

教师专业实践总结

轻化工技术学院（二级学院）

化妆品经营与管理专业 黄笑老师

实践时间：2021年01月16日——2021年02月26日





主要内容

一

实践单位基本情况

二

在实践单位从事工作情况

三

在实践单位的实践收获

四

对本专业建设课程教学方面的启发



一、实践单位基本情况

伊丽汇 (ELLEHUIS)，中国美容连锁品牌，于1995年创立，以专注美颜的匠心精神、国际先进的技术配备以及科技智能的服务系统，为用户提供专业与贴心的美容服务。



■ 伊丽汇简介

伊丽汇致力于成为用户首选的美颜专家，为用户打造“消费放心、服务放心、产品放心”的美颜体验。目前，伊丽汇已在佛山、东莞、中山、广州拥有100多家门店，遍布各大购物中心及高端社区：天河城、中华广场、中环广场、太阳新天地、琶洲保利广场、万达广场、万科广场、番禺奥园、东莞星河传说、顺德碧桂园、中山雅居乐等。

■ 伊丽汇品牌内涵

伊——伊人，所爱的人、以真心相待的人。

丽——美丽、魅力，女性的美丽态度与精神。

汇——相遇汇聚，融合分享。

伊丽汇——一个时代杰出女性的汇聚地，一个探索美丽精神与美好生活的平台。



二、在实践单位从事工作情况

1. 设计调查问卷

关于专业美容产品应用职业技能需求情况调查问卷

(毕业生)

亲爱的同学：

您好！为贯彻落实“1+X 证书”制度试点工作，本校拟开发“专业美容产品应用职业技能等级标准”，特组织本次问卷调查。您真实、准确的回答对本项工作非常重要，衷心感谢您的支持与配合！

广东轻工职业技术学院化妆品经营与管理专业

1. 您的性别 [单选题] *

☐男

☐女

2. 您毕业的时间是： [单选题] *

☐2020 年

☐2019 年

☐2018 年

☐2017 年

☐其他 _____ *

3. 您的毕业学校全称是： [填空题] *

4. 您毕业的学校是： [单选题] *

☐中职

☐高职

☐其他 _____ *

关于专业美容产品应用职业技能需求情况调查问卷（院校）

尊敬的老师：

您好！为贯彻落实“1+X 证书”制度试点工作，本校拟开发“专业美容产品应用职业技能等级标准”，特组织本次问卷调查。您真实、准确的回答对本项工作非常重要，衷心感谢您的支持与配合！

广东轻工职业技术学院化妆品经营与管理专业

1. 您的岗位 [单选题] *

☐专业负责人

☐专业教师

☐其他 _____ *

2. 贵校的名称是： [填空题] *

3. 贵校属于： [单选题] *

☐本科

☐高职

☐中职

☐医专

☐高技

☐中技

4. 贵校所在地： [填空题] *

5. 贵校的专业名称是： [多选题] *

☐医学美容技术



二、在实践单位从事工作情况

1.设计调查问卷

关于专业美容产品应用职业技能需求情况调查问卷（企业）

尊敬的先生（女士）：

您好！为贯彻落实“1+X 证书”制度试点工作，本校拟开发“专业美容产品应用职业技能等级标准”，特组织本次问卷调查。您真实、准确的回答对本项工作非常重要，衷心感谢您的支持与配合！

广东轻工职业技术学院化妆品经营与管理专业

1. 您的企业所在城市：[多选题] *

☐ 广州

☐ 深圳

☐ 北京

☐ 上海

☐ 其他 _____ *

2. 您所在企业的规模 [单选题] *

☐ 50 人以下

☐ 50-100 人

☐ 101-300 人

☐ 300 人以上

3. 贵企的企业类型属于：[单选题] *

☐ 化妆品生产销售公司

☐ 美容科技有限公司

☐ 美容会所（院）

☐ 美容培训学校

☐ 医疗美容机构



二、在实践单位从事工作情况

1. 撰写调研报告

美容相关专业毕业生调研报告

一、研究背景与意义

近些年来,随着互联网的飞速发展以及新时代居民消费能力的快速增长,“颜值经济”生态圈不断扩大并丰富起来,尤以脸部、体型的美化为主。颜值经济的升温,首要表现在彩妆势头强劲方面,换言之,颜值经济最为核心的“道具”就是化妆品行业。其次,颜值经济升温的另一方面表现为有医美整形需求的群体越来越大,同时对“美”的需求层次也随之逐步提高。而与之相关的医美、美容及化妆品类从业人员的需求也随之增加,并且在从业人员的素质、技能要求方面也表现出相应的提升。

虽当前,开设美容及化妆品等相关专业的职业、专科院校并不十分普遍,且培养方式千差万别。同时,我国人社部于2015年颁行的《招用技术工种从业人员规定》已明确,美容美发等90种职业不再需要“资格证”,相当数量院校从此不再要求相关专业学生必须考取美容师资格证才能毕业,由此形成了学生“无证毕业”的局面,而业内相当部分企业对于从业人员必须持证上岗的要求却不动波澜。这也就表明,学校与企业之间存在实际上的偏差,由此导致的学生毕业与就业不对等形成的问题也不容小觑。此外,原本的美容师资格证书在考取时并未严格设置学历、专业的限制,这也加剧了“外行人士”与专业人士抢饭碗现象的恶化。

在此大前提下,职业、专科院校毕业生对其专业与课程的满意度、就业及职业规划基本情况和对相关证书的态度如何,如何才能促进学生的稳定就业,值得我们深思。



二、在实践单位从事工作情况

1. 撰写调研报告

美容行业互联网岗位需求分析报告

一、前言

从现代意义角度来说，中国美容行业是自发展与改革开放以后，通过引入港台地区和日本、韩国的美容观念、美容教育、美容技术、美容产品以及服务方式而发展起来的。经过多年发展，美容行业经过发展前期的纷乱、繁杂、不规范、不成熟等环节逐步趋于成熟和规范。伴随人口增长而来的市场规模和行业产值得以不断扩大、提升，且相较以前，从业人员在近几年来也在不断增多，加之如生活美容行业的美甲、美睫、纹绣等新兴业态的快速发展，我国美容行业已逐步发展为涉及领域广泛、细分类目完善等的现代化美容产业，并在当前居民生活水平不断提高，消费能力不断提高的前提下，正如火如荼地朝着产业化、集团化和国际化方向的发展。根据美容内涵的不同，现代美容可分为生活美容和医疗美容两大部分，而据艾媒网公开信息显示，目前中国美容行业主要包括传统美容美发、医疗美容、教育培训、线上线下营销等不同的领域。

本报告运用数据抓取工具，共计抓取各大招聘网站(58同城、智联招聘、猎聘网、boss直聘)上1万余家美容相关企业发布的7万余条招聘信息，并通过数据挖掘、背景分析、统计建模等方法，对美容行业内各职位特征及现状进行了多方面分析。最终从宏观与微观层面对美容行业的岗位需求情况进行报告论述，主要包括美容行业细分市场概况和美容行业互联网岗位需求分析。

二、美容细分行业市场概括

根据美容内涵的不同，现代美容大概可以分为两大部分，即传统的生活美容与医疗美容，此两者分别能够满足消费者的不同需求。

生活美容更加强调日常的便利性，因此注重渠道的广泛分布；医美更加强调和针对功能，对品牌和医师的专业程度更加重视，此两者基于不同体验属性从而满足差异化消费矩阵；而教育培训机构则可以说是行业水平提升和专业化程度进步的坚强后盾。

三、美容行业互联网岗位需求分析

目前我国仍以生活美容消费为主，医疗美容项目消费者也相较前几年有所增加，生活美容占比约为60%，医疗美容占比约为40%。

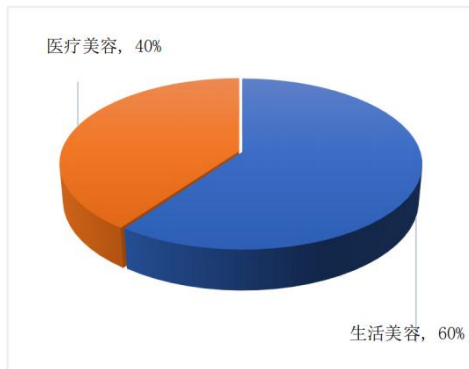


图 4-5 我国美容行业占比图

按照岗位内容划分，生活美容岗位主要有院线的美容、美甲、美妆、化妆等技师、导师和顾问，以及销售类企业内的一些美工、设计、质检、研发、文案、普工、销售等以及化妆品生产企业内的一般技术类岗位。按照岗位层次又可简单分为合作人、总裁（副总裁）、经理（副总经理）、店长（院长）、顾问、导师、一般职员和学徒等。而医疗美容行业尽管以医疗、护理等技术为主，但在全行业皆有销售、皆需要业绩的经济时代，医疗美容行业也设置了一些必备医疗、护理等知识的美容导师、美容顾问、客服等含销售性质的岗位，且还有行业内必须的外科医生（医助）、护士等专职岗位，具体美容行业岗位分布情况详见表。

表 4-1 岗位统计信息表

岗位名称	岗位数	岗位名称	岗位数	岗位名称	岗位数
美容师	8566	皮肤管理师	194	备案	340
美容导师	3285	产后康复师	67	包装	1479
美容顾问	4251	保健师	104	行政人力	3434
美容学徒	497	纹绣	75	进出口/跟单	702



二、在实践单位从事工作情况

1. 撰写调研报告

三、美容行业互联网岗位需求分析

目前我国仍以生活美容消费为主，医疗美容项目消费者也相较前几年有所增加，生活美容占比约为 60%，医疗美容占比约为 40%。

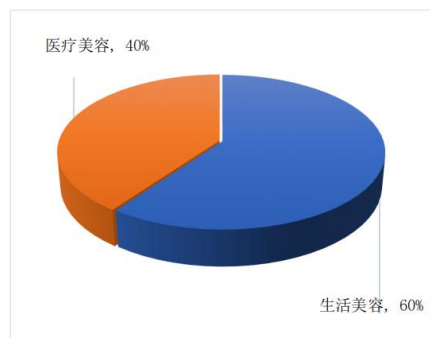


图 4-5 我国美容行业占比图

按照岗位内容划分，生活美容岗位主要有院线的美容、美甲、美妆、化妆等技师、导师和顾问，以及销售类企业内的一些美工、设计、质检、研发、文案、普工、销售等以及化妆品生产企业内的一般技术类岗位。按照岗位层次又可简单分为合伙人、总裁（副总裁）、经理（副总经理）、店长（院长）、顾问、导师、一般职员和学徒等。而医疗美容行业尽管以医疗、护理等技术为主，但在全行业皆有销售、皆需要业绩的经济时代，医疗美容行业也设置了一些必备医疗、护理等知识的美容导师、美容顾问、客服等含销售性质的岗位，且还有行业内必须的外科医生（医助）、护士等专职岗位，具体美容行业岗位分布情况详见表。

表 4-1 岗位统计信息表

岗位名称	岗位数	岗位名称	岗位数	岗位名称	岗位数
美容师	8566	皮肤管理师	194	备案	340
美容导师	3285	产后康复师	67	包装	1479
美容顾问	4251	保健师	104	行政人力	3434
美容学徒	497	纹绣	75	进出口/跟单	702

店长（院长）	2379	化妆品销售类	11870	采购	1044
教师	74	光电操作	563	美工/平面设计	1309
彩妆师	464	医美护士	129	文案策划	1093
彩妆顾问	267	外科医生（医助）	277	包装设计	563
化妆师	209	招商运营	4104	管培生/实习生	484
护理师	104	质检	1906	会计	231
美发师	134	研发	2594	车间普工	1137
美甲师	379	督导	851	其他	7627
培训师	2030				

注：这里的其他岗位主要包括了化妆品或美容产品的拍摄员、抽样员、印刷工、贸易翻译员等；医学美容行业的研究员；报告编辑员、项目运行员等各种岗位，因岗位数目太多不便进行分类统计，故归纳到其他岗位行列进行处理。



三、在实践单位的实践收获

- 1.了解到连锁公司的运营模式，为化妆品专业人才的培育方向奠定基础；
- 2.梳理出企业岗位职责与工作流程；

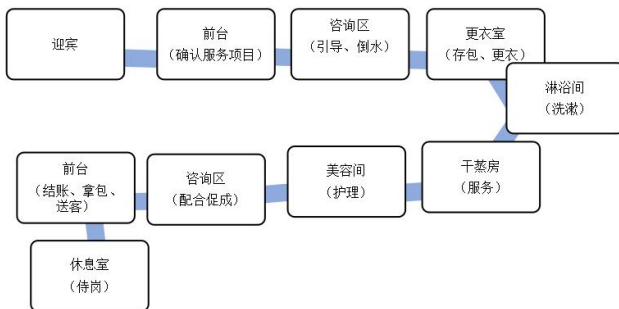
企业岗位职责与工作流程

一、工作职责

序号	岗位	工作职责
1	美容师	1) 热情接待顾客，针对顾客面部、身体的实际情况，推荐合适的护理、治疗方法及产品； 2) 熟练掌握美容、护理的工作流程和操作流程； 3) 向客户提供美容方面的知识和建议，耐心解答客户提出的问题； 4) 运用美容技巧，进行面部护理、身体护理等工作； 5) 做好环境卫生维护工作； 6) 注意仪容仪表和个人卫生； 7) 接受过专业培训，具备一定的工作经验； 8) 完成主管或店长安排的其它工作； 9) 熟练掌握美容常识、卫生常识、化妆品的基本知识和相关生理知识。
2	美容导师	1) 对公司加盟店进行产品知识、手法技能等相关知识培训； 2) 协助加盟店做好开业前的筹备、宣传及驻店扶持工作； 3) 对所管理的加盟店开展技术和销售培训，提升加盟店业绩； 4) 针对加盟店制定活动方案，维护所辖区域市场； 5) 市场同类产品信息收集及反馈； 6) 在品牌经理的带领下完成品牌组既定销售任务； 7) 与加盟店进行有效沟通，宣讲产品政策，培训产品知识及美容手法，督促产品销售； 8) 配合加盟店组织促销活动，最大限度提升销售业绩； 9) 做好终端形象维护，树立良好的品牌与公司形象。 善与沟通交流，语言表达能力强，具有良好的职业素质； 10) 有培训或相关工作经验。
3	美容顾问	1) 为顾客提供皮肤护理、美容美体专业咨询服务； 2) 配合美容师达成顾客要求，负责顾客回访，了解顾客对美容服务的满意度、美容效果和服务需求，维护良好的客情关系； 3) 能根据不同客户问题和需求搭配不同的产品和方案； 4) 能指导美容助理或美容学徒工作； 5) 管理美容师团队，提升美容师团队业绩； 6) 对美容师进行培训，不断提升美容师团队素质； 7) 建立健全美容师工作制度、流程、服务规范、作业标准，并监

二、工作流程

(一) 美容师工作流程



(二) 美容导师工作流程

到店前期工作安排			
提前3天给美容院店长电话沟通，提前联系与熟悉；	提前再次确认店内情况	告知店长你的到店时间，以及他们的具体准备工作；	明确店长的需求。
到店时的准备工作			
询问新项目铺垫及客户邀约情况；	查阅客户档案：姓名、电话、消费档次、现有项目；	了解产品库存量；	向店长了解美容师的情况。
到店时的工作安排			
到店的工作安排，激励美容师；	简单概述：活动产品、症状搭配、特色卖点、优惠活动； 下达销售任务；	店长、美容导师、美容师三者之间的配合方式； 分配工作，做好销售计划；	确定培训时间，对美容师进行培训：手法操作、话术演练、实战考核；
分析顾客，售后总结。			
离店工作安排			



三、在实践单位的实践收获

3. 召开了美容化妆职业技能等级证书定位专家研讨会。





三、在实践单位的实践收获

美容顾问岗位能力分析表						
工作项目		工作任务		职业能力		能力要求
项目编号	项目名称	任务编号	任务名称	能力编号	能力名称	高 中
01	接待咨询	01-01	顾客咨询	01-01-01	熟悉咨询流程及要求	高
				01-01-02	个人言行能展现专业形象	高
				01-01-03	掌握询问技巧、方法及禁忌	高
				01-01-04	能汇总顾客反馈的信息，分析和判断顾客的消费水平	高
				01-01-05	收集汇总顾客基础信息（年龄、职业、联系方式、住址等）、饮食习惯、生活习惯等	高
				01-01-06	掌握顾客的皮肤和身体健康状况（过敏史、疾病史）	高
				01-01-07	掌握顾客的既往美容史（使用过的产品、居家护理）	高
				01-01-08	能通过顾客的面表情准确判断顾客的真实意图及心理状态	高
		01-02	专业分析	01-02-01	掌握皮肤或身体的专业知识	高
				01-02-02	能准确分析并讲解顾客皮肤或身体问题形成原因	高
				01-02-03	能讲解问题给顾客带来的不良影响及发展趋势	高
				01-02-04	激发顾客解决问题的欲望	高
		01-03	方案制定	01-03-01	掌握产品的知识（适用人群、核心技术、效果、使用方法、使用搭配及注意事项）	高
				01-03-02	掌握仪器的知识（适用人群、核心技术、效果、操作方法、使用搭配及注意事项）	高
				01-03-03	掌握项目组合的原理、方法、效果及搭配禁忌	高
				01-03-04	根据顾客的皮肤或身体情况，选择并搭配适合顾客的产品和项目疗程	高
				01-03-05	能清楚并熟练与顾客讲解产品、仪器、项目组合的作用原理、功效、核心卖点	高
				01-03-06	能清楚介绍项目的操作步骤、方式及注意事项	高
				01-03-07	针对顾客的情况，对方案的预期效果进行判断和讲解	高
				01-03-08	借助案例（图片、视频等）让顾客进一步理解并确定方案	高
				01-03-09	能解答顾客疑虑	高
02	顾客管理	02-01	顾客档案管理	02-01-01	能够准确收集信息，建立顾客档案	高
				02-01-02	完善顾客档案（基础信息、护理记录、皮肤状况、身体状况、消费习惯、特殊需求等）并实时更新档案	高
				02-01-03	能够妥善保管顾客档案，不泄露顾客信息	高
				02-01-04	根据顾客的消费能力、到店频次、消费频次、满意度对顾客档案进行分类	高
				02-01-05	能够通过分类管理对顾客进行升级	高
		02-02	服务销售	02-02-01	能够根据顾客类型（新客、活跃客、沉睡客）制定邀约计划	高
				02-02-02	能够安排和检视顾客邀约计划的落实	高
				02-02-03	熟悉销售流程及服务标准	高
				02-02-04	熟悉顾客的类型与需求	高
				02-02-05	根据顾客的类型及需求制定相应的护理计划及目标	高
				02-02-06	指导及协助团队达成目标（服务目标、销售目标、人数目标等）	高
				02-02-07	能处理顾客异议，解决纠纷	高
				02-02-08	根据顾客的实际情况（皮肤、身体、经济等）及需求制定个性化服务	高
				02-03-01	掌握顾客的基础信息、特殊喜好及需求	高



三、在实践单位的实践收获

美导岗位能力分析表						
工作项目		工作任务		职业能力		能力要求
项目编号	项目名称	任务编号	任务名称	能力编号	能力名称	高 中
01	培训	01-01	企业文化培训	01-01-01	熟悉企业发展历程、组织架构、发展战略	高
				01-01-02	熟悉企业的经营品牌和运作模式	高
				01-01-03	认同企业的价值观、愿景、使命、企业文化	高
				01-01-04	个人言行能够展现企业形象	高
				01-01-05	能对外宣讲企业文化	高
				01-01-06	遵守企业的规章制度	高
		01-02	员工心态培训	01-02-01	认同自我价值	高
				01-02-02	掌握心态自我调节的方法	高
				01-02-03	了解有关心理学知识	高
				01-02-04	能够对员工的心理、心态问题进行正面激励及引导	高
		01-03	主推产品培训	01-03-01	熟悉产品的名称、规格、价格、适用人群成分、注意事项	中
				01-03-02	掌握主推产品的核心优势（卖点、功效、成分、技术等）	高
				01-03-03	熟悉主推产品与竞品的区别	高
				01-03-04	能够解答主推产品可能出现的疑异	高
				01-03-05	熟悉主推产品的使用方法及疗程搭配	高
				01-03-06	能对门店进行主推产品的培训	高
		01-04	专业技能培训	01-04-01	掌握专业技能的运用（中医按摩手法、面部护理手法、仪器操作等）	高
				01-04-02	掌握专业技能的操作演示及技巧	高
				01-04-03	能针对不同皮肤选择合适的手法，按照产品组合的标准流程，完成流程操作。	中
				01-04-04	能够解答专业技能培训中可能出现的疑异	高
				01-04-05	能够针对特殊问题提出解决方法	高
		01-05	销售演练	01-05-01	了解公司及门店的销售模式	高
				01-05-02	掌握各项销售思路、技巧及话术	高
				01-05-03	合理制定销售目标及奖励方式	高
				01-05-04	能够指导门店销售中不同角色的分工合作	高
				01-05-05	能够解答销售过程中可能出现的问题	高
02	市场沟通	02-01	代理商沟通	02-01-01	了解市场现状与发展	高
				02-01-02	熟悉代理商信息（品牌信息、团队架构、人员信息等）	高
				02-01-03	了解与代理商的合作信息（合作模式、服务方式、资源信息等）	高
				02-01-04	熟悉公司最新活动计划及内容	高
				02-01-05	能够与代理商沟通年度目标及分解目标	高
				02-01-06	能够与代理商沟通回款计划（回款时间、金额、方式等）	高
				02-01-07	能够与代理商沟通门店活动计划（活动主题、时间、主推项目等）	高
		02-02	门店沟通	02-02-01	了解门店信息（门店地址、店长联系方式、人员架构、主推产品等）	高
				02-02-02	能够与门店沟通主推产品的年度规划及活动安排	高



三、在实践单位的实践收获

美容师岗位能力分析表						
工作项目		工作任务		职业能力		能力要求
项目编号	项目名称	任务编号	任务名称	能力编号	能力名称	高 中
01	顾客服务	01-01	接待服务	01-01-01	掌握服务接待流程及礼仪	高
				01-01-02	按照服务要求门口迎接、前台接待（包括泡茶、奉茶）	高
				01-01-03	能够熟悉引领与安排顾客沐浴更衣换鞋	高
				01-01-04	熟悉并正确介顾客签单确认、预约下次服务时间、收款与送客服务绍店面	高
		01-02	操作服务	01-02-01	掌握项目操作流程、操作标准、操作手法	高
				01-02-02	掌握项目品项功效及介绍话术	高
				01-02-03	掌握项目相关的物料（产品及仪器）准备工作要求	高
		01-03	日常销售	01-03-01	熟悉并通过仪器分析、面诊等方法完成顾客的身体或皮肤需求分析	高
				01-03-02	熟悉并通过观察、面谈等方式完成顾客个人特征分析，包括顾客爱好、家庭状况、消费习惯、消费心理、消费行为等	高
				01-03-03	能够依据顾客分析结果，挖掘及引导顾客需求，结合项目及产品制定销售计划	高
				01-03-04	熟练结合销售方案给顾客做项目或产品体验	高
				01-03-05	熟练利用专业知识，针对顾客提出的问题解答顾客疑问	高
				01-03-06	掌握常用销售技巧及话术	高
02	顾客管理	02-01	顾客预约	02-01-01	熟悉电话预约、微信预约、短信预约、现场预约的流程及要求	高
				02-01-02	熟悉邀约方法和注意事项	高
				02-01-03	能够高效完成有效邀约	高
		02-02	顾客跟进与回访	02-02-01	掌握顾客跟进与回访的流程及要求	高
				02-02-02	能够跟进顾客操作后的项目注意事项（护理、饮食等生活注意事项）	高
				02-02-03	能够跟进顾客的需求，促成项目或产品销售	高
				02-02-04	熟悉顾客回访话术，登记顾客反馈信息（顾客感受和反应等）	高
		02-03	客情维护	02-03-01	向顾客分享日常护理小技巧及护理提醒	高
				02-03-02	了解节假日、顾客生日、纪念日、会员日等信息，按时发送祝福及关心信息	高
				02-03-03	能够针对VIP顾客提供个性化服务，如设计食疗方案，提供食疗服务等	高
		02-04	顾客资料管理	02-04-01	熟悉新顾客个人基本信息登记要求，如姓名、年龄、身高体重、健康状况	高
				02-04-02	熟悉耗卡信息（会员卡消费明细及余额情况）及购买项目登记要求	高
				02-04-03	熟悉服务记录登记要求，包括预约、跟进、回访信息记录、顾客个人习惯	高
03	卫生与安全管理	03-01	个人形象与卫生	03-01-01	了解公司的妆容及整体着装要求并认真执行	高
				03-01-02	能够保持积极向上的精神面貌	高
				03-01-03	能够展现得体、专业的行为举止	高
		03-02	物品物料清洗	03-02-01	熟悉服务用品（毛巾、床单、会员服、拖鞋等）的更换及清洗的要求标准	高
				03-02-02	熟悉产品的归位摆放要求标准，并按要求执行	高
				03-02-03	熟悉护理用品的更换及清洗要求标准，并对护理用品按要求进行归位摆放	高
		03-03	环境卫生维护	03-03-01	熟悉并执行个人负责的区域卫生清洁和整理	高
				03-03-02	熟悉并执行操作后的房间整理	高
				03-03-03	熟悉并执行店面卫生的定期清洁工作	高



四、对本专业建设课程教学方面的启发

一、知识与能力的收获：把实际知识充分应用于专业教学中，在专业课程的教学中不再是纸上谈兵，

二、明确了企业对人才的要求：在教学和学生的培养上一定要以满足企业的需求为目标，引导学生树立正确的人生观和价值观，努力成长为社会有用的人才。

三、对今后实际教学工作的作用和影响：了解到企业对人才需求方面，要求我们在教学实际中，多采用理论与实践一体化的教学方法，做到从实际中来到实际中去，让学生掌握更多的动手操作能力。

