

# 美容美发推合伙人制 破除加盟烦恼

如果过去进入一家美容美发店,无休止的产品推销会让人心里抵触,下一次消费者也许就不会再选择这家店。这是美容美发行业发展多年来受经营模式所致难以化解的问题,不过如今在从加盟转变为入股模式后,被捆绑利益的美容美发店合伙人正在拒绝这种粗暴、毁形象的推销。

## 推合伙人制

在东城区一家逸丝风尚门店中,一位店长理发师与顾客闲聊说道,“经营这家理发店,自己都有股份在里面,顾客的满意度和我们的工资是直接挂钩的”。用户口碑已经成为企业的生命线,传统美容美发行业的松散加盟模式逐渐发生变化。

逸丝风尚目前采用入股方式开展加盟合作,加盟门店服务品质与加盟商收益直接挂钩。据上述店长介绍,入股加盟商会按季度获得公司分红,分红利润视门店经营状况而定。北京逸丝风尚美容美发设计有限公司负责人张员表示,入股加盟可以增加门店负责人收益,提高工作动力。

从自由加盟转变为入股加盟,美容美发企业的加盟门槛有所提高。张员称,公司目前已不对外招收加盟,新门店通过既有门店员工进行模式复制完成。店长一方面是加盟商,同时也是门店的经营者。企业总部与加盟商同时占股,加盟商需具备丰富的管理经验和受到认可的手艺技术才可获得品牌授权。



传统加盟模式需要加盟商支付相应的加盟费用,在经过门店选址审核后,即可获得品牌授权,对于加盟商是否有相关从业经验并不要求。加盟商可以作为门店经营者,也可以作为资本管理者。相较而言,入股加盟更有助于连锁企业把控品牌形象。

据TONI&GUY中国相关负责人表示,入股加盟的方式在国内美容美发行业已经十分普遍。不仅是逸丝风尚,东方名剪、木北造型等传统美容美发企业也都采用入股加盟方式,审美造型在开展自由加盟的同时也含有入股加盟方式。另据业内人士介绍,永琪美容美发在开放区域代理的地区,也是通过店长或美容经理入股的形式招收加盟。

## 自由加盟遭诟病

通过自由加盟模式,传统美容美发连锁企业规模扩张迅速,但却出现加盟店把控力不足等问题,在服务品质上饱受消费者诟病。在传统松散的加盟管理机制下,美发店倒闭、会员卡报废等消息时有传出,这在消费者利益受损的同时,也严重伤害了品牌形象。

消费者王女士反映,“到美发店总会被美发师推销各种产品或者会员卡”。据一位美容美发从业人士介绍,推销储值卡和日化用品是过去美容美发店的主要盈利方式,推销成功的员工可以获得提成,很多美发店把销售额作为门店经营指标,但现在美发店更注重口碑积累。

在东方名剪创始人卢连德看来,入股加盟更有助于连锁品牌企业加强对加盟店服务品质的把控,对所有门店进行统一的人员、采购、经营管理,保护品牌形象。

## 生存压力倍增

与四五年前门店快速增长相比,传统美容美发连锁企业还想延续此前的快速扩张并不容易。据一位传统生活服务连锁企业负责人介绍,在一线城市,由于房租、人员等成本上涨,近两年企业规模扩张速度放慢了很多。

房租、人员等成本上涨加重了传统美容美发企业的生存压力,这也让品牌把控变得尤为重要。以北京某知名美容美发连锁品牌为例,加盟费用为20万元,需要具有100平方米以上的营业面积。四环以内面积在100平方米左右的临街商铺,月租金至少在4万元以上。有美容美发行业从业人员介绍,如果不算房租,仅门店装修、采购设备以及宣传推广等费用,投入至少在20万元以上。按照一年房租价格计算,加盟一家连锁品牌美发店,前期投入将不低于80万元。上述从业人员表示,很多美发店都是靠回头客做生意,新顾客只认品牌,如果是新兴设计师品牌,在没有用户积累的情况下,需要经历几年亏损。

7月北京市正式印发《北京市提高生活性服务业品质行动计划》强调加快推进生活性服务业规范化、连锁化、便利化、品牌化、特色化发展。卢连德认为,品牌化发展已经成为美容美发行业发展方向,但做好一个品牌并不容易,至少需要三年以上时间。北京商报记者 李铎 陈克远

# TAG Heuer Avant-Garde Eyewear官方旗舰店入驻寺库商城

12月13日, TAG Heuer Avant-Garde Eyewear与全球高端消费服务平台寺库(SECOO)宣布达成战略合作, TAG Heuer Avant-Garde Eyewear将正式入驻寺库网(secoco.com),开设在中国的首家官方授权品牌旗舰店。

随着奢侈品巨头们密集“触网”,LVMH集团旗下瑞士知名品牌TAG Heuer也在紧锣密鼓布局其电子商务战略,这一次TAG Heuer Avant-Garde Eyewear与中国高端跨境购物第一站寺库网结盟。

寺库网是中国最大的奢侈品线上购物商城,经营品类涵盖包袋、腕表、服饰配饰、艺术品、豪车、高端生活用品等,是全球超过1000个中高端品牌官方授权的合作伙伴。随着其全球化战略落地,寺库还在北京、上海、成都、香港、米兰、纽约、东京等地开设了跨境体验店及全球会员中心。

为满足中国消费者日益成熟的消费品位与需求,此次合作TAG Heuer Avant-Garde Eyewear带来了其最具代表性的太阳镜与光学镜系列,借助寺库网在产品销售、品牌推广、物流配送、售后保障等方面所建立的强大服务体系,双方将携手为消费者呈现与海外实体店同步尊享的高品质网络购物体验。

TAG Heuer泰格豪雅在高端制表领域取得了众多意义非凡的成就,与制表产品一样, TAG Heuer Avant-Garde Eyewear眼镜品牌同样以新鲜构思、创新材质和符合人体工程学的设计而誉满全球。NBA球星林书豪、好莱坞影星莱昂纳多·迪卡



普里奥、中国影星李易峰等都是其忠实拥趸。作为庆祝中国首家官方授权旗舰店的开幕, TAG Heuer Avant-Garde Eyewear计划在寺库网推出全球限量版“SENN”太阳眼镜,限量版“SENN”是

普里奥、中国影星李易峰等都是其忠实拥趸。

作为庆祝中国首家官方授权旗舰店的开幕, TAG Heuer Avant-Garde Eyewear计划在寺库网推出全球限量版“SENN”太阳眼镜,限量版“SENN”是

TAG Heuer为赛车领域不朽的传奇人物艾尔顿·塞纳献上的特别定制款产品。另外还将有多款TAG Heuer Avant-Garde Eyewear 2016最新款产品也将同步登录寺库网抢先预售。

TAG Heuer Avant-Garde

Eyewear中国区代表陈先生表示,“中国电子商务市场的蓬勃发展为我们提供了满载想像力的增长空间,借助寺库网对于中国奢侈品市场与高端消费用户的深入了解以及在产品销售、推广运营等多方面的资源优势,双方合作必将不断深化与开拓目标受众市场,点燃中国消费者对于豪雅眼镜品牌的购买热情,我对TAG Heuer Avant-Garde Eyewear与寺库的合作充满信心。”

据了解,消费者通过TAG Heuer Avant-Garde Eyewear寺库官方旗舰店购买眼镜产品都能享受到寺库完善及高品质的客户服务体验。对于消费者关注的售后服务问题, TAG Heuer Avant-Garde Eyewear也承诺,消费者将享受到与品牌专卖店一致的专业服务。同时作为福利馈赠,双方还将联合举办“爱眼日”、“免费眼检”等线下互动沙龙活动,为消费者提供眼睛护理常识。

寺库表示,“天地豪雅眼镜富有现代感的前卫设计、亲民的价格与丰富的款式,非常符合中国高端用户的消费喜好。寺库十分期待与TAG Heuer Avant-Garde Eyewear品牌的合作,更希望能够搭建一个连接全球的互联网快车道,从而使更多具备高品质的品牌商品更直接、更有效地触达中国消费者。”