

AKADEMIJA
ZA PODUZETNIŠTVO 7.0

Vaš prvi potez

Ljepota
u funkciji
poduzetništva



POU

PUČKO
OTVORENO
UČILIŠTE
VARAŽDIN

Beauty&Co



SADRŽAJ

UPOZNAVANJE KANDIDATA I PREDAVAČA - <i>ICE BREAKER</i>	3
I. VRIJEDNOSTI I UVJERENJA	3
KULTURA I IDENTITET SALONA	3
II. KOMUNIKACIJSKE VJEŠTINE	4
KOMUNIKACIJA I UPRAVLJANJE S KLIJENTIMA, TIMSKI RAD	4
III. PRIORITETI KOD OTVARANJA ILI REORGANIZACIJE SALONA	5
CILJEVI POSLOVANJA, CILJANA PUBLIKA, PONUDA USLUGA I PROIZVODA	5
IV. KAKO PRODATI SEBE, PROIZVOD I USLUGU U SALONU	5
STRATEGIJE I TEHNIKE PROMOCIJE PROIZVODA I USLUGA	5
V. ŠTO JE TO BEAUTY BIZNIS?	6
POSLOVNI SEKTOR RAZLIČITIH USLUGA I PROIZVODA	6
VI. MANAGEMENT SALONA I - KAKO BITI MENADŽER SALONA	7
KLJUČNE VJEŠTINE, STRATEGIJE I PRISTUPI ZA USPJEŠNO VOĐENJE SALONA Ljepote	7
VII. MANAGEMENT SALONA II – FINACIJE ZA SALONE	7
TROŠKOVI, PROMET, PROFITABILNOST I STRUKTURA PROMETA SALONA Ljepote	7
VIII. ZAPOSLENICI SALONA 21. STOLJEĆA	8
ZAPOSLENIK SPREMAN NA BRZE PROMJENE	8
IX. RAČUNOVODSTVENO POSLOVANJE	9
OBlici PRAVNIH OSOBA (JDOO, DOO, OBRT...)	9
POREZ NA DODANU VRIJEDNOST, ELEMENTI IZLAZNOG RAČUNA I FISKALIZACIJA	9
X. POLITIKA ZAŠTITE OSOBNIH PODATAKA	11
GDPR - NEISPRIČANA PRIČA	11
XI. MARKETING NA DRUŠTVENIM MREŽAMA ZA INDUSTRIJU Ljepote	12
MODUL 1: OSNOVE I PLANIRANJE	12
MODUL 2: STRATEGIJE I SADRŽAJ	13

Upoznavanje kandidata i predavača - *ICE BREAKER*

Predstavljanje i međusobno upoznavanje polaznika programa Akademija za poduzetništvo 7.0

Trajanje: 2 sata

Predavačica: Asja Lajtman Bosilj, AVUS d.o.o.

I. Vrijednosti i uvjerenja

KULTURA I IDENTITET SALONA

Vrijednosti i uvjerenja imaju ključnu ulogu u poslovnom okruženju jer oblikuju kulturu i identitet salona. Usmjeravaju ponašanje zaposlenika te utječu na donošenje odluka vlasnika i ostvarivanje ciljeva. Ona služe kao smjernice za donošenje odluka, definiranje prioriteta, razvijanje međuljudskih odnosa te stvaranje osjećaja pripadnosti i identiteta unutar salona. Osim toga, vrijednosti i uvjerenja mogu djelovati kao sredstvo motivacije i inspiracije za zaposlenike te kao temelj za izgradnju povjerenja s klijentima i partnerima.

Trajanje: 5 sati

Predavačica: SVIM beauty

II. Komunikacijske vještine

KOMUNIKACIJA I UPRAVLJANJE S KLIJENTIMA, TIMSKI RAD

Komunikacijske vještine igraju ključnu ulogu u dnevnom funkcioniranju salona iz nekoliko razloga:

- Komunikacija s klijentima: Vlasnici i osoblje salona moraju imati sposobnost učinkovite komunikacije s klijentima kako bi razumjeli njihove želje, potrebe i očekivanja. Jasna i empatična komunikacija pomaže u stvaranju pozitivnog iskustva za klijenta i osigurava da dobiju željene usluge.
- Timski rad: U salonu obično radi tim različitih stručnjaka poput frizera, kozmetičara, masera i drugih. Dobre komunikacijske vještine unutar tima ključne su za usklađivanje različitih zadataka, dijeljenje informacija i rješavanje problema koji mogu nastati tijekom radnog dana.
- Upravljanje klijentima: Komunikacija je ključna u upravljanju rasporedima, rezervacijama i pružanju informacija o uslugama i cijenama. Kvalitetna komunikacija s klijentima osigurava da se salon drži rasporeda, izbjegavaju kašnjenja i nejasnoće te osigurava zadovoljstvo klijenata.
- Rješavanje pritužbi i konflikata: Ponekad se mogu pojaviti problemi ili nezadovoljstvo kod klijenata. Komunikacijske vještine pomažu osoblju da smireno i efikasno rješavaju takve situacije, pružajući klijentima osjećaj važnosti i poštovanja.
- Prodaja i promocija: Kvalitetna komunikacija s klijentima može potaknuti prodaju proizvoda i usluga te promovirati dodatne usluge ili pakete. Osoblje salona treba biti sposobno jasno komunicirati prednosti proizvoda i usluga te ih preporučiti klijentima na primjeren način.

Ukratko, komunikacijske vještine su ključne za dnevno funkcioniranje salona jer omogućuju uspješnu interakciju s klijentima, timskim radom, upravljanjem klijentima te rješavanjem problema i promocijom usluga.

Trajanje: 5 sati

Predavačica: SVIM beauty

III. Prioriteti kod otvaranja ili reorganizacije salona

CILJEVI POSLOVANJA, CILJANA PUBLIKA, PONUDA USLUGA I PROIZVODA

Tema prioriteti kod otvaranja ili reorganizacije salona istražuje ključne aspekte koje vlasnici i menadžeri salona moraju uzeti u obzir kako bi uspješno pokrenuli novi salon ili unaprijedili postojeći. To uključuje identifikaciju ciljeva poslovanja, definiranje ciljne publike, prilagodbu ponude usluga i proizvoda, upravljanje financijama, izgradnju marketinške strategije, upravljanje timom i osiguranje kvalitete usluge. Kroz ove prioritete, vlasnici salona mogu postići dugoročni uspjeh i održivost svog poslovanja.

Trajanje: 5 sati

Predavačica: SVIM beauty

IV. Kako prodati sebe, proizvod i uslugu u salonu

STRATEGIJE I TEHNIKE PROMOCIJE PROIZVODA I USLUGA

Tema "Kako prodati sebe, proizvod i uslugu u salonu" objašnjava strategije i tehnike koje vlasnici salona mogu koristiti kako bi uspješno promovirali svoje usluge i proizvode te privukli i zadržali klijente. To uključuje razvoj osobnog brenda za vlasnike salona i osoblje, isticanje jedinstvenih karakteristika i prednosti usluga i proizvoda, korištenje učinkovitih marketinških i promocijskih taktika, pružanje izvrsne korisničke usluge, razvoj dugoročnih odnosa s klijentima te kontinuirano usavršavanje i prilagođavanje ponude prema potrebama tržišta. Kroz ove strategije, vlasnici salona mogu povećati vidljivost svog salona, povećati prodaju proizvoda i usluga te stvoriti lojalnu bazu klijenata.

Trajanje: 5 sati

Predavačica: SVIM beauty

V. Što je to beauty biznis?

POSLOVNI SEKTOR RAZLIČITIH USLUGA I PROIZVODA

Tema "Što je to beauty biznis?" istražuje industriju ljepote kao poslovni sektor koji obuhvaća različite usluge i proizvode namijenjene poboljšanju izgleda i dobrobiti klijenata. To uključuje frizerske i kozmetičke usluge, njegu kože, tijela, noktiju, ali i prodaju kozmetičkih proizvoda. Beauty biznis nudi klijentima priliku za poboljšanje izgleda, samopouzdanja i osjećaja dobrobiti, nudeći širok spektar usluga prilagođenih individualnim potrebama i željama. Ova industrija prisutna je na tržištu jer postoji velika potražnja za uslugama i proizvodima koji poboljšavaju izgled i dobrobit klijenata. Klijenti traže stručnost, kvalitetne proizvode i usluge te žele biti ugodno i profesionalno tretirani. Beauty biznis zadovoljava te potrebe pružajući širok spektar usluga i proizvoda prilagođenih različitim preferencijama i ciljevima klijenata. Osim toga, stalni razvoj novih tehnologija, proizvoda i trendova u beauty industriji pruža kontinuirane mogućnosti za inovacije i rast poslovanja, što čini ovaj sektor atraktivnim i konkurentnim na tržištu.

Trajanje: 5 sati

Predavačica: SVIM beauty

VI. Management salona I - Kako biti menadžer salona

KLJUČNE VJEŠTINE, STRATEGIJE I PRISTUPI ZA USPJEŠNO VOĐENJE SALONA LJEPUTE

Tema "Kako biti menadžer salona" ističe ključne vještine, strategije i pristupe potrebne za uspješno vođenje i upravljanje salonima ljepote. To uključuje razumijevanje poslovnih ciljeva i strategija, regrutiranje i upravljanje osobljem, pružanje izvrsne korisničke usluge, upravljanje financijama i resursima, razvoj marketinških i promocijskih strategija te osiguranje visokih standarda kvalitete usluge. Biti menadžer salona zahtijeva kombinaciju vještina vođenja, komunikacije, planiranja i organizacije, kao i sposobnost prilagodbe dinamičnom okruženju beauty industrije. Kroz razvoj tih vještina i primjenu relevantnih strategija, menadžeri salona mogu ostvariti uspješno poslovanje, zadovoljiti potrebe klijenata i izgraditi dugoročni uspjeh svog salona.

Trajanje: 5 sati

Predavačica: SVIM beauty

VII. Management salona II – Financije za salone

TROŠKOVI, PROMET, PROFITABILNOST I STRUKTURA PROMETA SALONA LJEPUTE

Management II – Tema "Financije za salone" obrađuje sve važne teme koje su specifične za beauty industriju. Govori se o ovoj temi sa stajališta menagementa tj koji su to zadatci i poslovi koje jedan menadžer/vlasnik mora obavljati te koje podatke pratiti. Na način koje je specifičan za beauty industriju obrađuju se neki osnovni pojmovi unutar financija kao što su troškovi, promet, profitnost te struktura prometa .

Trajanje: 5 sati

Predavačica: SVIM beauty

VIII. Zaposlenici salona 21. stoljeća

ZAPOSLENIK SPREMAN NA BRZE PROMJENE

Tema "Zaposlenici salona 21. stoljeća" istražuje promjene, izazove i potrebe u vezi s osobljem u salonima ljepote u suvremenom dobu. To uključuje razumijevanje novih trendova i tehnologija u beauty industriji, potrebu za stručnim i višestruko sposobnim osobljem te važnost razvoja komunikacijskih, interpersonalnih i digitalnih vještina kod zaposlenika. Osim toga, tema istražuje i važnost zadovoljstva zaposlenika, prilike za profesionalni razvoj i rast te strategije za održavanje visoke razine motivacije i angažiranosti među osobljem. Biti zaposlenik u salonu 21. stoljeća zahtijeva fleksibilnost, prilagodljivost i kontinuirano učenje kako bi se odgovorilo na brze promjene i zahtjeve moderne beauty industrije. Vlasnicima je važno znati tehnike i alate za motivaciju i vođenje zaposlenika te će se tema obrađivati s tog aspekta.

Trajanje: 5 sati

Predavačica: SVIM beauty

IX. Računovodstveno poslovanje

OBLICI PRAVNIH OSOBA (JDOO, DOO, OBRT...)

Cilj predavanja je da polaznici Akademije za poduzetništvo steknu osnovna znanja i informacije potrebne za organiziranje poslovnih knjiga društva i obrta, obveznika poreza na dohodak, odnosno obveznika poreza na dobit; da razlikuju paušalno i redovno oporezivanje, jednostavno i dvostavno knjigovodstvo, da steknu vještine organizacije i planiranja jednog dijela budućeg poslovanja temeljem usvojenih znanja iz poreza i računovodstva.

Koje su to vrste poslovnih subjekata (razlike među obrtima i društvima te načinu oporezivanja, što otvoriti, mogu li se prebaciti iz jednog subjekta u drugi, što mi se (ne)isplati?), dvije vrste doprinosa obrtnika s obzirom na oporezivanje, direktorska plaća u društvu, plaća radnika, neoporezivi primici.

Trajanje: 4 sata

Predavačica: Monika Petrovečki, mag.oec.

POREZ NA DODANU VRIJEDNOST, ELEMENTI IZLAZNOG RAČUNA I FISKALIZACIJA

Polaznici će usvojiti sljedeća znanja:

- temeljne odredbe poreza na dodanu vrijednost
- predmet i mjesto oporezivanja
- porezni obveznik
- nastanak porezne obveze
- porezna osnovica i stope
- porezna oslobođenja u tuzemstvu i inozemstvu
- povrat poreza

- elementi izlaznog računa
- ispostavljanje računa
- razdoblje i postupak oporezivanja
- obračun i plaćanje PDV-a
- odbitak pretporeza, povrat PDV-a i porezne evidencije
- fiskalizacija
- svojevolljni ili zakonski ulazak u sustav pdv-a, kada mogu izaći, želim li ući ili izaći iz sustava?

Trajanje: 4 sata

Predavačica: Monika Petrovečki, mag.oec.

X. Politika zaštite osobnih podataka

GDPR - NEISPRIČANA PRIČA

Kroz radionicu polaznici će steći detaljan uvid u sljedeće teme:

- u kakvom okruženju živimo i zašto nam treba GDPR
- je li nam zaista sada sve zabranjeno
- kada se primjenjuje GDPR i koja su temeljna pravila?
- imamo li pravo na zaštitu svojih osobnih podataka?
- informiranje osoba čije osobne podatke imamo
- hakerski napadi i kako ih spriječiti
- kako osigurati GDPR usklađenost
- imamo i osobne podatke zaposlenika, što s njima
- izravni marketing i oglašavanje
- kolačići i društvene mreže
- primjeri ispravne i pogrešne primjene GDPR-a
- konkretni primjeri na slučajevima sudionika"

Trajanje: 3 sata

Predavač: Igor Barlek, mag. oec.

XI. Marketing na društvenim mrežama za industriju ljepote

MODUL 1: OSNOVE I PLANIRANJE

Uvod u marketing na društvenim mrežama

- Definicija i važnost marketinga na društvenim mrežama
- Specifičnosti industrije ljepote
- Trenutni trendovi na društvenim mrežama u industriji ljepote

Postavljanje SMART ciljeva

- Što su SMART ciljevi?
- Primjena SMART ciljeva na društvenim mrežama
- Primjeri iz industrije ljepote
- Ciljno tržište i „persone“

- Kako definirati ciljnu publiku
- Izrada idealnog za industriju ljepote
- Primjeri idealnog klijenata

Analiza konkurencije

- Identifikacija konkurenata
 - Alati i tehnike za analizu konkurencije
 - Studija slučaja: Analiza konkurencije u industriji ljepote
- SWOT analiza

- Što je SWOT analiza i kako se primjenjuje
 - Primjena SWOT analize na društvenim mrežama
 - Primjeri SWOT analize za beauty brendove
- Revizija postojećih aktivnosti na društvenim mrežama

- Kako provesti reviziju društvenih mreža
 - Što tražiti u reviziji
 - Primjeri uspješne i neuspješne prakse
- Praktične vježbe

- Postavljanje SMART ciljeva za vlastiti brend
- Definiranje idealnog klijenta
- Analiza konkurencije

MODUL 2: STRATEGIJE I SADRŽAJ

Strategija sadržaja

- Izrada strategije sadržaja
- Stupovi sadržaja
- Primjeri strategija sadržaja za beauty brendove
- Kreiranje i planiranje sadržaja
- Alati za kreiranje sadržaja
- Kalendar objava i planiranje
- Tipovi sadržaja: Fotografije, video, story, live prijenosi

Optimizacija objava

- Kako optimizirati objave za različite platforme
- Primjeri uspješnih objava
- Alati za analitiku i praćenje uspjeha

Angažman i interakcija

- Kako povećati angažman
- Tehnike interakcije s publikom
- Upravljanje komentarima i povratnim informacijama

Plaćeni oglasi i kampanje

- Osnove plaćenih oglasa na društvenim mrežama
 - Kako kreirati uspješne kampanje
- Analitika i mjerenje uspjeha
- Ključne metrike i kako ih pratiti
 - Analiza rezultata i prilagodba strategije
 - Alati za praćenje i izvještavanje

Praktične vježbe

- Izrada strategije sadržaja
- Kreiranje kalendara objava
- Planiranje plaćenih kampanja

Napomene:

Interaktivnost: Diskusije, primjere iz prakse, Q&A sesije.

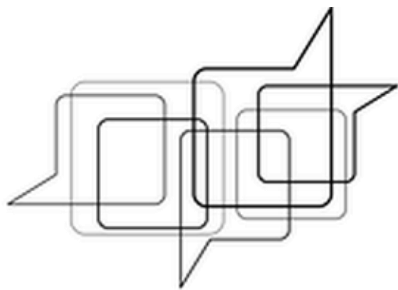
Alati: Koristiti ćemo alate poput Canva za kreiranje sadržaja, Meta business suite za plaćanje kampanje.

Resursi: Uključiti ću dodatne resurse i literaturu za polaznike (članci, e-knjige, video tutorijali).

Praćenje napretka: Osigurati ću materijale za samoprocjenu i zadatke koje polaznici mogu raditi između modula.

Trajanje: 8 sati

Predavačica: Marjana Mikulić Škrinjar



AKADEMIJA
ZA PODUZETNIŠTVO

Vaš pr(A)vi potez!

Pučko otvoreno učilište Varaždin, Hallerova 1/II, 42000 Varaždin

pou@pouvarazdin.hr; 042 313191; www.azp.hr