



«Управління
проєктом
створення салону
краси «Redline»

Виконала: Циганкова Валерія Віталіївна

КИЇВ-2024

Вступ



Мета:

Розробити та реалізувати ефективний план управління проєктом створення салону краси "Redline", забезпечивши його успішний запуск та подальший розвиток.

Завдання:

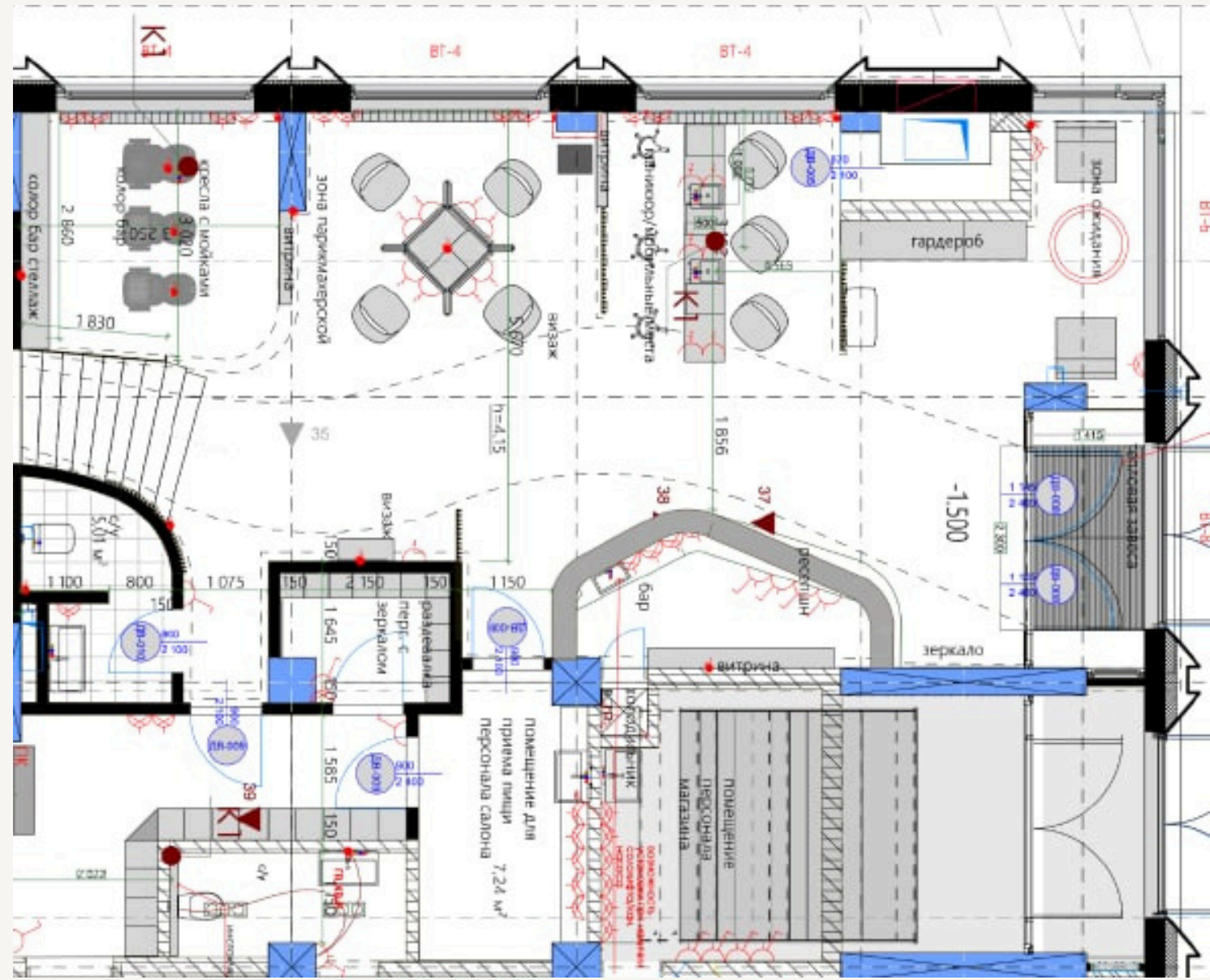
1. Провести аналіз ринку beauty-індустрії, ідентифікувати основних конкурентів, визначити цільову аудиторію, проаналізувати тренди та перспективи розвитку.
2. Розробити концепцію салону.
3. Скласти бізнес-план: розрахувати необхідні інвестиції, скласти фінансовий прогноз.
4. Розробити детальний проєктний план: Визначити етапи, терміни виконання, ресурси.
5. Забезпечити ефективне управління проєктом, контролювати виконання завдань, вносити необхідні корективи.
6. Оцінити ефективність проєкту: проаналізувати результати реалізації проєкту.

Об'єкт дослідження:

- Проєкт створення салону краси "Redline".

Предмет дослідження:

- Процеси управління проєктом створення салону краси.



Назва проєкту



Центр краси «Redline»

Регіон

Україна, місто Київ

Тривалість проєкту

6 місяців (Квітень 2025
рік- Вересень 2025 рік)

Бюджет

2 млн. грн

Статут
проєкту

Фінансовий план проєкту

РЕМОНТ ТА
ОБЛАШТУВАННЯ
ПРИМІЩЕННЯ

800.000

ОБЛАДНАННЯ
ДЛЯ
САЛОНУ

480.000

МАРКЕТИНГ
ТА
РЕКЛАМА

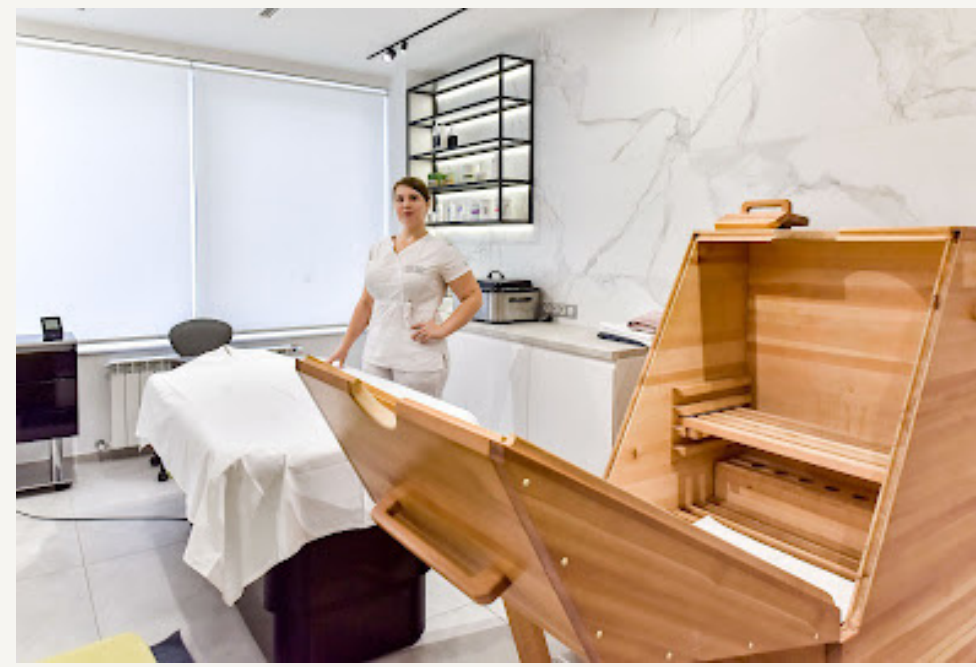
120.000

ПОСТІЙНІ
ВИТРАТИ

450.000

ЗМІННІ
ВИТРАТИ

150.000



Загальна характеристика проєкту



**ПРОЕКТ ЗАКЛЮЧАЄТЬСЯ У ВІДКРИТТІ САЛОНУ
КРАСИ «REDLINE», ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИСОКОГО РІВНЯ
ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ ТА ЯКОСТІ ПОСЛУГ**

Основні цілі проєкту:

1. Надання інноваційних та високоякісних послуг
2. Створення атмосфери ексклюзивності та розкоші
3. Індивідуальний підхід до клієнтів

Swot — аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
Кваліфікований персонал Широкий спектр послуг Лояльність клієнтів Сучасне обладнання Позитивна репутація	Висока конкуренція Обмежений бюджет на маркетинг Необхідність постійного навчання Відсутність онлайн присутності
Можливості	Загрози
Зростання інтересу до натуральних і органічних процедур Розширення онлайн-сервісів Співпраця з локальними брендами Участь у виставках і ярмарках	Економічні коливання: Конкуренція з новими гравцями Зміни в законодавстві Соціальні зміни

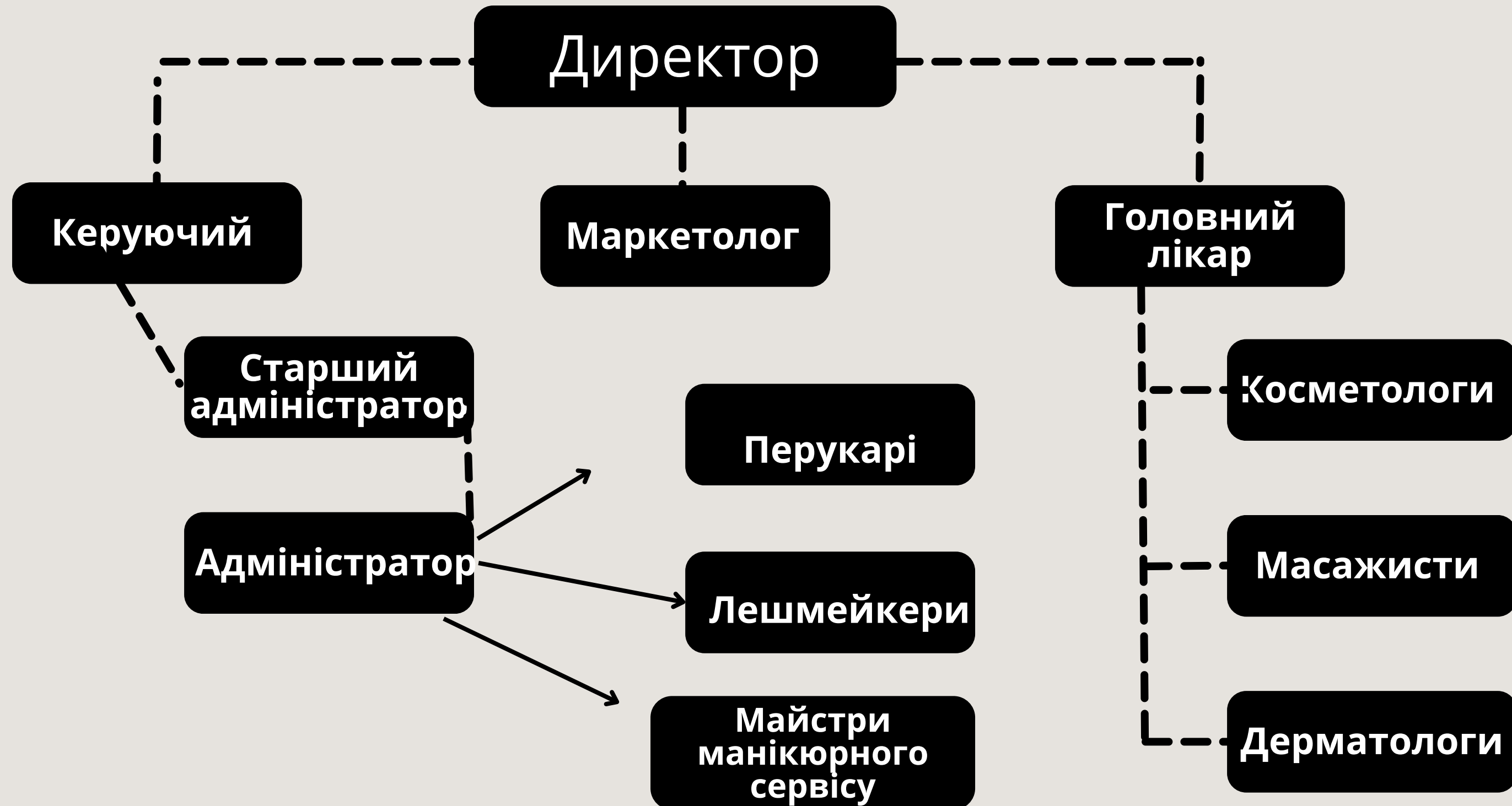


SMART- аналіз

Специфічність	<p>Ціль: Збільшити кількість клієнтів на 20% протягом наступного року.</p> <p>Визначена чітка мета — збільшити кількість клієнтів.</p> <p>Сфокусуйтеся на послугах, які потребують активного просування, наприклад, нові процедури або акції.</p>
Вимірюваність	<p>Метрики: Кількість нових клієнтів</p> <p>Обсяг продажів послуг</p> <p>Відсоток повторних візитів</p>
Досяжність	<p>План дій: Маркетингова кампанія</p> <p>Використовувати таргетовану рекламу для залучення нових клієнтів</p> <p>Поліпшення обслуговування</p> <p>Зворотний зв'язок</p>
Релевантність	<p>Значення для бізнесу: Збільшення кількості клієнтів</p> <p>Відповідає стратегічним цілям Центру, такими як підвищення якості обслуговування та розширення асортименту послуг.</p>
Обмеженість у часі	<p>Термін: 12 місяців</p> <p>Регулярний моніторинг</p>



Організаційна структура центру



WBS для управління проектом створення салону краси "Redline"

Рівень 1: Проект в цілому

Створення салону краси "Redline"

Рівень 2: Основні етапи проекту

Планування:

Розробка бізнес-плану

Аналіз ринку та конкурентів

Вибір локації

Створення концепції дизайну

Розробка фінансового плану

Складання графіку робіт

Підготовка:

Отримання дозволів та ліцензій

Пошук та найм персоналу

Закупівля обладнання та інвентарю

Ремонтні роботи

Розробка маркетингової стратегії

Відкриття:

Запуск рекламної кампанії

Проведення презентації

Відкриття салону для клієнтів

Подальший розвиток:

Моніторинг та аналіз ефективності роботи

Впровадження нових послуг та продуктів

Розширення клієнтської бази

Управління персоналом

Рівень 3: Деталізація етапів (приклад до пункту 2)

Підготовка:

Отримання дозволів та ліцензій:

Збір необхідних документів

Подача документів до відповідних органів

Отримання дозволів на відкриття

Пошук та найм персоналу:

Складання посадових інструкцій

Розміщення вакансій

Проведення співбесід

Навчання персоналу

Закупівля обладнання та інвентарю:

Складання списку необхідного обладнання

Порівняння пропозицій різних постачальників

Укладання договорів

Доставка та установка обладнання

Ремонтні роботи:

Розробка дизайн-проекту

Підготовка приміщення до ремонту

Проведення ремонтних робіт

Приймання виконаних робіт

Розробка маркетингової стратегії:

Аналіз цільової аудиторії

Вибір каналів комунікації

Створення бренд-буку

Розробка рекламних матеріалів



Матриця ризиків проекту

№	Групи ризиків	Назва ризику	Ймовірність виникнення%	Вплив
Зовнішні ризики				
1	Економічні	Інфляція гривні, підвищення податків. Зменшення доходів населення	50,00%	Зменшення прибутку. 50%
2	Політичні	Законодавство. Війна	80,00%	Зупинка продажів. Закриття. 90%
3	Соціальні	Незацікавленість населення	50,00%	Втрата клієнтів та прибутку. 60%
4	Правові	Протиправні дії третіх осіб	15,00%	Втрата майна. 70%
5	Клієнтські	Падіння попиту	40,00%	Зменшення кількості продаж. 30%
6	Конкурентні	Використання нових технологій, систем знижок. Краща якість послуг.	35,00%	Зменшення продажів і прибутку. 35%
Внутрішні ризики				
7	Ризики процесів	Невиконання зобов'язань працівниками.	20,00%	Втрата клієнтів і прибутковості. 50%
8	Ризики послуг	Не якісні послуги	10,00%	Не задоволення клієнтів. зменшення прибутку. 60%

Проведення рекламної компанії →

№	Опис заходів	Цільова аудиторія
1	Запуск рекламної кампанії в соціальних мережах	Групи населення з середнім доходам
2	Офлайн-реклама	
3	Проведення акцій та спеціальних пропозицій	
4	Партнерство з іншими бізнесами	

№	Опис заходів	2024	2025	2026
1	Контекстна реклама	18000	14000	9000
2	Банерна реклама	24000	16000	11000
3	Розміщення реклами на інтернет-порталах та в соціальних мережах	0	0	0
4	Реклама у блогерів	60000	50000	50000
5	Позитивні відгуки клієнтів	0	0	0
	Сума	102000	80000	70000

Управління якістю

1.1. Стандартизація послуг

- Визначення чітких стандартів якості для кожної послуги.
- Оформлення та дотримання внутрішніх інструкцій і процедур для виконання послуг.
- Використання перевірених та сертифікованих матеріалів.

6. Оцінка та аналіз ефективності управління якістю

- Встановлення ключових показників ефективності (KPI) для оцінки якості послуг,
- Регулярний аналіз результатів та коригування стратегії для підвищення якості послуг.

2. Навчання та розвиток персоналу

- Регулярне навчання співробітників для підвищення їх професійного рівня.
- Організація тренінгів з етикету,
- Оцінка роботи співробітників за допомогою системи зворотного зв'язку від клієнтів.

5. Політика безпеки та екологічності

- Дотримання норм і стандартів безпеки для клієнтів та персоналу.
- Підвищення екологічної свідомості через використання натуральних та органічних продуктів для догляду за клієнтами.

3. Зворотний зв'язок з клієнтами

- Встановлення механізмів збору відгуків та побажань клієнтів. →
- Оперативне реагування на зауваження та пропозиції клієнтів для коригування процесів обслуговування.
- Постійне вдосконалення наданих послуг на основі отриманих відгуків.

4. Контроль за якістю послуг

- Впровадження регулярних перевірок якості наданих послуг, зокрема шляхом аудиту, інспекцій або таємного покупця.
- Визначення критеріїв якості.
- Використання технологій автоматизації для моніторингу і контролю процесів.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ



Проведене дослідження дозволило зробити такі ключові висновки:

1. Високий потенціал ринку. Ринок beauty-послуг є стабільним та має високий потенціал зростання. Завдяки постійному зростанню зацікавленості людей у своєму зовнішньому вигляді, попит на послуги салонів краси залишається високим.
2. Конкурентна перевага. Концепція салону краси "Redline", яка поєднує в собі широкий спектр послуг, індивідуальний підхід до кожного клієнта та використання сучасних технологій, дозволяє виділитися на тлі конкурентів і залучити нових клієнтів.
3. Важливість маркетингу. Для успішного запуску та розвитку салону краси необхідно розробити ефективну маркетингову стратегію, яка включатиме в себе використання соціальних мереж, співпрацю з блогерами та проведення акцій.
4. Значення якості послуг. Якість послуг є одним з ключових факторів успіху салону краси. Використання професійної косметики, обладнання та постійне підвищення кваліфікації персоналу є запорукою задоволення клієнтів.
5. Фінансовий план. Складений фінансовий план дозволяє оцінити необхідні інвестиції, розрахувати очікувані доходи та визначити термін окупності проекту.



Дякую за увагу!!!