن‌ها، به تقویت وفاداری و افزایش مراجعه‌های مکرر کمک می‌کند.

تحلیل SWOT

<p>- چالش در جذب نیروی انسانی متخصص: یافتن آرایشگران و متخصصانی که هم تجربه کافی و هم توانایی تطبیق با استانداردهای سالن را داشته باشند، زمان بر است.</p> <p>- هزینه‌های بالا: ارائه خدمات لوکس و استفاده از تجهیزات پیشرفته نیازمند سرمایه‌گذاری اولیه بالا است که ممکن است در مراحل ابتدایی فشار مالی ایجاد کند.</p>	<p>W: نقاط ضعف خود و یا سازمان خود</p>
<p>- رقابت شدید در منطقه: حضور سالن‌های زیبایی محلی و زنجیره‌ای رقابت قیمتی و خدماتی ایجاد می‌کند.</p> <p>- تغییر ترندها: سرعت تغییر در ترندهای زیبایی می‌تواند نیاز به سرمایه‌گذاری مداوم در آموزش کارکنان و تجهیزات جدید ایجاد کند.</p> <p>- اعتماد اولیه مشتریان: جلب اعتماد مشتریان جدید در مقایسه با سالن‌های قدیمی‌تر و شناخته‌شده‌تر ممکن است زمان‌بر باشد.</p>	<p>T: تهدیدها و بحران‌های محیط</p>
<p>- رشد صنعت زیبایی: افزایش تقاضا برای خدمات لوکس و تخصصی زیبایی در بین بانوان، فرصتی برای جذب مشتریان جدید فراهم می‌کند.</p> <p>- بازاریابی دیجیتال: بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات هدفمند آنلاین امکان جذب مشتریان بیشتری را از مناطق دیگر فراهم می‌کند.</p> <p>- همکاری با کسب‌وکارهای مرتبط: مشارکت با عکاسان مراسم عروسی، فروشگاه‌های لوازم آرایشی و باشگاه‌های ورزشی می‌تواند فرصت‌هایی برای تبلیغات و افزایش مراجعه ایجاد کند.</p>	<p>O: فرصت‌ها و موقعیت‌های محیط</p>
<p>- ارائه خدمات لوکس و تخصصی: سالن "ماه‌گل" خدماتی جامع و تخصصی شامل آرایش حرفه‌ای، مراقبت از پوست و مو، و طراحی ناخن ارائه می‌دهد که با استفاده از تکنیک‌های روز دنیا انجام می‌شود.</p> <p>- تیم حرفه‌ای و آموزش‌دیده: کارکنان سالن از افراد متخصص با تجربه در حوزه‌های مختلف زیبایی تشکیل شده‌اند که خدمات را با بالاترین کیفیت ارائه می‌دهند.</p>	<p>S: نقاط قوت خود و یا سازمان خود</p>

۷) برنامه عملیاتی

۱. مکان کسب و کار

سالن زیبایی "ماه گل" در منطقه زعفرانیه تهران قرار دارد. این منطقه یکی از مناطق لوکس و پررفت و آمد شهر است که به دلیل دسترسی آسان و جمعیت هدف مناسب، محیطی ایده آل برای راه اندازی سالن زیبایی محسوب می شود.

سالن دارای مساحتی حدود ۲۰۰ متر مربع است که به بخش های مختلف خدماتی تقسیم شده است:

- **بخش آرایش حرفه ای:** با صندلی های راحت و آینه های نورپردازی شده.
- **بخش پوست و مو:** مجهز به دستگاه های پیشرفته برای مراقبت و درمان.
- **بخش طراحی ناخن:** فضایی اختصاصی برای مانیکور، پدیکور و کاشت ناخن.
- **اتاق VIP:** برای ارائه خدمات خصوصی به عروس ها یا مشتریان ویژه.

سالن با استفاده از رنگ های گرم، مبلمان مدرن و نورپردازی ملایم طراحی شده است تا تجربه ای لوکس و آرامش بخش برای مشتریان فراهم کند. سالن در خیابانی پرتردد و نزدیک به مراکز خرید و محله های مسکونی لوکس واقع شده است. همچنین، دسترسی آسان از طریق خیابان های اصلی و وسایل حمل و نقل عمومی برای مشتریان فراهم است.

۲. تجهیزات و فناوری

سالن زیبایی "ماه گل" به تجهیزات مدرن و پیشرفته ای مجهز است تا خدماتی با کیفیت ارائه دهد. تجهیزات کلیدی شامل:

- **آرایش و میکاپ:** صندلی های آرایش حرفه ای، آینه های بزرگ با نورهای LED، و ابزارهای آرایشی با استاندارد بالا.
- **مراقبت از پوست:** دستگاه های میکرودرم، هیدرودرمی و ماسک های درمانی برای جوانسازی و پاکسازی.
- **خدمات مو:** دستگاه های کراتینه، اتوهای موی پیشرفته، و ابزارهای حرفه ای کوتاهی و رنگ مو.
- **خدمات ناخن:** دستگاه های UV/LED، ابزارهای طراحی ناخن، و تجهیزات مانیکور و پدیکور.
- **سیستم مدیریت:** نرم افزار رزرو و مدیریت مشتریان برای هماهنگی وقت ها، یادآوری های خودکار و پیگیری بازخورد مشتریان.

۳. فرآیندهای عملیاتی

سالن "ماه‌گل" با فرآیندهای دقیق و تعریف‌شده، تجربه‌ای منظم و حرفه‌ای برای مشتریان ایجاد می‌کند.

۱) رزرو وقت:

- مشتریان می‌توانند از طریق تماس تلفنی، مراجعه حضوری یا سیستم رزرو آنلاین وقت خود را تنظیم کنند.
- تمامی رزروها در نرم‌افزار مدیریتی سالن ثبت و پیگیری می‌شوند.

۲) مشاوره اولیه:

- قبل از شروع خدمات، مشاوره رایگانی با متخصصان سالن انجام می‌شود تا نیازها و انتظارات مشتری شناسایی شود.

۳) آماده‌سازی محیط:

- ابزارها و تجهیزات برای هر مشتری ضدعفونی و آماده می‌شوند.
- فضای کاری با توجه به خدمات درخواستی مشتری تنظیم می‌شود.

۴) ارائه خدمات:

- خدمات توسط تیم متخصص با استفاده از محصولات باکیفیت و تکنیک‌های پیشرفته انجام می‌شود.
- مشتری در طول فرایند از محیطی آرامش‌بخش و رفتار حرفه‌ای تیم بهره‌مند خواهد بود.

۵) پیگیری و بازخورد:

- پس از اتمام خدمات، تیم مشتری‌مداری با جمع‌آوری بازخورد، کیفیت خدمات را ارزیابی می‌کند.
- مشتریان توصیه‌هایی برای مراقبت‌های پس از خدمات دریافت می‌کنند.

۴. مدیریت و زنجیره تأمین

مدیریت زنجیره تأمین در سالن زیبایی "ماه‌گل" با هدف تأمین مواد و محصولات باکیفیت و اطمینان از موجودی کافی انجام می‌شود.

• تأمین‌کنندگان اصلی:

- مواد آرایشی و مراقبتی از برندهای معتبر جهانی و داخلی مانند L'Oréal، Schwarzkopf و Olaplex خریداری می‌شوند.
- ابزارها و تجهیزات از تأمین‌کنندگانی تهیه می‌شوند که ضمانت کیفیت و خدمات پس از فروش ارائه می‌دهند.

- مدیریت موجودی:
 - موجودی مواد مصرفی مانند رنگ مو، محصولات پوستی و ابزارهای یکبارمصرف به صورت ماهانه بررسی می شود.
 - سفارش مواد و محصولات با پیش بینی تقاضای آینده انجام می شود تا از کمبود جلوگیری شود.
- مذاکره با تأمین کنندگان:

- روابط بلندمدت با تأمین کنندگان برای دریافت تخفیف های ویژه و شرایط پرداخت بهتر حفظ می شود.
- تأمین کنندگان بر اساس معیارهای کیفیت، زمان تحویل و قیمت ارزیابی می شوند.

۸) برنامه مالی

۱. پیش بینی درآمد

پیش بینی درآمد سالن زیبایی "ماه گل" بر اساس خدمات متنوع ارائه شده و نرخ مراجعه مشتریان انجام شده است.

- خدمات آرایشی (میکاپ و عروس):
میانگین روزانه ۳ مشتری \times ۱,۵۰۰,۰۰۰ تومان \times ۲۵ روز کاری \times ۱۲ ماه = ۱,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- خدمات مو (رنگ، کراتینه و کوتاهی):
میانگین روزانه ۵ مشتری \times ۱,۰۰۰,۰۰۰ تومان \times ۲۵ روز کاری \times ۱۲ ماه = ۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- خدمات پوست و درمانی:
میانگین روزانه ۴ مشتری \times ۸۰۰,۰۰۰ تومان \times ۲۵ روز کاری \times ۱۲ ماه = ۹۶۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- خدمات ناخن (مانیکور، طراحی و کاشت):
میانگین روزانه ۶ مشتری \times ۶۰۰,۰۰۰ تومان \times ۲۵ روز کاری \times ۱۲ ماه = ۱,۰۸۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- فروش محصولات مراقبتی:
میانگین فروش ماهانه: ۲۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان \times ۱۲ ماه = ۲۴۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

جمع کل درآمد سالانه:

۵,۱۳۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

۲. پیش‌بینی هزینه‌ها

• هزینه‌های ثابت سالانه:

- اجاره مکان: ۳۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان × ۱۲ ماه = ۳۶۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- حقوق کارکنان (۱۲ نفر):
- میانگین حقوق ماهانه ۱۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان × ۱۲ نفر × ۱۲ ماه = ۱,۷۲۸,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- هزینه تجهیزات و استهلاک: ۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- هزینه تبلیغات و بازاریابی: ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- سایر هزینه‌های ثابت (قبوض، اینترنت، نرم‌افزارها): ۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

جمع کل هزینه‌های ثابت:

۲,۵۰۸,۰۰۰,۰۰۰ تومان

• هزینه‌های متغیر سالانه:

- مواد مصرفی (رنگ، محصولات پوستی و ناخن):
- میانگین ماهانه ۲۵,۰۰۰,۰۰۰ تومان × ۱۲ ماه = ۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- نگهداری و تعمیر تجهیزات: ۵۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- کمیسیون کارکنان بر اساس عملکرد: ۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

جمع کل هزینه‌های متغیر:

۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

جمع کل هزینه‌ها (ثابت + متغیر):

۳,۰۰۸,۰۰۰,۰۰۰ تومان

۳. بودجه بندی

برنامه بودجه بندی سالانه به شرح زیر است:

• سرمایه گذاری اولیه:

- تجهیزات و دکوراسیون: ۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
 - هزینه های تبلیغاتی اولیه: ۵۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
 - خرید مواد اولیه: ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
 - ذخیره نقدینگی برای سه ماه اول: ۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- جمع سرمایه گذاری اولیه:
- ۱,۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

• مدیریت بودجه عملیاتی:

- تخصیص ماهانه بودجه تبلیغات: ۸,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- بودجه برای آموزش کارکنان و دوره های به روز: ۵۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان سالانه
- ذخیره بودجه اضطراری: ۱۰٪ از درآمد ماهانه

۴. ترازنامه (پیش بینی شده)

دارایی ها:

- موجودی نقدی: ۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- تجهیزات و دکوراسیون (پس از استهلاك): ۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- موجودی محصولات: ۵۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

جمع دارایی ها:

۹۵۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

بدهی‌ها:

- بدهی‌های تأمین‌کنندگان: ۵۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

- هزینه‌های پیش‌پرداخت اجاره: ۹۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

جمع بدهی‌ها:

۱۴۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

حقوق صاحبان سهام:

- سرمایه اولیه: ۱,۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

- سود انباشته سال اول: ۱,۸۷۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان (درآمد کل - هزینه کل)

جمع حقوق صاحبان سهام:

۳,۱۲۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان

۵. تحلیل نقطه سر به سر (Break-even Analysis)

هزینه‌های ثابت: ۲,۵۰۸,۰۰۰,۰۰۰ تومان

میانگین قیمت خدمات: ۹۰۰,۰۰۰ تومان

هزینه متغیر به ازای هر واحد: ۱۵۰,۰۰۰ تومان

سالن زیبایی "ماه‌گل" برای رسیدن به نقطه سر به سر باید حداقل ۳,۳۴۴ خدمت در سال ارائه دهد، که معادل حدوداً ۲۷۹ خدمت در

ماه یا ۱۱ خدمت در روز است. این عدد کاملاً قابل دسترس است و نشان می‌دهد که سالن به سرعت به سوددهی خواهد رسید.

۹) پیوست‌ها

۱. رزومه تیم مدیریتی و کارکنان کلیدی

- رزومه مدیرعامل: سوابق حرفه‌ای در مدیریت کسب‌وکارهای زیبایی و تجربه در برنامه‌ریزی استراتژیک.
- رزومه مدیر اجرایی: تخصص در مدیریت عملیات روزمره سالن و هماهنگی تیم‌ها.
- رزومه مدیر بازاریابی: تجربه در بازاریابی دیجیتال، مدیریت شبکه‌های اجتماعی، و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی.
- سوابق آموزشی کارکنان: گواهینامه‌های معتبر تیم متخصص در زمینه آرایش، مراقبت از پوست، و خدمات ناخن.

۲. فهرست تجهیزات و فناوری‌ها

- تجهیزات اصلی: لیستی از تجهیزات سالن، از جمله برند و مدل هر دستگاه (مثلاً دستگاه میکرودرم، کراتینه و UV برای ناخن).
- سیستم‌های مدیریتی: نرم‌افزار رزرو مشتریان و سیستم‌های پرداخت الکترونیکی.
- تجهیزات بهداشتی: ابزارهای ضدعفونی و محصولات بهداشتی استفاده‌شده در سالن.

۳. جزئیات هزینه‌ها و بودجه‌بندی

- صورت‌حساب‌های تأمین‌کنندگان تجهیزات: جزئیات خرید تجهیزات و محصولات اولیه.
- برنامه بودجه تبلیغاتی: ریز هزینه‌های پیش‌بینی‌شده برای بازاریابی، از جمله تبلیغات دیجیتال و محلی.
- جدول حقوق و دستمزد: لیست کامل حقوق کارکنان، شامل پاداش‌ها و کمیسیون‌ها.

۴. تحلیل بازار و تحقیقات پشتیبان

- نتایج تحقیقات بازار: اطلاعات مربوط به روندهای بازار زیبایی، ترجیحات مشتریان، و پتانسیل رشد منطقه زعفرانیه.
- تحلیل رقبا: جزئیات دقیق‌تر از نقاط قوت و ضعف رقبا و موقعیت "ماه‌گل" در میان آن‌ها.

۵. مجوزها و مدارک قانونی

- مجوزهای کسب‌وکار: شامل مجوز فعالیت سالن زیبایی از مراجع ذی‌صلاح.
- مجوز بهداشتی: تأییدیه‌های لازم برای رعایت استانداردهای بهداشتی در سالن.

- قرارداد اجاره مکان: جزئیات قرارداد اجاره مکان سالن در منطقه زعفرانیه.
- بیمه: اطلاعات مربوط به بیمه سالن، کارکنان و تجهیزات.

۶. برنامه‌های توسعه آینده

- طرح‌های گسترش خدمات: برنامه‌های معرفی خدمات جدید مانند لیزر یا مشاوره آنلاین.
- برنامه گسترش شعبه‌ها: جزئیات پیش‌بینی شده برای راه‌اندازی شعبه‌های جدید در مناطق دیگر تهران.

۷. گزارش‌های مالی و پیش‌بینی‌ها

- گزارش پیش‌بینی درآمد: جداول دقیق تر از درآمد خدمات مختلف به تفکیک ماه.
- تحلیل نقطه سر به سر: فرمول‌ها و جزئیات محاسبه دقیق.
- صورت‌های مالی: شامل ترازنامه، صورت سود و زیان، و صورت جریان نقدی پیش‌بینی شده.