
ПОСІБНИК ДЛЯ ВЛАСНИКА БІЗНЕСУ

БізХаб: від першого входу до повного контролю

Покроковий шлях знайомства з платформою: спершу зробити так, щоб клієнт міг записатися сам, а далі - крок за кроком, у міру того як росте бізнес.

Зміст

01 З чого почати

02 Перший вхід і головний екран

03 Профіль бізнесу і посилання для запису

04 Послуги і ціни

05 Години роботи і правила запису

06 Як вас бачить клієнт

07 Модерація і публікація

08 Готові приймати записи

09 Записи і календар

10 Клієнтська база

11 Журнал візитів

12 Запрошення клієнтів у застосунок

13 Заявки на дзвінок

14 Відгуки

15 Фінанси: доходи, витрати, прибуток

16 Онлайн-оплати, передоплати та чайові

17 Абонементи та подарункові сертифікати

18 Аналітика

19 Фіскалізація (ПРРО)

20 Команда і графік змін

21 Друга філія

22 Групові записи

23 Склад і обладнання

24 Вітрина товарів

25 Візитівка, віджет і поширення

26 Програма рекомендацій

27 Дорожня карта розвитку

ЧАСТИНА ПЕРША

Перші кроки: почати приймати записи

Найкоротший шлях від порожнього акаунта до посилання, яким можна поділитися з клієнтами. Усе інше в системі можна відкладати, це - ні.

3 чого почати

Система охоплює весь цикл роботи сервісного бізнесу, але для старту потрібна лише частина. Цей розділ визначає мінімальний набір налаштувань, після якого клієнт зможе записатися самостійно, і показує, у якій послідовності підключати решту.

Чотири кроки до першого онлайн-запису

Це мінімум, без якого система не запрацює. Решта розділів посібника - надбудова над ним.

Крок	Що зробити	Розділ
1. Профіль	назва бізнесу, опис, логотип. Тут же з'явиться ваше посилання для запису	03
2. Послуги	кілька основних послуг з реальною тривалістю та ціною	04
3. Графік	у які дні й години ви приймаєте	05
4. Перевірка	пройти форму запису очима клієнта й поділитися посиланням	06-07

Орієнтовний час: близько 30 хвилин за умови, що логотип, кілька фото й перелік послуг з цінами вже підготовані. Після цього форма запису працює цілодобово й не потребує вашої участі.

Що буде далі

Посібник побудований як поступове знайомство, а не як перелік можливостей. Кожна наступна частина потрібна на своєму етапі:

- **Частина 2** - коли з'явилися перші записи: календар, клієнтська база, історія візитів, відгуки.
- **Частина 3** - коли обіг став таким, що його треба рахувати: доходи й витрати, онлайн-оплати, абонементи.
- **Частина 4** - коли бізнес виріс: команда, філії, склад, вітрина.

Рекомендований порядок: спершу пройдіть частину першу повністю, далі підключайте розділи в міру появи відповідних задач.

Приклад, на якому побудований посібник

Усі скриншоти зроблені на реальному робочому акаунті студії краси. Це дозволяє показати не порожні екрани, а систему в роботі: заповнений календар, історію візитів, гроші за три місяці.

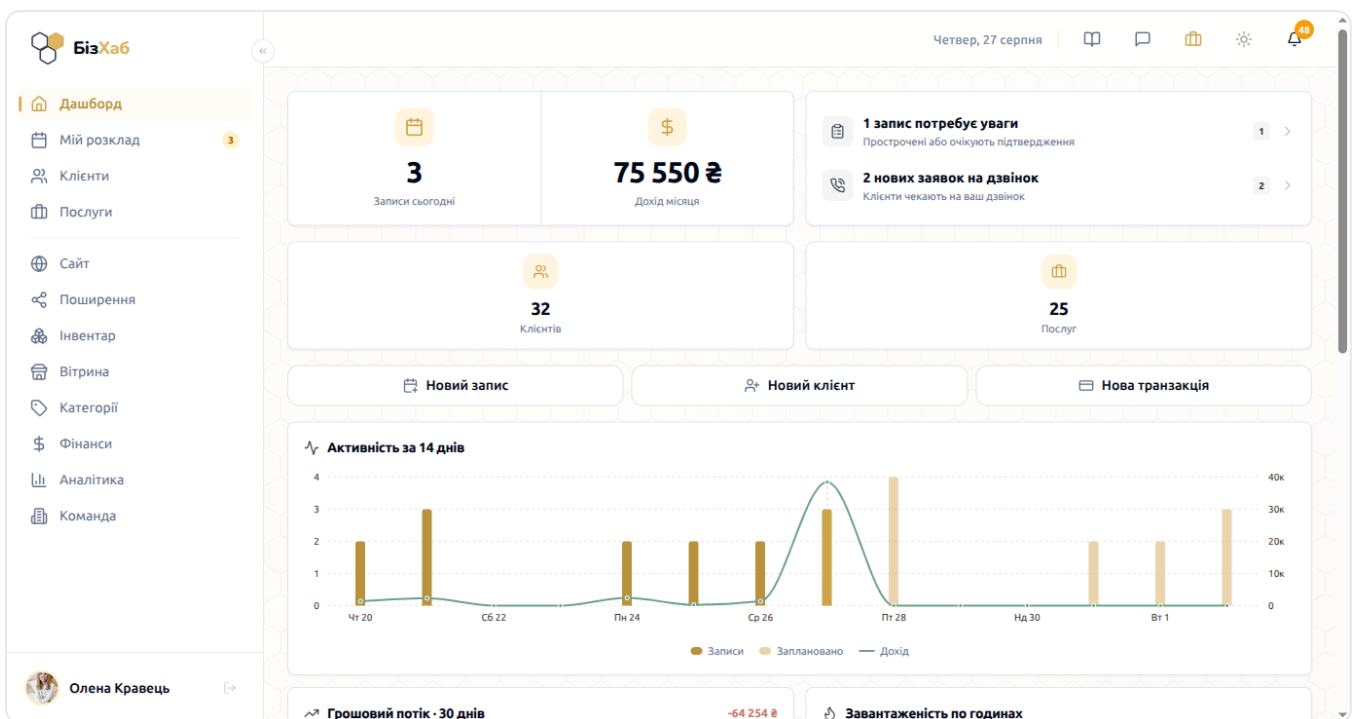
Студія починала як одна людина в одному приміщенні, а зараз має дві філії та команду з чотирьох. Тому приклади в перших розділах прості, а в останніх охоплюють роботу команди й кількох філій.

Перший вхід і головний екран

Після входу ви потрапляєте на Дашборд - сторінку, яка відповідає на питання «що зараз відбувається в бізнесі».

Що показує головний екран

- **Найближчі записи** - хто і коли приходить сьогодні та завтра.
- **Потребує уваги** - заявки без підтвердження, неявки, записи без клієнта.
- **Гроші** - надходження за період і графік грошового потоку.
- **Завантаженість** - теплова мапа днів і годин: одразу видно, коли у вас густо, а коли порожньо.
- **Швидкі дії** - новий запис, новий клієнт, нова транзакція без переходу в розділи.



Скрин 2.1. Дашборд: найближчі записи, гроші та завантаженість

Навігація

- **Ліва панель** - розділи системи. Частина з них залежить від тарифу, див. таблицю нижче.
- **Верхня панель** - довідник, зворотний зв'язок, перемикач профілю, тема оформлення та сповіщення.
- **Профіль внизу зліва** - налаштування бізнесу й перемикання між бізнес-профілем та особистим кабінетом клієнта.

Що доступно на якому тарифі

Частина розділів з'являється в лівій панелі лише на відповідному тарифі. Базова робота - профіль, послуги, клієнти, записи, публічна сторінка й фінанси - доступна на всіх.

Тариф	Що додається
Безкоштовний	основна робота з обмеженням на кількість клієнтів, послуг і записів
Стартовий	аналітика, теги клієнтів, абонементи
Професійний	філії, склад і обладнання, вітрина, онлайн-оплати, чайові, подарункові сертифікати, власні поля клієнта, фіскалізація

Кількість учасників команди, клієнтів, послуг і записів на місяць також залежить від тарифу. Поточні ліміти й залишок видно у *Профіль* → *Мій план*.

Один акаунт - дві ролі. Той самий обліковий запис може виступати і власником бізнесу, і клієнтом іншого бізнесу в БізХаб. Перемикач профілю внизу лівої панелі змінює режим інтерфейсу; дані двох ролей зберігаються окремо.

Профіль бізнесу і посилання для запису

СИТУАЦІЯ

Людина знайшла вас у пошуку або отримала посилання від подруги. У неї три питання: що ви робите, скільки це коштує і чи можна вам довіряти. Якщо сторінка відповідає одним рядком «Салон краси», людина закриває вкладку.

Що робить профіль: усе заповнене тут одразу з'являється на публічній сторінці, у формі запису, в листах-нагадуваннях і на QR-постері. Заповнюєте один раз - працює в усіх каналах.

Крок 1. Відкрити налаштування

Натисніть на аватар унизу лівої панелі. Відкриється сторінка **Профіль** із вкладками: *Профіль, Контакти, Бізнес, Локації, Мій план, Безпека, Сповідання*. Зараз вам потрібні перші три.

Крок 2. Назва бізнесу і посилання

Перше поле на вкладці **«Бізнес»** - назва. Саме з неї система одразу створює вашу адресу для онлайн-запису.

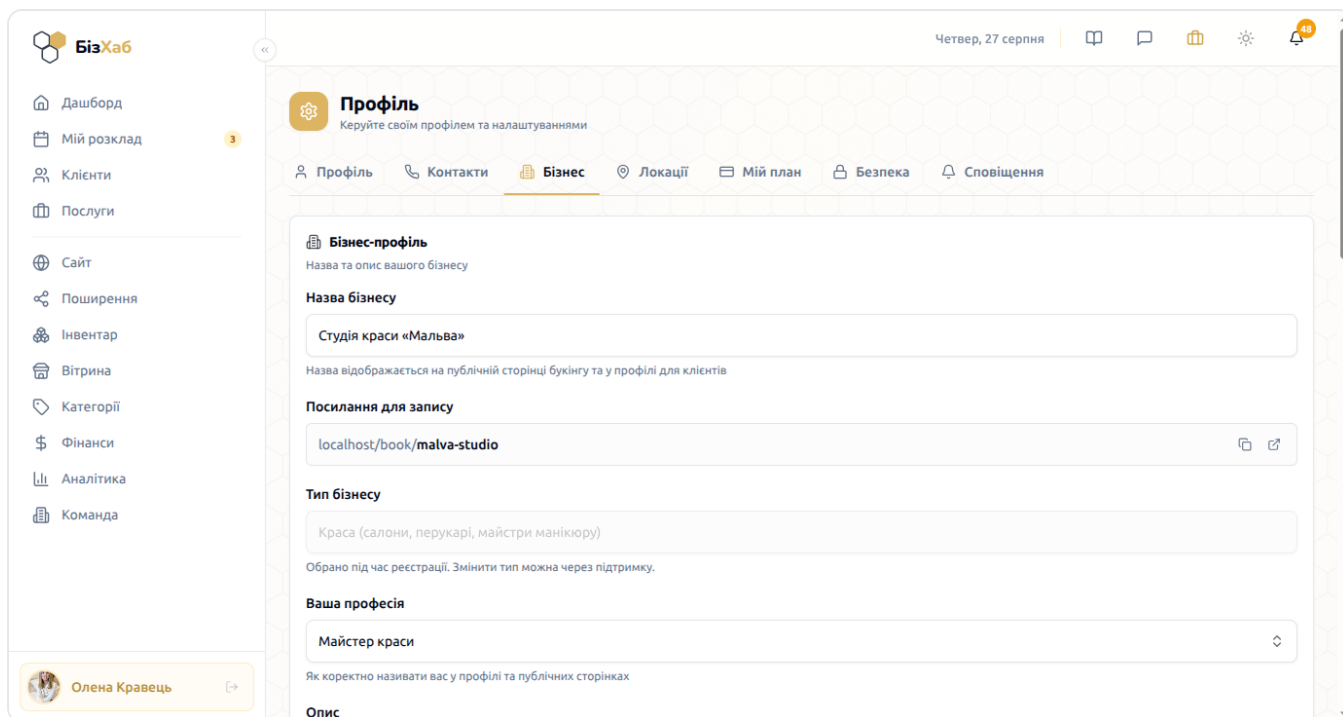
ПРОЧИТАЙТЕ ДО ТОГО, ЯК НАТИСНЕТЕ «ЗБЕРЕГТИ»

Під назвою з'явиться посилання виду **beezhub.cloud/book/<ваш-бізнес>**. Воно **генерується з назви автоматично, у момент коли ви її вводите**.

Після збереження змінити його через інтерфейс уже не можна, навіть якщо згодом перейменуєте бізнес. Тому перед збереженням:

- перевірте написання назви - саме в такому вигляді вона потрапить у посилання;
- подивіться на згенеровану частину після **/book/** : чи легко її продиктувати вголос;
- виправляйте назву до збереження, а не після.

Змінити адресу згодом можна лише через звернення на **support@beezhub.cloud**.



Скрин 3.1. Назва бізнесу і згенероване посилання для запису

Крок 3. Опис, логотип, галерея

Поле Де це побачить клієнт

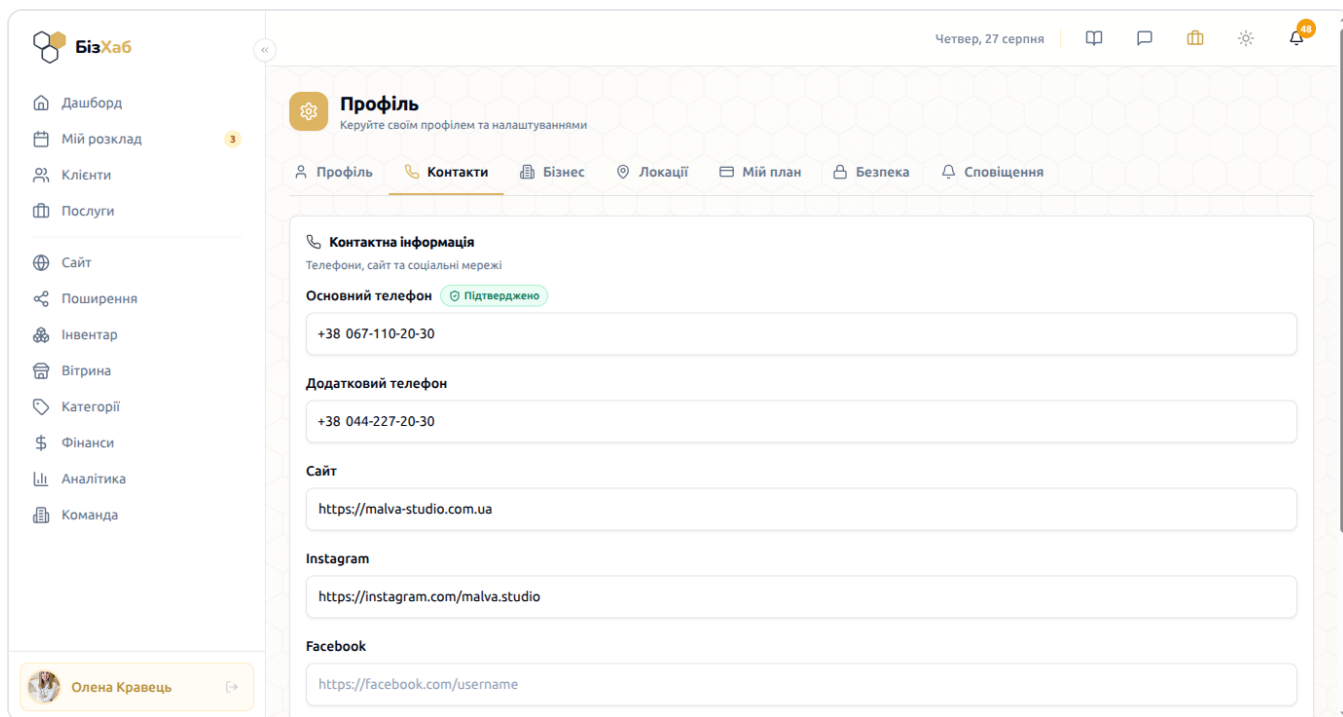
Професія	підзаголовок під назвою, формує звертання в системних текстах
Опис	перший абзац публічної сторінки. Три-п'ять речень: що робите, для кого, у чому різниця
Логотип	кругла іконка поверх обкладинки, аватар у каталозі
Галерея	до 5 фото. Перше стає обкладинкою сторінки

Що писати в описі: перелік послуг дублювати не потрібно - він виводиться окремим блоком нижче. Опис має відповідати на питання, чому клієнт має обрати саме вас: розташування, тривалість візиту, особливості підходу.

Крок 4. Контакти й адреса

Вкладка «Контакти» - це канали, якими з вами зв'яжуться, і мітка на карті.

- **Основний телефон** - показується клієнтам і використовується для зв'язку з вами.
- **Додатковий телефон** - якщо є окремий номер адміністратора.
- **Місто й адреса** - з них будується мітка на карті публічної сторінки.
- **Сайт, Instagram, Facebook** - іконки в блоці контактів.



Скрин 3.2. Контактні дані та розташування на карті

Послуги і ціни

СИТУАЦІЯ

Ціни живуть у переліку, який востаннє оновлювали навесні. На питання «скільки коштує фарбування» відповідь завжди одна: «залежить від довжини, напишіть у повідомленнях». Половина людей не пише.

Що робить каталог: послуга з ціною й тривалістю стає одиницею, з якої система рахує все інше - вільні години, вартість візиту, дохід, завантаження обладнання. Клієнт бачить ціну до того, як почав писати.

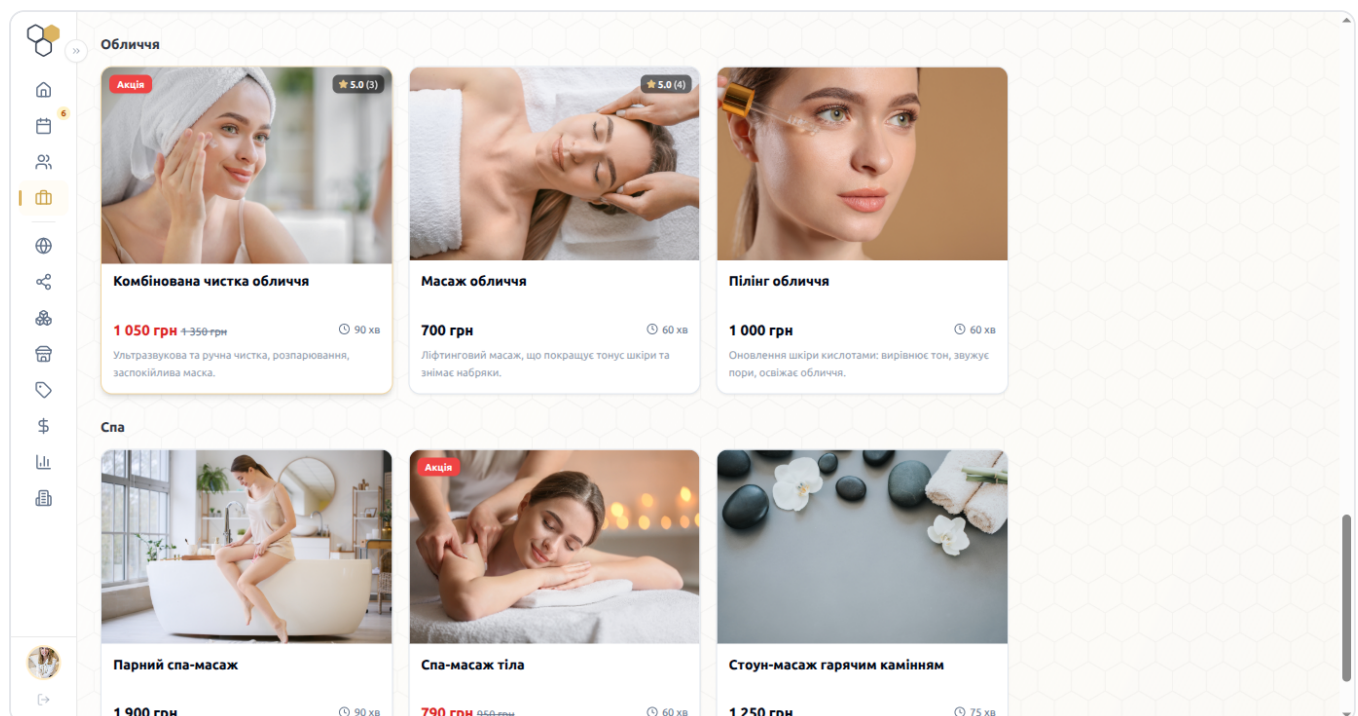
Створення послуги

Розділ «Послуги» → кнопка «Додати послугу». Мінімально потрібні три поля:

- **Назва** - так, як її називають клієнти, а не як у внутрішньому переліку.
- **Тривалість** - реальна, разом із підготовкою й прибиранням. Саме вона визначає, який час система запропонує наступному клієнту.
- **Ціна** - базова вартість.

Опис і фото не обов'язкові, але саме вони працюють на публічній сторінці: послуга з фотографією сприймається як пропозиція, без неї - як рядок переліку.

У каталозі послуги групуються за категоріями, а категорії впорядковані за абеткою. Змінити цей порядок не можна, тому назви категорій варто добирати так, як вам зручно їх шукати.



Скрин 4.1. Каталог: послуги згруповані за категоріями, у картці видно фото, ціну, тривалість і позначку акції

Варіанти ціни замість «залежить»

Якщо вартість залежить від обсягу роботи, не заводьте три окремі послуги. Додайте **варіанти ціни** всередині однієї: кожен зі своєю ціною й тривалістю.

Послуга	Варіанти
Фарбування в один тон	коротке волосся 1400 / 90 хв · середнє 1600 / 120 хв · довге 2100 / 150 хв
Жіноча стрижка	коротке 600 / 45 хв · середнє 650 / 60 хв · довге 800 / 75 хв

Клієнт обирає варіант під час запису, і система одразу бере правильну тривалість. Ви не витрачаєте час на уточнення, а розрахунок вільних годин лишається точним.

Варіанти ціни
Різні опції послуги з окремими цінами

Коротке волосся
1400 ₪ · 90 хв

Середнє волосся
1600 ₪ · 120 хв

Довге волосся
2100 ₪ · 150 хв

% Акція
Знижка або акційна ціна на період

Доступність для онлайн-запису
За замовчуванням послуга доступна в усі робочі години. Увімкніть окремий графік, щоб обмежити онлайн-запис на цю послугу певними днями та годинами. Графік послуги завжди в межах вашого робочого графіка.

Налаштувати окремий графік

Витратні матеріали
Матеріали, що списуються при наданні послуги
Матеріали не прив'язані. Додайте матеріали, щоб бачити собівартість та автоматичне списання.

+ Додати матеріал

Скрин 4.2. Форма послуги з варіантами ціни

Акції

Будь-якій послугі можна задати акційну ціну з датою завершення й коротким поясненням приводу. На публічній сторінці стара ціна закреслюється, поруч стоїть нова.

Акція з датою краща за просто знижену ціну: вона створює причину записатися зараз, а не «колись». Коли термін спливає, ціна повертається сама - не потрібно пам'ятати про це.

% Акція
Знижка або акційна ціна на період

Акція активна

Ціна Відсоток

Акційна ціна Початок Завершення

1050 22.08.2026 26.09.2026

Опис акції

Осіння ціна на чистку: шкіра після літа потребує оновлення.

Доступність для онлайн-запису
За замовчуванням послуга доступна в усі робочі години. Увімкніть окремий графік, щоб обмежити онлайн-запис на цю послугу певними днями та годинами. Графік послуги завжди в межах вашого робочого графіка.

Налаштувати окремий графік

Витратні матеріали
Матеріали, що списуються при наданні послуги
Матеріали не прив'язані. Додайте матеріали, щоб бачити собівартість та автоматичне списання.

+ Додати матеріал

Скрин 4.3. Акційна ціна з періодом дії та описом

Про тривалість: вказуйте час із запасом на підготовку робочого місця й перехід між клієнтами - зазвичай 10-15 хвилин. Тривалість без запасу накопичує затримку протягом дня.

Години роботи і правила запису

СИТУАЦІЯ

Клієнтка пише о пів на дванадцяту ночі: «а можна завтра о дев'ятій?». Ви вже спите, вранці відповідаєте - а вона вже записалася в іншому місці. Або навпаки: записується за двадцять хвилин до візиту, коли ви ще в дорозі.

Що роблять години й правила: система показує клієнту лише той час, коли ви справді приймаєте, і не дає записатися занадто пізно або занадто наперед. Домовлятися вручну більше не треба.

Крок 1. Робочі години

Години задаються у *Профіль* → *Локації*: відкрийте свою локацію й заповніть графік. Навіть якщо приміщення у вас одне, години живуть саме там.

- Увімкніть перемикач навпроти робочих днів.
- Вкажіть початок і кінець для кожного дня - вони можуть відрізнятися.
- Вихідні лишіть вимкненими: у ці дні онлайн-запис буде закритий.

Графік роботи
Онлайн-запис на цій філії буде доступний лише в робочі години. Якщо графік не задано, діють лише графіки працівників.

День	Початок	Кінець	Статус
Понеділок	09:00	20:00	Активний
Вівторок	09:00	20:00	Активний
Середа	09:00	20:00	Активний
Четвер	09:00	20:00	Активний
П'ятниця	09:00	20:00	Активний
Субота	10:00	18:00	Активний
Неділя			Вихідний

Працівники
Оберіть, хто працює на цій локації. Кожен працівник закріплений за однією локацією - вибір тут перемістить його сюди.

Статус	Ім'я	Електронна пошта
☒ ЯК	Ярина Ковтун	maiva.yaryna@beezhub.test
☐ ВБ	Віта Бабій	maiva.vita@beezhub.test

Скрин 5.1. Графік роботи: у суботу коротший день, неділя вихідна

Вказуйте фактичні години прийому. Якщо приміщення відчинене до 20:00, а останній візит ви берете о 18:00, у графіку має стояти 18:00 - інакше система пропонуватиме клієнтам недоступний час.

Крок 2. Правила онлайн-запису

Мій розклад → Налашт. Тут задається, як саме клієнти можуть користуватися вашим календарем.

Параметр	Навіщо	З чого почати
Мінімум годин до візиту	щоб не записувались за 20 хвилин, коли ви вже в дорозі	2-3 години
Горизонт запису	наскільки далеко наперед відкритий календар	30-45 днів
Підтвердження вручну	заявка чекає вашого «так» замість того, щоб одразу стати в календар	увімкнено на старті
Авто-скасування	непідтверджена заявка сама звільняє час	24 години
Вітальний текст	перше, що читає людина у формі запису	одне-два речення

Підтвердження вручну доцільне на старті, поки ви оцінюєте характер заявок. Коли потік стане передбачуваним, вимкніть його: клієнт отримуватиме підтвердження одразу, що помітно підвищує частку завершених записів.

Як вас бачить клієнт

СИТУАЦІЯ

Сайт коштує грошей і часу, тому його немає. Замість нього - профіль у соцмережі, де ціни в закріпленому дописі піврічної давності, а запис іде через приватні повідомлення. Половина людей пише ввечері, відповідь отримує вранці, а до того встигає записатись деінде.

Що ви вже маєте: заповнивши профіль, послуги й графік, ви вже отримали готовий сайт із формою запису. Його не треба створювати окремо - він зібрався сам.

Дві адреси

```
beezhub.cloud/book/<ваш-бізнес>
```

Форма запису: вибір послуги, вільні години, контакти. **Працює одразу**, щойно ви увімкнули онлайн-запис - чекати на модерацію не треба. Саме це посилання можна давати клієнтам уже сьогодні.

```
beezhub.cloud/p/<ваш-бізнес>
```

Повна сторінка: обкладинка, опис, галерея, послуги з цінами, графік, карта, контакти. **Відкриється тільки після схвалення** модерацією (розділ 07). До того за цією адресою нічого не показується.

Порядок публікації. Одразу після налаштування розміщуйте посилання на форму запису - вона вже приймає клієнтів. Адресу повної сторінки додавайте після схвалення модерацією, зазвичай протягом доби.

Перевірте себе очима клієнта

Відкрийте форму запису в іншому браузері або в режимі анонімного перегляду й пройдіть шлях клієнта до кінця. Повну сторінку до схвалення можна подивитися кнопкою «*Попередній перегляд*» у розділі «Сайт». Питання, на які має відповісти сторінка:

- ✓ Зрозуміло, чим ви займаєтесь, з перших двох речень
- ✓ Видно ціни й тривалість, а не «ціну уточнюйте в повідомленнях»
- ✓ Є фото, які показують результат роботи
- ✓ Зрозуміло, де ви розташовані
- ✓ Кнопка запису помітна й веде до реальних вільних годин

Студія краси «Мальва»

4.8 41 відгук
 Сьогодні 09:00-20:00
4 фотії · 2 локації

Затишна студія краси на Подолі. Догляд за волоссям, нігтями, бровами та обличчям у теплій атмосфері. Працюємо за попереднім записом, кожному гостю приділимо стільки часу, скільки потрібно.

Робі бачити вас у «Мальві». Оберіть послугу та зручний час, ми підтвердимо запис протягом години.

Фотографії

5 фото

Онлайн-запис

Відкрито · сьогодні до 20:00

4 фотії · 2 локації

Записатися онлайн

Оберіть фотію та зручний час

Наша команда

4 фотії

Всі локації

Ярина Ковтун
Перукар / стиліст
4.7 (15)

Записатися

Віта Бабій
Майстер манікюру
5.0 (4)

Записатися

Роксолана Гуцла
косметолог
4.6 (11)

Записатися

Олена Кравець
Майстер краси
4.9 (11) 25 послуг

Записатися

Графік роботи

Четвер, сьогодні 09:00-20:00

Весь тиждень

Локації

- Мальва на Подолі**
Київ, вул. Корняківська, 15
Google Maps +380671102030
- Мальва на Оболоні**
Київ, просп. Оболонський, 26
Google Maps +380671102031

Вітрина

5 товарів

Шампунь для фарбованого волосся, 250 мл
540 грн
В наявності

Маска-реконструктор, 200 мл
680 грн
В наявності

Олія для кутиккул, 10 мл
190 грн
В наявності

Сироватка для віт та брів, 5 мл
720 грн
В наявності

Піна для вмивання, 150 мл
460 грн
В наявності

Відгуки

41 відгук

4.8

41 відгуків

Марта Гінь

27 серп. 2026 · Олена Кравець

Повсюди, чому мій попередній варіант не тримався, і підбрали кращий.

Відповідь майстра · 27 серп. 2026

Дякуємо за теплі слова! Передали їх майстру. Чекаємо на вас знову.

Софія Гінь

27 серп. 2026 · Олена Кравець

Присмню, що не поспішають. Відчувається, що людині не байдуже.

Відповідь майстра · 27 серп. 2026

Дуже присмню це читати. Раді, що результат тримається - до зустрічі у студії!

Софія Гінь

27 серп. 2026 · Олена Кравець

Затишно, чисто, майстер пояснює кожен крок. Уже записалась наступного разу.

Відповідь майстра · 27 серп. 2026

Дякуємо за відгук. Наступного разу скоригуємо відтінок, як домовлялись.

Софія Гінь

27 серп. 2026 · Олена Кравець

Затишно, чисто, майстер пояснює кожен крок. Уже записалась наступного разу.

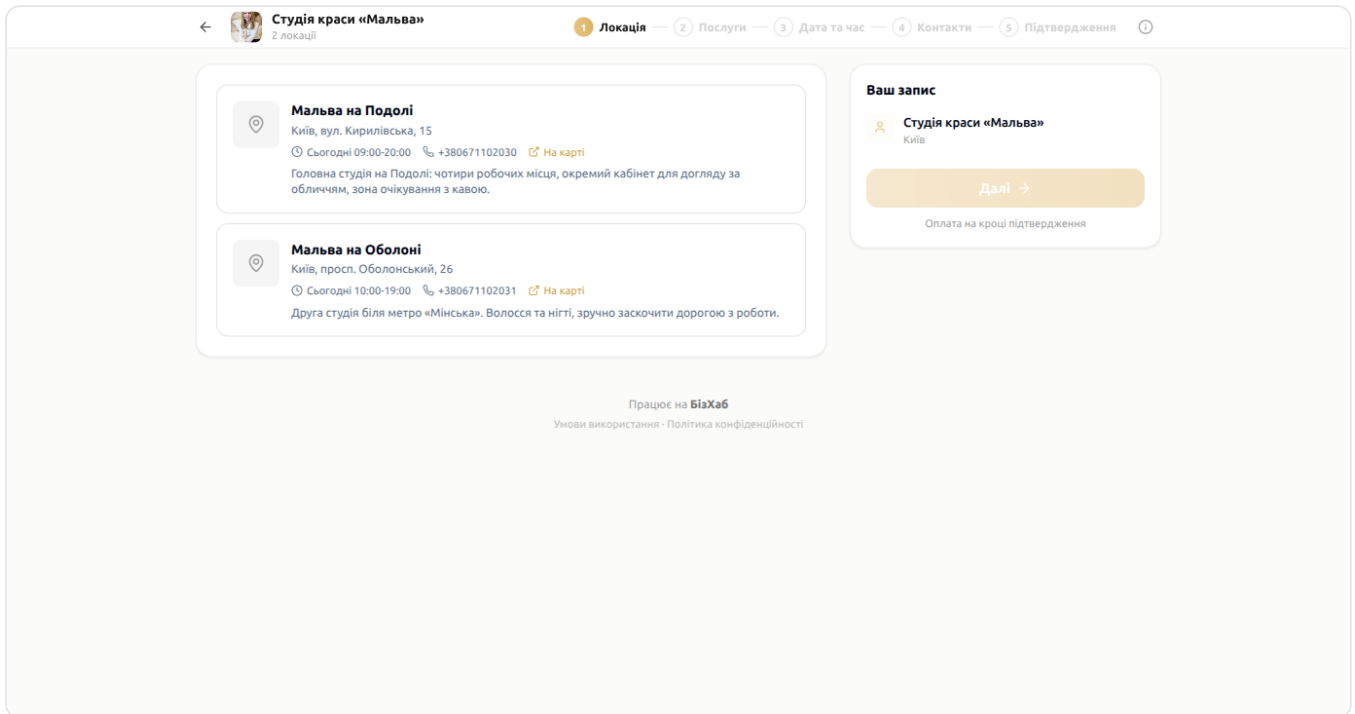
Христина Гінь

27 серп. 2026 · Олена Кравець

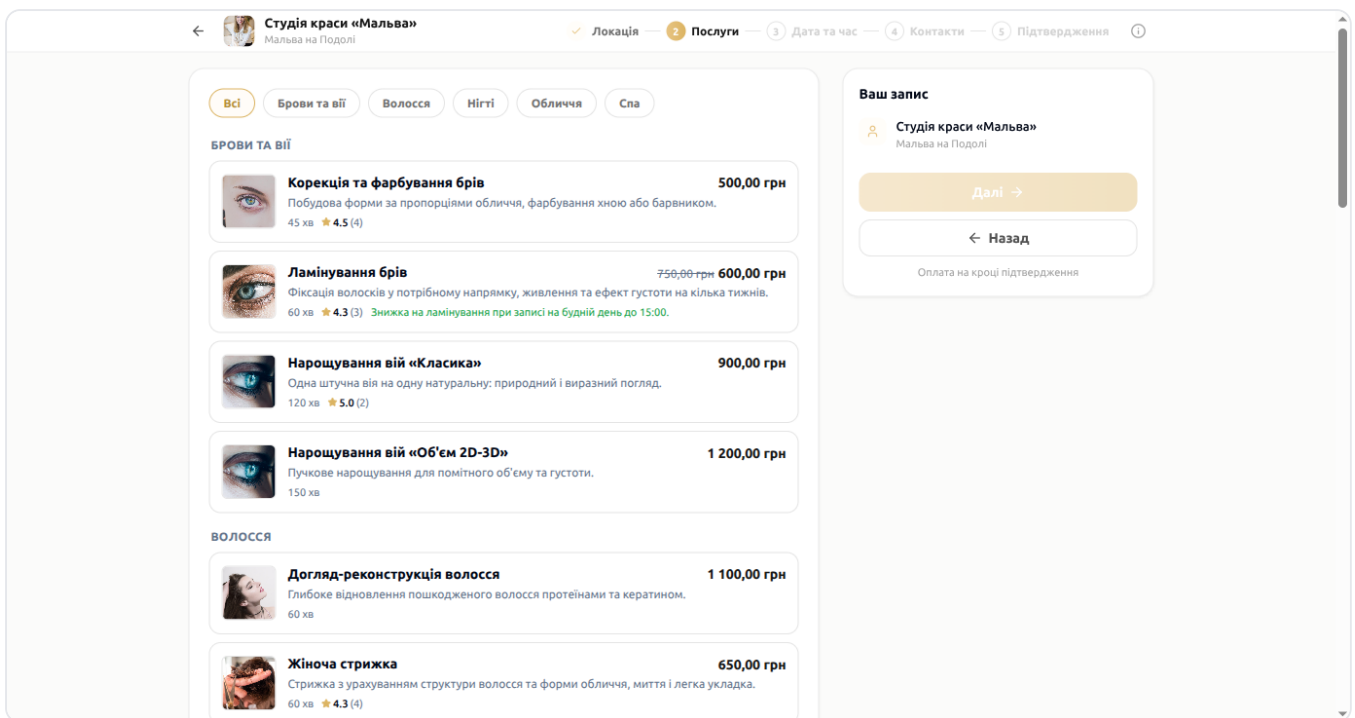
Затишно, чисто, майстер пояснює кожен крок. Уже записалась наступного разу.

Скрин 6.1. Сторінка, яку бачить клієнт за посиланням

Форма запису



Скрин 6.2. Вибір послуги й часу очима клієнта

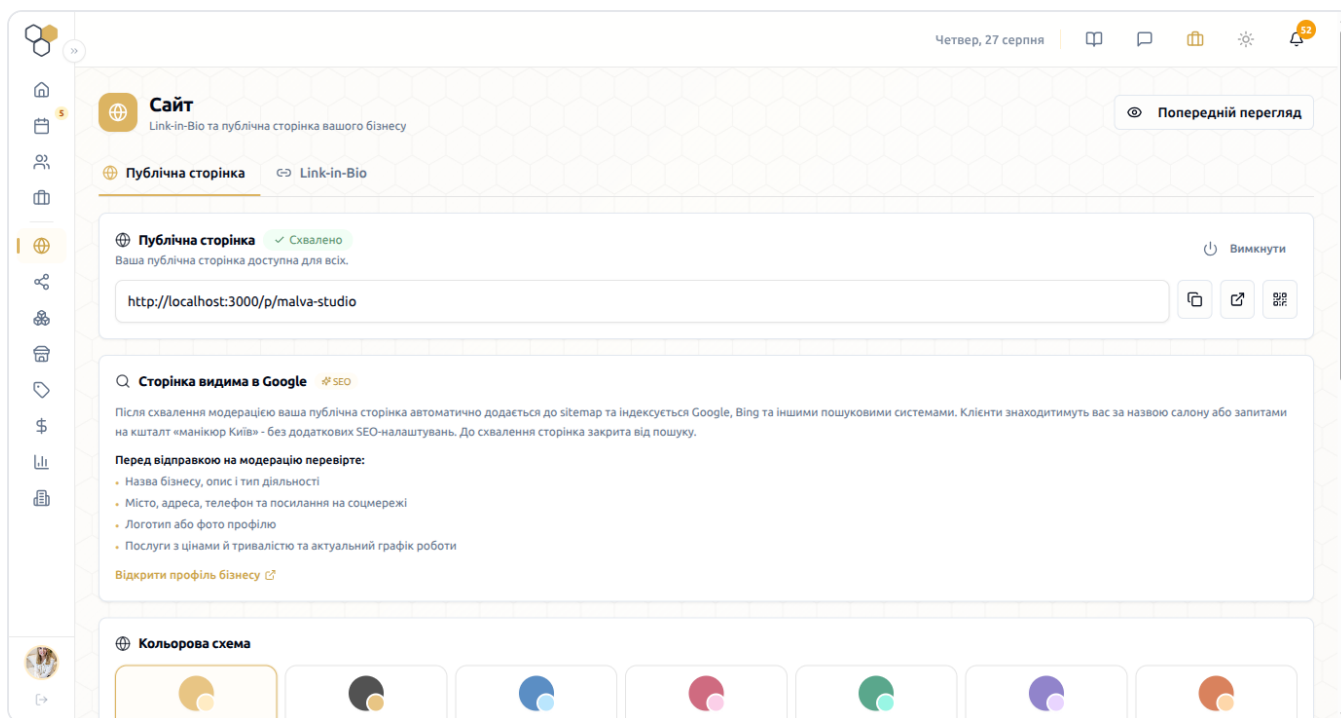


Скрин 6.3. Крок «Послуги»: категорії, ціни, тривалість і позначка акції

Зовнішній вигляд сторінки

Розділ «Сайт» у лівій панелі збирає все, що стосується публічного представництва: саме посилання, кольорову схему (14 варіантів) і перелік блоків, які показувати - послуги, відгуки, карта, соцмережі, графік.

На старті тут нічого міняти не треба: стандартні налаштування працюють. Поверніться сюди, коли захочете підігнати вигляд під свій стиль.



Скрин 6.4. Розділ «Сайт»: посилання, статус і кольорова схема

Модерація і публікація

Перед тим як публічна сторінка стане видимою в пошуку й потрапить у каталог БізХаб, вона проходить перевірку. Це гарантує, що в каталозі немає напівпорожніх карток.

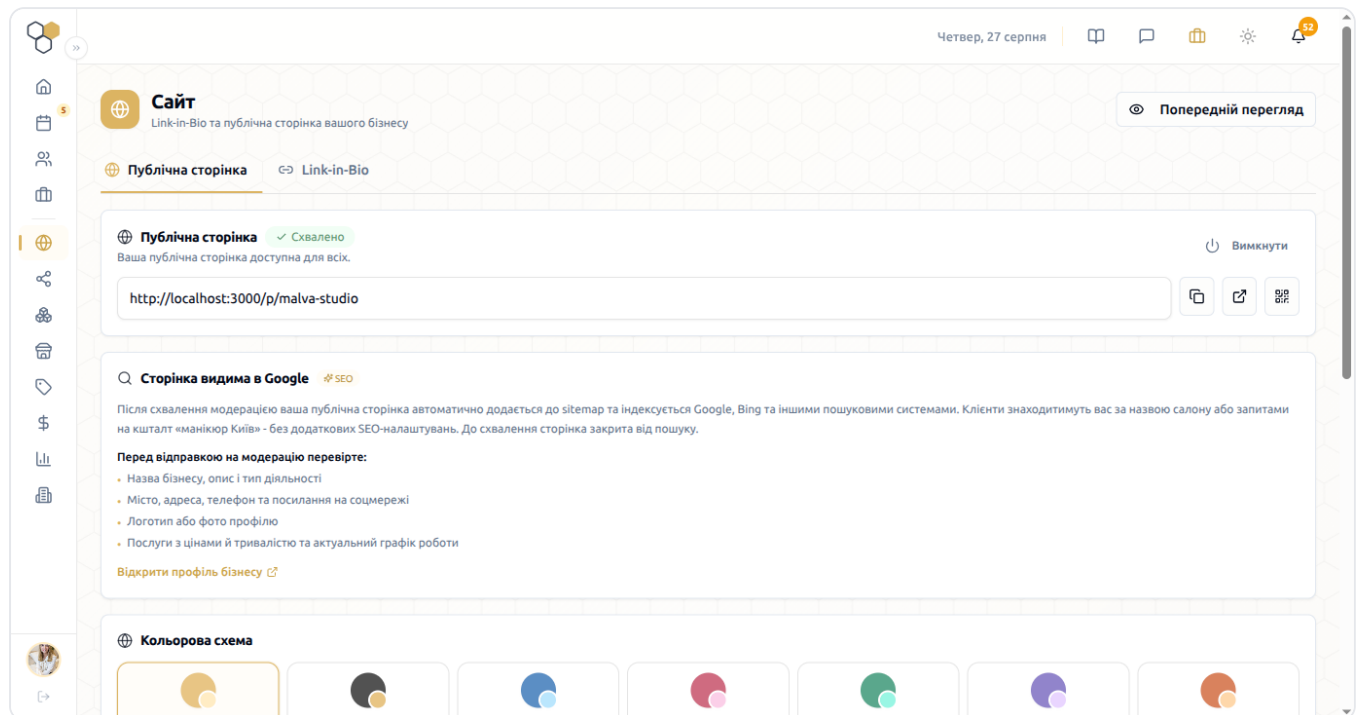
Що перевіряє модератор

- ✓ Назва бізнесу, опис і напрямок діяльності
- ✓ Місто, адреса, телефон, посилання на соцмережі
- ✓ Логотип або фото профілю
- ✓ Послуги з цінами й тривалістю
- ✓ Актуальний графік роботи

Як відправити

На сторінці «Сайт» угорі праворуч є кнопка. Напис залежить від стану:

- «Відправити на модерацію» - перша подача.
- «Зберегти та відправити повторно» - ви змінили вже схвалену сторінку.
- «Виправити та відправити» - попередню заявку відхилили.



Скрин 7.1. Кнопка «Відправити на модерацію» і чек-лист перевірки

Статуси

На модерації заявку розглядають, зазвичай до 24 годин

Схвалено сторінка опублікована й потрапляє в карту сайту для пошукових систем

Відхилено у статусі вказана причина. Виправте й відправте повторно

Доступність адрес до схвалення. Форма запису `/book/` не залежить від модерації й працює одразу після увімкнення онлайн-запису. Публічна сторінка `/p/` та візитівка `/l/` до схвалення недоступні за прямим посиланням - ні для вас, ні для клієнтів; переглянути їх можна лише через «Попередній перегляд» у розділі «Сайт».

Готові приймати записи

Перевірте себе за цим списком. Якщо всі пункти виконані, ви можете спокійно ділитися посиланням: клієнт зможе записатися сам, без жодного повідомлення вам.

- ✓ Заповнені назва бізнесу, професія й опис
- ✓ Перевірене посилання для запису - воно вже не зміниться
- ✓ Завантажені логотип і хоча б одне фото в галерею
- ✓ Вказані місто, адреса й телефон
- ✓ Створені основні послуги з реальною тривалістю та цінами
- ✓ Задані години роботи й вихідні дні
- ✓ Налаштовані правила запису: за скільки годин і наскільки наперед
- ✓ Ви самі пройшли шлях клієнта від посилання до підтвердження
- ✓ Посилання на форму запису `/book/` розміщене там, де його побачать клієнти
- ✓ Повну сторінку відправлено на модерацію (вона відкриється після схвалення)

Куди поставити посилання

Посилання не працює, поки про нього ніхто не знає. Поки сторінка на модерації, скрізь ставте адресу `/book/` - вона вже приймає записи. Чотири місця, які дають більшість переходів:

Опис профілю в Instagram і Facebook	замість «запис у повідомленнях»
Google Бізнес-профіль	поле «Запис онлайн»
Підпис у месенджерах	щоб не диктувати щоразу
QR-код на видному місці	дзеркало, вітрина, візитівка, чек

QR-код і готові зображення для соцмереж генеруються в розділі «Поширення» - про нього детальніше в розділі 25.

Чого очікувати спочатку: першими посилання починають використовувати постійні клієнти - замість дзвінків і повідомлень. Уже це помітно скорочує обсяг щоденного листування.

ЧАСТИНА ДРУГА

Щоденна робота

Клієнти почали записуватися самостійно. Тепер потрібно керувати календарем, накопичувати історію візитів і не втрачати тих, хто не знайшов вільного часу.

Записи і календар

СИТУАЦІЯ

Записи в паперовому зошиті. Щоб відповісти «чи вільно в п'ятницю о четвертій», треба знайти сторінку, порахувати тривалість попереднього візиту й згадати, чи не обіцяли ви вже комусь цей час. Поки шукаєте - клієнт чекає в телефоні.

Що робить календар: тривалість підставляється з послуги, накладки система не пропускає, а зайняті години зникають із публічної форми одразу після запису.

Створення запису

Мій розклад → «Новий запис». Три типи:

- **Індивідуальний** - один клієнт, одна або кілька послуг. Основний варіант.
- **Груповий** - кілька учасників на один час. Про це окремо в розділі 22.
- **Особиста подія** - блок часу без клієнта: навчання, зустріч, перерва. У публічній формі цей час зайнятий, але клієнт не бачить, чим саме.

У формі оберіть клієнта, послуги й час. Тривалість і вартість підставляються самі, за потреби їх можна перевизначити вручну.

Четвер, 27 серпня

Назад

Новий запис
Створіть новий запис для клієнта

Без клієнта

Інформація про візит
Деталі візиту, посилання тощо. Бачить клієнт у деталях свого запису.

Наприклад: рекомендації по догляду, посилання на результати...

Послуги *

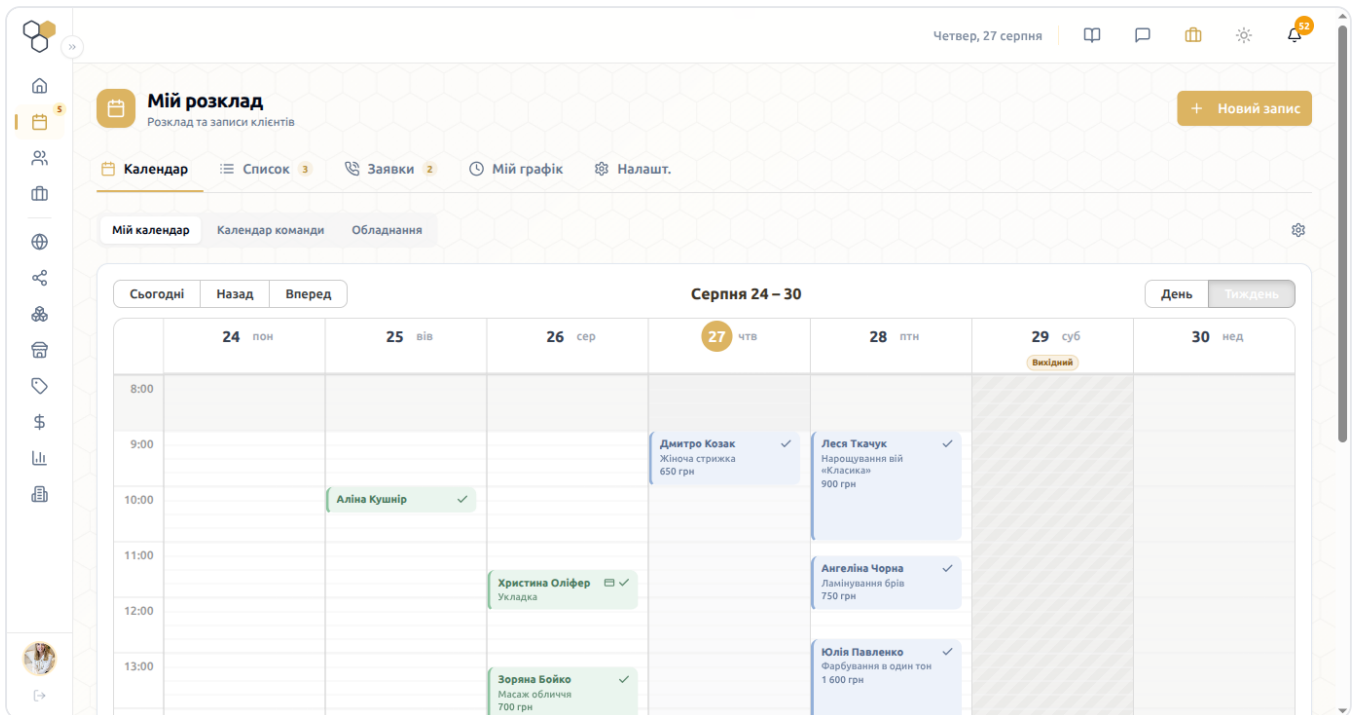
Весільний образ: зачіска та макіяж 3200.00 ₴ • 180 хв	☐	Догляд-реконструкція волосся 1100.00 ₴ • 60 хв	☐
Жіноча стрижка 650.00 ₴ • 60 хв	☐	Зняття покриття 250.00 ₴ • 30 хв	☐
Класичний манікюр 450.00 ₴ • 60 хв	☐	Комбінована чистка обличчя 1350.00 ₴ • 90 хв	☐
Корекція вій	☐	Корекція брів	☐

Скрин 9.1. Створення запису: клієнт, послуги, час

Життєвий цикл запису

Статус	Що означає
Очікує підтвердження	заявка з публічної сторінки, ви ще не підтвердили
Заплановано	візит підтверджений і стоїть у календарі
Виконується	клієнт у кріслі, робота триває
Завершено	візит закритий, дохід зарахований, спосіб оплати вказаний
Скасовано	візит не відбувся, час звільнений
Неявка	клієнт не прийшов і не попередив. Лишається в його історії

Саме перехід у «**Завершено**» створює дохід у фінансах. Тому важливо закривати візити, а не лишати їх незавершеними - інакше суми у звітах не збігатимуться з фактичними.



Скрин 9.2. Тиждень у календарі: статуси кольором

Фіксуйте неявки статусом, а не видаляйте запис. «Неявка» лишається в історії клієнта, тож повторювані випадки стають видимими. Це дає підставу вимагати передоплату вибірково, а не запроваджувати її для всіх.

Клієнтська база

СИТУАЦІЯ

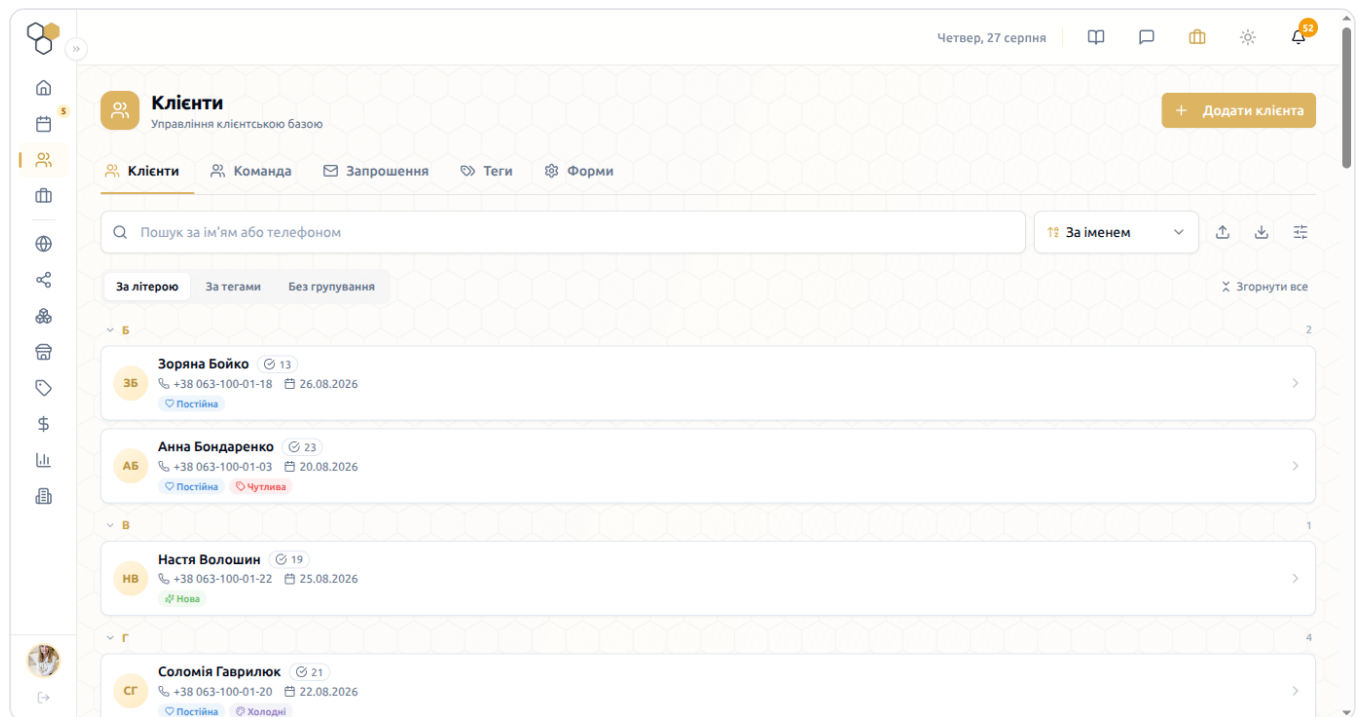
Контакти клієнтів у телефоні під іменами «Оля манікюр» і «Оля манікюр 2». Хто з них має алергію на певний барвник - пригадується вже під час процедури. Якщо телефон загубився, база зникла разом із ним.

Що робить картка клієнта: зберігає не лише контакт, а й усе, що про людину варто пам'ятати - від дати народження до протипоказань. Історія візитів і суми підтягуються самі.

Створення клієнта

Розділ «Клієнти» → «Додати клієнта». Обов'язкове лише ім'я, решта - за потреби: прізвище, телефон, email, дата народження, стать, нотатка.

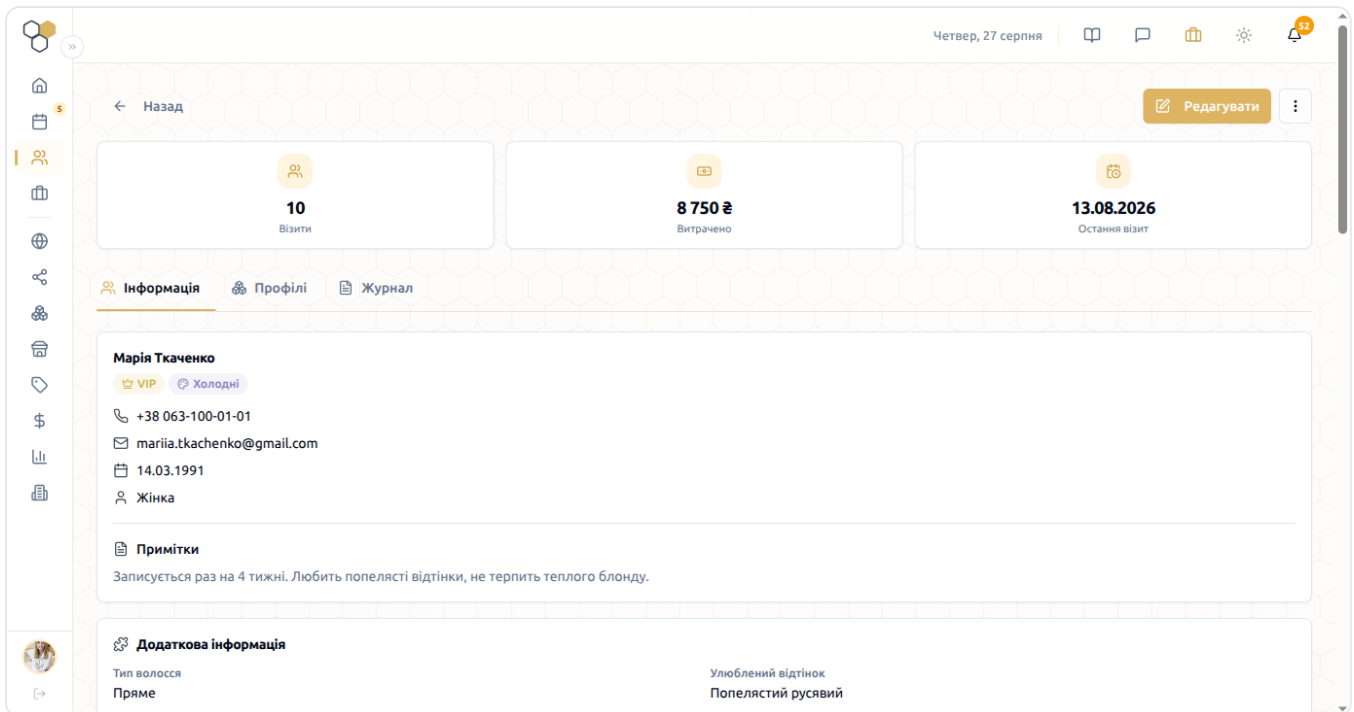
Записи з публічної форми приходять без картки: у них зберігаються лише ім'я, телефон і пошта, які людина ввела. Відкривши таку заявку, ви побачите підказку з існуючими клієнтами зі схожим номером або іменем - можна прив'язати запис до наявної картки, створити нову однією кнопкою або підтвердити візит без картки взагалі. Так база не засмічується дублікатами.



Скрин 10.1. Клієнтська база з тегами й кількістю візитів

Що показує картка

- **Кількість візитів і сума за весь час** - рахуються автоматично із завершених записів.
- **Дата останнього візиту** - одразу видно, хто давно не заходив.
- **Активні абонементи й сертифікати** із залишком.
- **Історія записів** - усі візити зі статусами, включно зі скасуваннями й неявками.



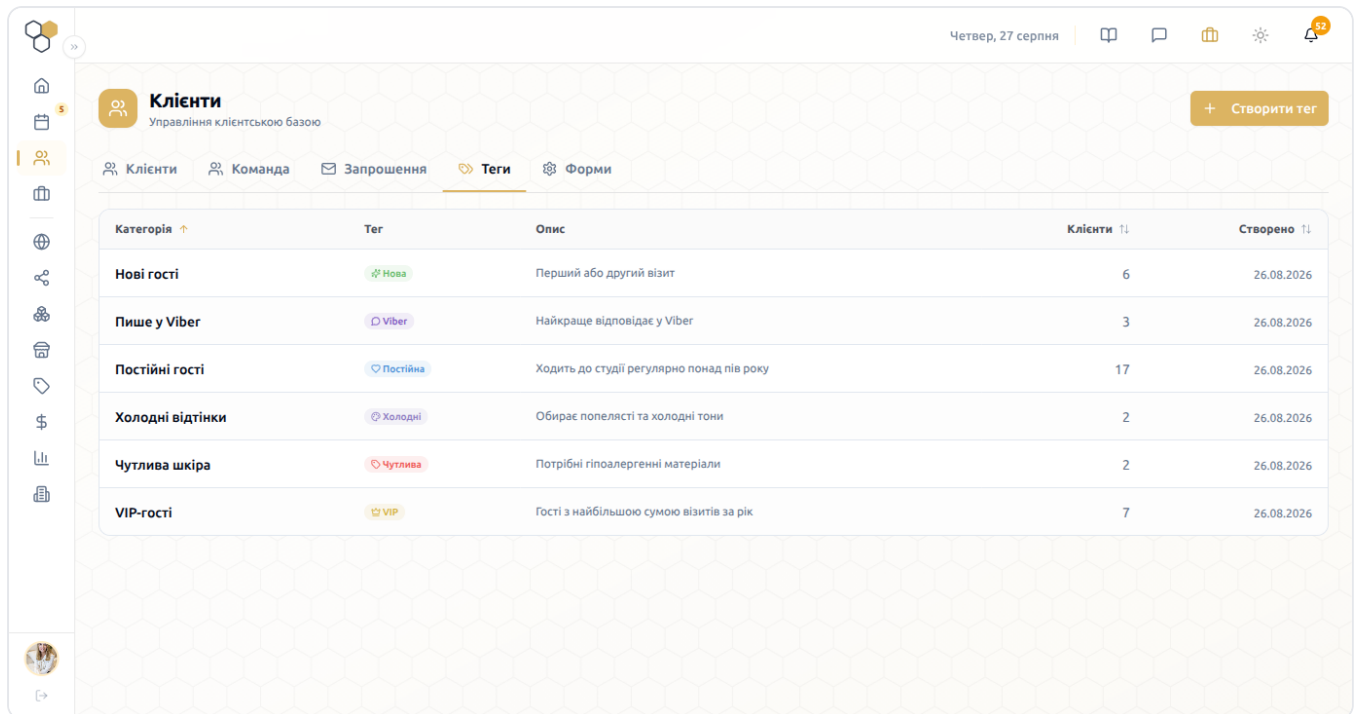
Скрин 10.2. Картка клієнта: візити, сума, історія

Теги: сегменти замість списку

Тег складається з **категорії** (повна назва, за нею група в списку) і короткої **мітки**, яку видно біля імені. Плюс колір і опис - навіщо цей тег потрібен.

Категорія	Мітка	Навіщо
VIP-гості	VIP	найбільша сума за рік - їм першими пропонуються нові послуги
Постійні гості	Постійна	ходять регулярно понад пів року
Нові гості	Нова	перший або другий візит, потребують більше уваги
Чутлива шкіра	Чутлива	потрібні гіпоалергенні матеріали

Теги - це не прикраса. Вони визначають, кому буде видно закритий груповий захід, і дають фільтр, коли треба звернутися до конкретної групи.



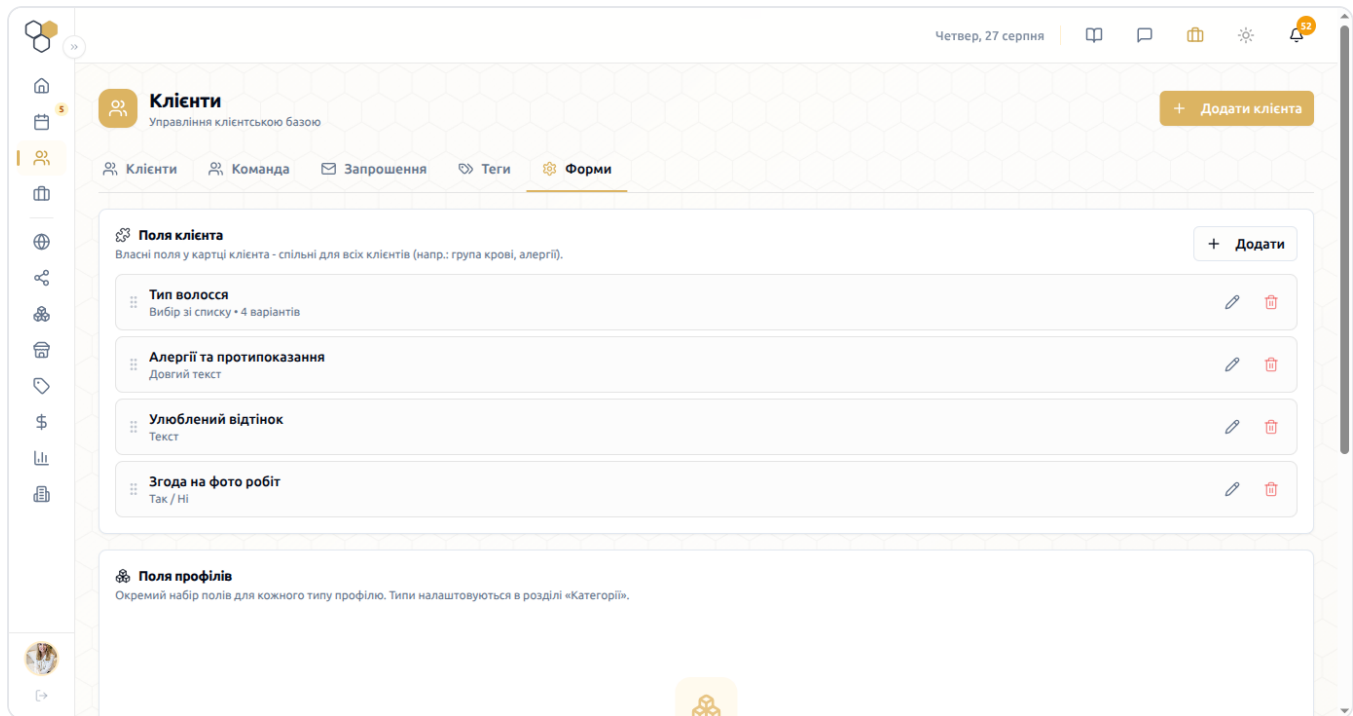
Скрин 10.3. Теги: категорія, мітка, колір і опис

Власні поля

Стандартних полів вистачає не завжди. У *Клієнти* → *Форми* можна додати свої: текст, довгий текст, число, дата, список варіантів або «так/ні».

Поле	Тип	Приклад значення
Тип волосся	список	пряме · хвилясте · кучеряве
Алергії та протипоказання	довгий текст	лише безаміачні барвники
Улюблений відтінок	текст	попелястий русявий
Згода на фото робіт	так/ні	так

Поля з'являються в картці кожного клієнта. Це те місце, де живуть речі, які раніше трималися в голові й губилися при передачі клієнта іншому спеціалісту.



Скрин 10.4. Конструктор власних полів клієнта

Журнал візитів

СИТУАЦІЯ

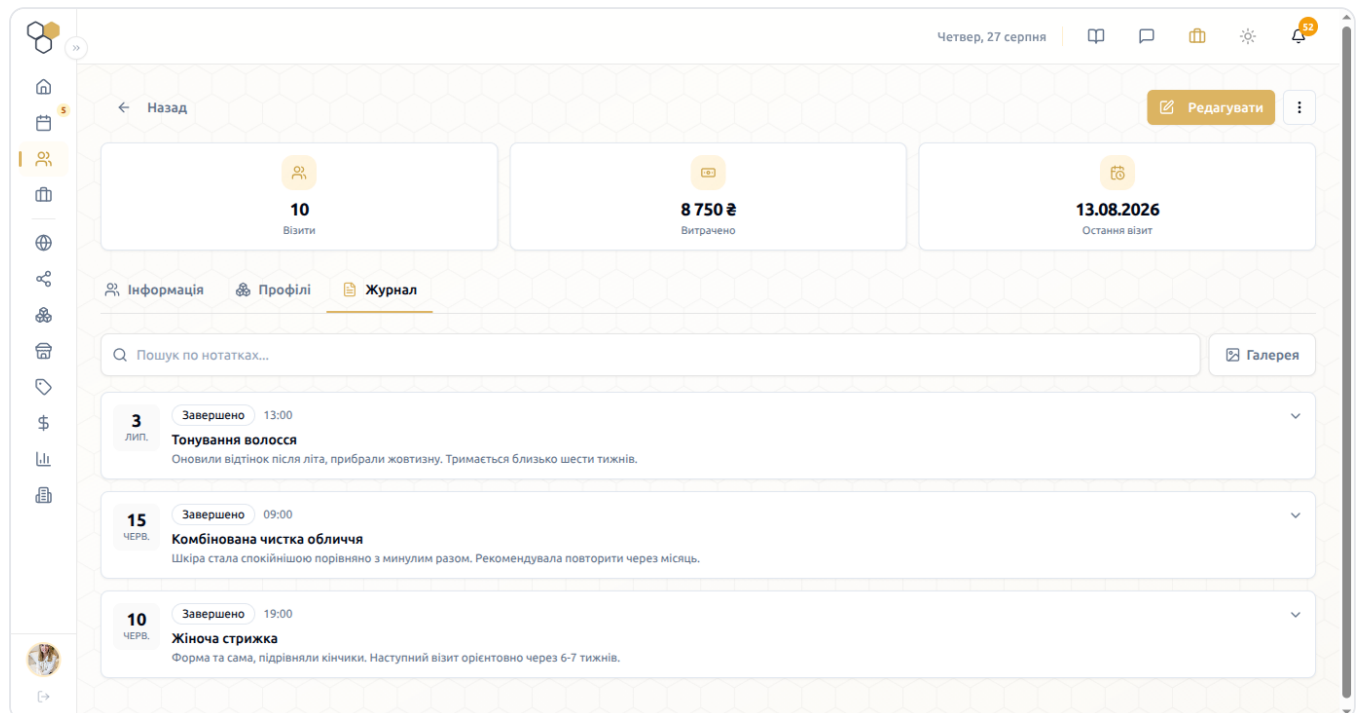
Клієнтка приходить раз на два місяці й просить «як минулого разу». Формулу барвника ніхто не записав, фото немає. Доводиться підбирати наново - і результат уже інший.

Що робить журнал: до кожного візиту прикріплюється нотатка й фото «до / після». Наступного разу відкриваєте картку й бачите точну формулу, витримку й результат.

Як заповнювати

У картці клієнта є вкладка «**Журнал**», а нотатку можна додати прямо з візиту. Пишіть те, що знадобиться саме вам наступного разу.

Напрямок	Що варто записати
Волосся	формула барвника, окисник, час витримки, як лягло на корені й довжину
Нігті	форма, довжина, номер покриття, стан пластини й кутикули
Обличчя	що робили, реакція шкіри, коли планувати наступний сеанс
Брови та вії	вигин, товщина, скільки протрималось із минулого разу



Скрин 11.1. Журнал: нотатки по візитах із фото «до / після»

Фото

До нотатки додаються знімки з міткою **«До»** або **«Після»**. Уся галерея клієнта доступна однією кнопкою - зручно показати динаміку за кілька місяців або відповісти на питання «а як було на початку».

Згода на публікацію. Використання фото робіт у рекламних матеріалах потребує згоди клієнта. Зафіксуйте її окремим полем у картці - так відповідь зберігається разом з іншими даними клієнта, а не в листуванні.

Запрошення клієнтів у застосунок

СИТУАЦІЯ

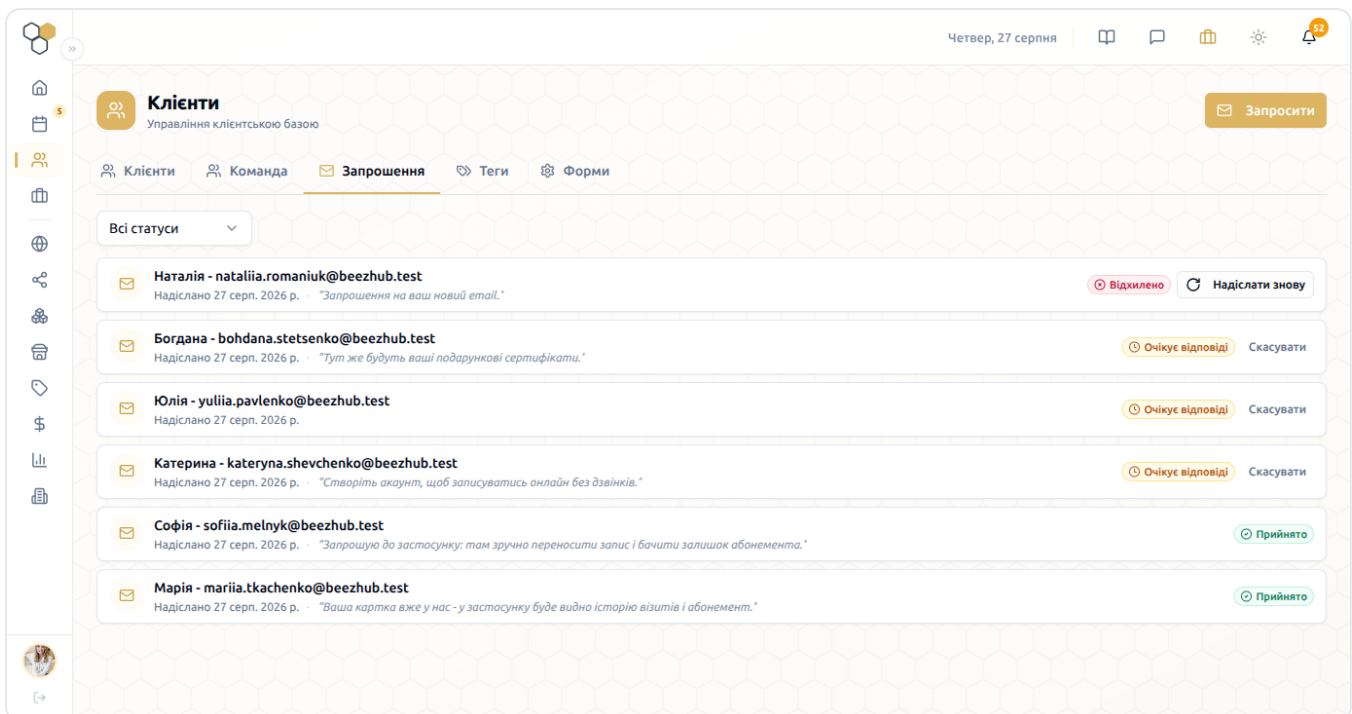
Кожне перенесення візиту - це листування. «А можна на годину пізніше?», «А коли у вас вільно в четвер?», «Скільки в мене лишилось по абонементу?». Десять таких діалогів на день забирають близько години робочого часу.

Що дає запрошення: у клієнта з'являється власний кабінет, де він сам бачить свої записи, залишок абонементу, сертифікати й історію візитів. Перенести або скасувати може без вас.

Як надіслати

Клієнти → Запрошення → «Запросити». Вкажіть email, ім'я та за бажанням коментар - він потрапить у лист і пояснить людині, навіщо це їй.

Коментар суттєво впливає на відгук: формулювання загального характеру здебільшого лишаються без реакції, тоді як конкретна вигода («видно залишок абонементу, запис можна перенести без дзвінка») дає помітно кращий результат.



Скрин 12.1. Список запрошень зі статусами

Статуси

Очікує	лист надіслано, людина ще не відповіла. Можна надіслати повторно
Прийнято	акаунт створено, картка клієнта зв'язана з ним
Відхилено	людина відмовилась. Це не заважає їй лишатися вашим клієнтом
Скасовано	ви самі відкликали запрошення

Кого запрошувати. Найбільшу віддачу застосунок дає клієнтам, які відвідують вас регулярно, мають абонемент або часто переносять візити. Для решти достатньо автоматичних нагадувань.

Заявки на дзвінок

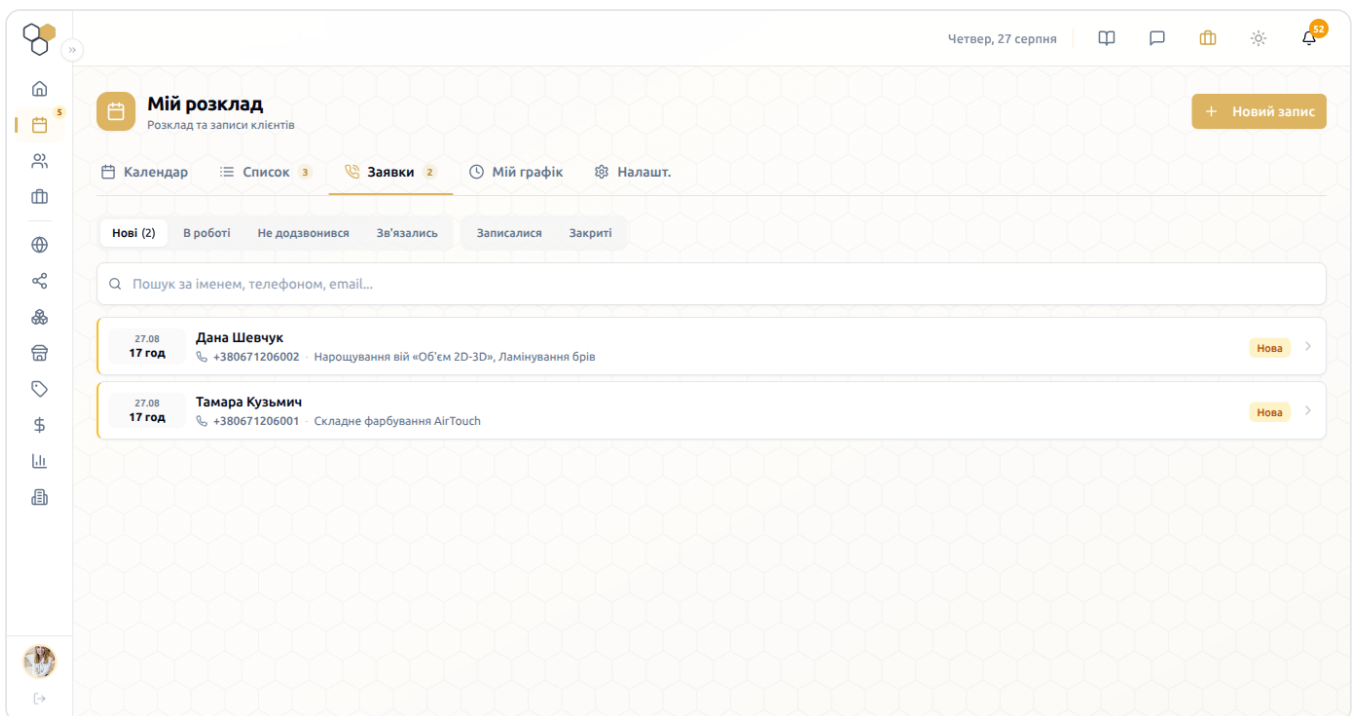
СИТУАЦІЯ

Людина зайшла на сторінку, не знайшла зручного часу - і пішла. Ви навіть не дізналися, що вона приходила. Кожен такий візит на сайт - це втрачений клієнт, про якого немає жодного сліду.

Що робить форма зворотного дзвінка: замість того щоб піти, людина лишає номер. Заявка потрапляє до вас, і ви самі пропонуєте варіант - можливо, час, якого не було в сітці.

Як це працює

1. У формі запису під переліком вільних годин з'являється кнопка зворотного дзвінка з текстом, який ви задаєте самі.
2. Клієнт лишає ім'я, телефон, за бажанням - послуги, що цікавлять, і зручний час.
3. Заявка з'являється у вкладці «Заявки» зі статусом «Нова», лічильник видно в бічній панелі.
4. Ви передзвонюєте й ведете заявку по статусах до результату.



Скрин 13.1. Заявки на дзвінок із коментарями клієнтів

Статуси

Нова	щойно надійшла, ніхто ще не дзвонив
В роботі	ви взяли заявку в роботу
Не додзвонились	спроба була, клієнт не відповів. Можна повторити
Зв'язались	поговорили, людина ще думає
Записались	домовились і створили запис
Закрито	робота завершена: відмова, дубль або інша причина

Формулювання кнопки. Нейтральні службові назви на кшталт «Зворотний зв'язок» працюють гірше за пряму пропозицію допомоги: «Не знаєте, що обрати? Залиште номер, ми передзвонимо». Текст задається у налаштуваннях розкладу.

Відгуки

СИТУАЦІЯ

Клієнти задоволені, але ніде цього не видно. Нова людина заходить на сторінку й не має жодного підтвердження, що сюди варто йти. Просити відгук незручно, а нагадувати про це щоразу - тим паче.

Що робить збір відгуків: після візиту клієнт отримує посилання на коротку форму. Оцінка ставиться по кожній послугі окремо, а ви вирішуєте, що публікувати.

Як зібрати

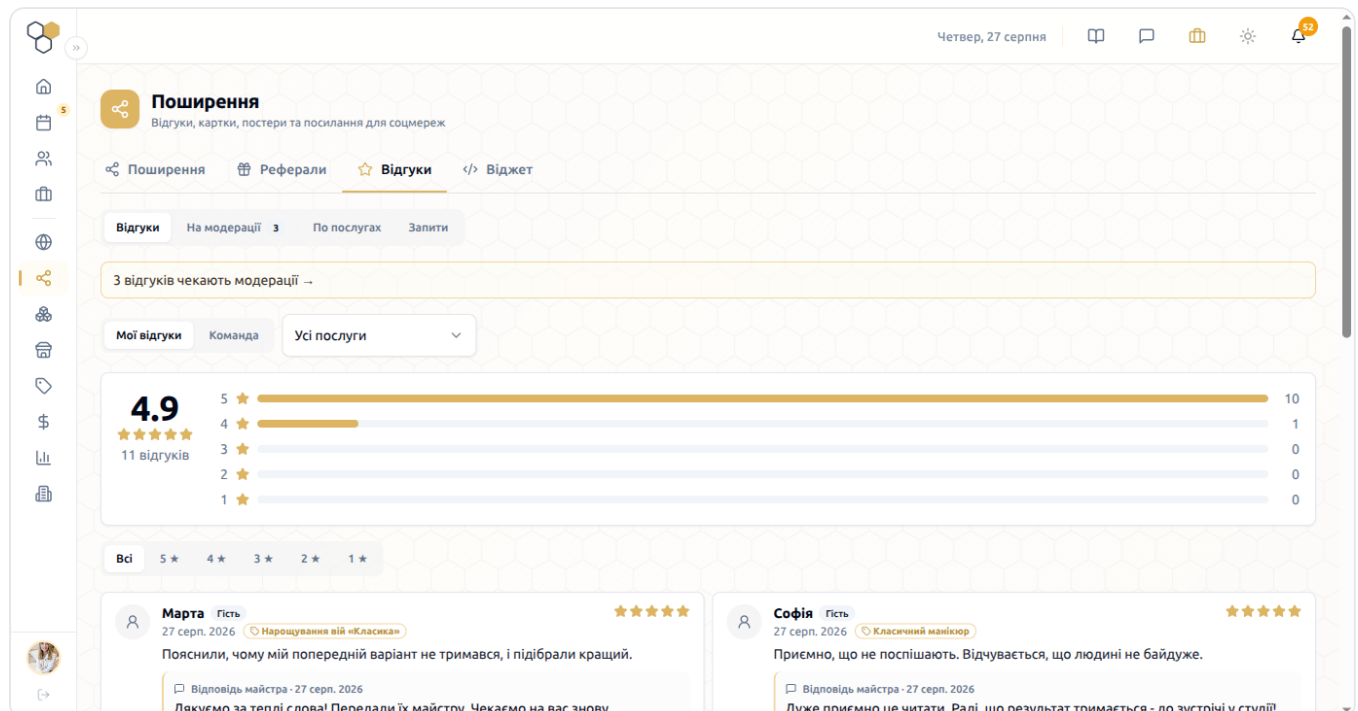
З картки візиту генерується персональне посилання або QR. Клієнту не треба реєструватися: він відкриває сторінку, ставить оцінку й за бажанням пише коментар.

Якщо клієнт має акаунт у застосунку, запит на відгук приходить йому сповіщенням автоматично.

Премодерація

Відгук не потрапляє на сторінку одразу. Він чекає у списку на підтвердження, і рішення за вами: опублікувати чи ні.

Це не про приховування критики. Це фільтр від випадкового: людина помилилась бізнесом, поставила оцінку не тій послугі або лишила коментар, який нічого не пояснює.



Скрин 14.1. Відгуки: опубліковані, на модераторі, з відповіддю

Відповідь на відгук

До кожного відгуку можна написати відповідь - вона показується під ним на публічній сторінці.

Відповідати варто не тільки на критику. Коротка відповідь на схвальний відгук показує, що зворотний зв'язок читають і на нього реагують.

Про стримані оцінки. Не приховуйте помірні відгуки: кілька зважених оцінок із коректною відповіддю виглядають достовірніше за однорідно високий рейтинг і знімають частину заперечень ще до візиту.

ЧАСТИНА ТРЕТЯ

Гроші під контролем

Скільки бізнес заробив, скільки витратив і що лишилось. І як зробити так, щоб частина оплати надходила ще до візиту.

Фінанси: доходи, витрати, прибуток

СИТУАЦІЯ

Здається, що місяць був хороший - людей багато, календар щільний. Але після оренди, виплат команді та закупівлі матеріалів на руках лишається менше, ніж очікували. Простежити, на що саме витрачено кошти, неможливо: витрати ніде не зведені.

Що робить розділ фінансів: доходи потрапляють туди самі із завершених візитів. Витрати ви вносите по категоріях. Прибуток по місяцях видно одразу, без зведення в таблиці.

Звідки береться дохід

Дохід створюється автоматично, вам не треба нічого вносити руками:

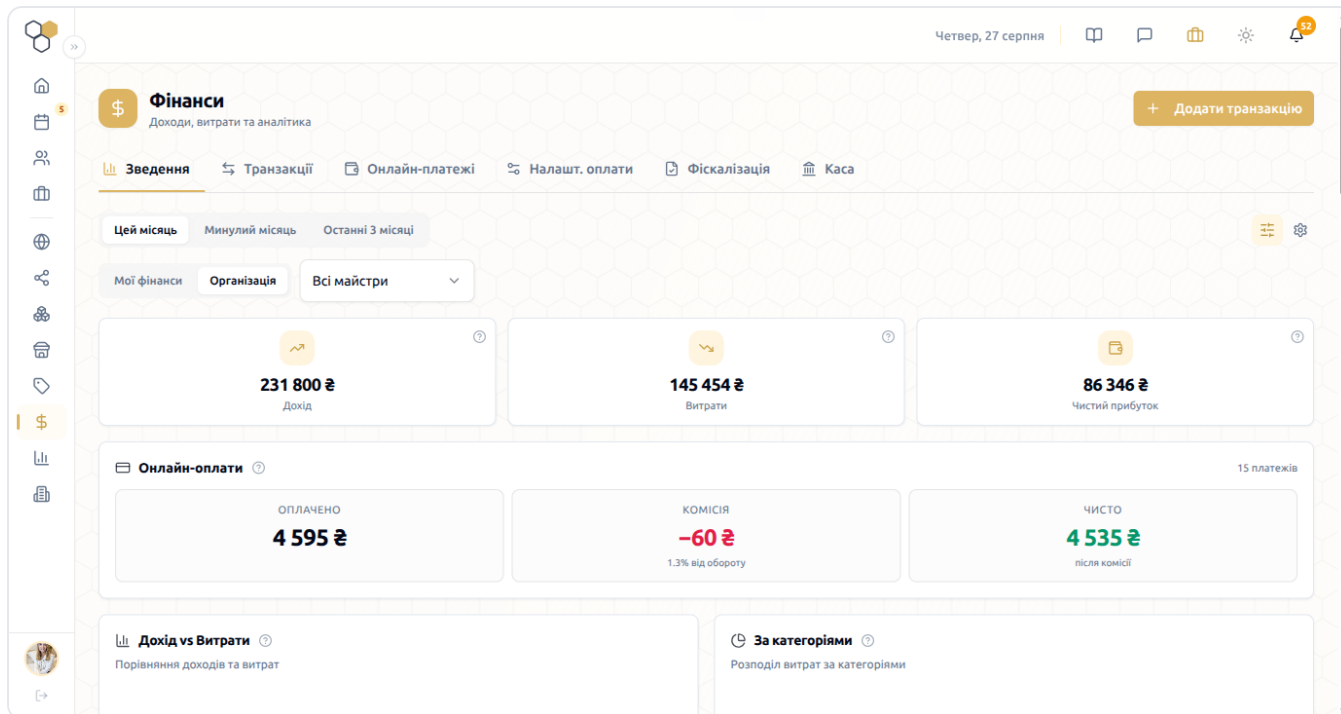
Категорія	Коли з'являється
Послуги	візит переведено в статус «Завершено»
Абонементи	абонемент продано клієнту
Сертифікати	подарунковий сертифікат оформлено
Чайові	клієнт залишив чайові онлайн

Спосіб оплати фіксується в момент завершення візиту: готівка, картка через термінал, онлайн, сертифікат або абонемент. Завдяки цьому наприкінці дня видно, скільки саме готівки має бути в касі.

Витрати

Фінанси → «Нова транзакція», тип «Витрата». Категорія обов'язкова - саме вона формує структуру витрат у звітах.

Категорія	Що сюди відносити
Оренда	приміщення, по кожній філії окремо через підкатегорію
Зарплата	виплати команді
Матеріали	закупівля витратних матеріалів
Комунальні послуги	електроенергія, інтернет, вода
Реклама	просування, друк, оформлення
Інше	ремонт, навчання, господарські дрібниці



Скрин 15.1. Фінанси: дохід, витрати й прибуток по місяцях

Що з цим робити

Коли є три повні місяці, з'являються відповіді на питання, які без обліку були здогадками:

- яка частка доходу йде на оренду і чи не завелика вона для другої філії;
- скільки коштують матеріали на одну процедуру й чи не час переглянути ціну;
- у якому місяці був провал і що саме в ньому просіло - кількість візитів чи середній чек.

Транзакції
Журнал транзакцій

Четвер, 27 серпня

+ Додати транзакцію

Транзакції | Онлайн-платежі

Всі типи | Дохід | Витрата

csv

Тип	Категорія	Дата	Сума
Сертифікати	Авто	27.08.2026 00:25:37	+3 800,00 грн
Сертифікат	9BPD2RKSGKBVGIGIOI0 від Марія Ткаченко		
Сертифікати	Авто	27.08.2026 00:25:37	+1 350,00 грн
Сертифікат	Y1BA7TYVNDXSM83RD7X9 від Богдана Стеценко		
Сертифікати	Авто	27.08.2026 00:25:37	+1 000,00 грн
Сертифікат	4CFU3B106CKPW7544LPT від Людмила Кравчук		
Сертифікати	Авто	27.08.2026 00:25:37	+2 000,00 грн
Сертифікат	3RMZBIEPYD8FEODSP248 від Олена Марчук		
Сертифікати	Авто	27.08.2026 00:25:37	+1 500,00 грн
Сертифікат	DC2L3DIFVU0ZF7X9QIQR від Сергій Лисенко		
Абонементи	Авто	27.08.2026 00:25:37	+2 600,00 грн
Абонемент	"Брови під ключ: 6 корекцій" для Вікторія Литвин		
Абонементи	Авто	27.08.2026 00:25:37	+2 600,00 грн
Абонемент	"Брови під ключ: 6 корекцій" для Марта Засць		

Скрин 15.2. Список транзакцій із фільтрами по типу й категорії

Регламент внесення. Великі регулярні платежі - оренду, виплати команді, комунальні - вносять одразу після оплати, дрібні накопичуйте й вносять раз на тиждень. Такої періодичності достатньо, щоб показник прибутку лишався достовірним.

Онлайн-оплати, передоплати та чайові

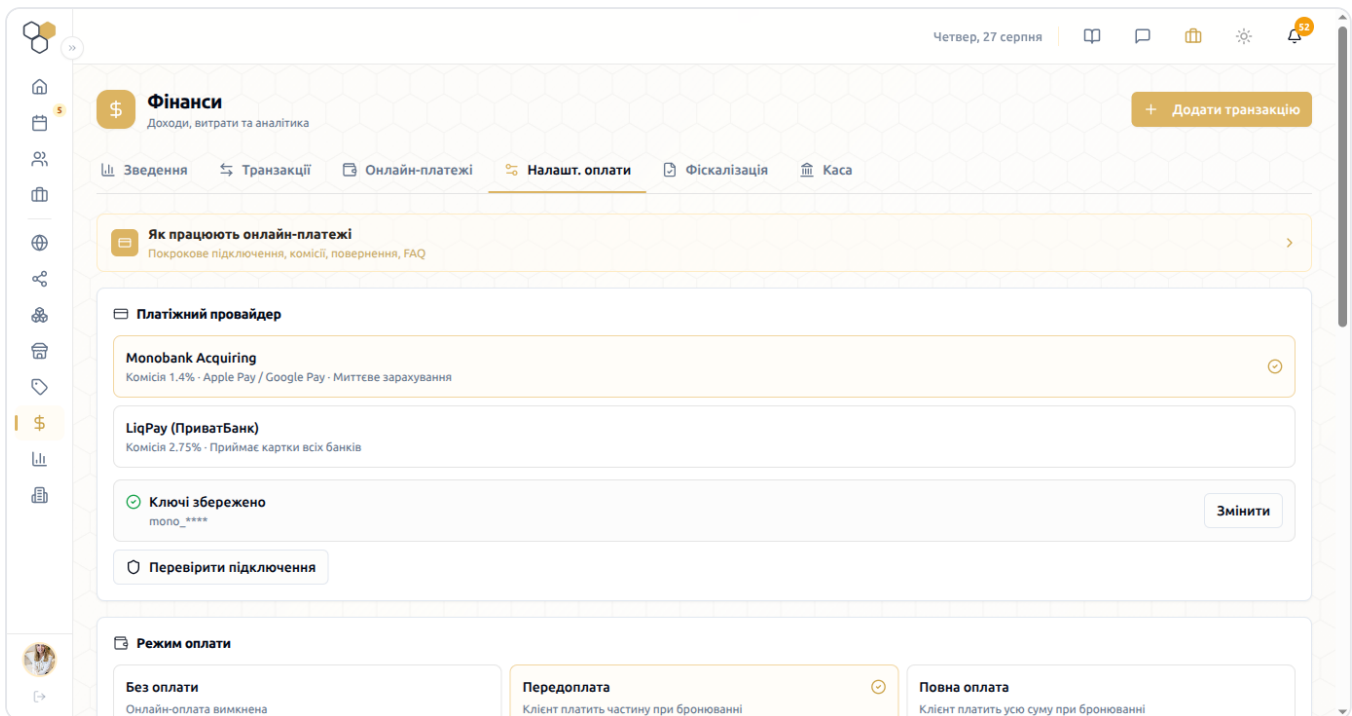
СИТУАЦІЯ

Клієнтка записалась на чотиригодинне фарбування й не прийшла. Пів дня простою, матеріали вже підготовані. Просити передоплату незручно - немає інструмента, а картку по телефону ніхто диктувати не буде.

Що робить онлайн-оплата: при записі клієнт одразу платить частину суми карткою. Той, хто заплатив, приходить. А якщо не прийде - ви хоча б не в мінусі за матеріали.

Підключення

Фінанси → вкладка «Налашт. оплати». Підтримуються **Monobank** та **LiqPay**. Потрібен ключ із кабінету обраного сервісу - далі БізХаб сам створює платіж і слідкує за його статусом.



Скрин 16.1. Підключення платіжного сервісу й правила передоплати

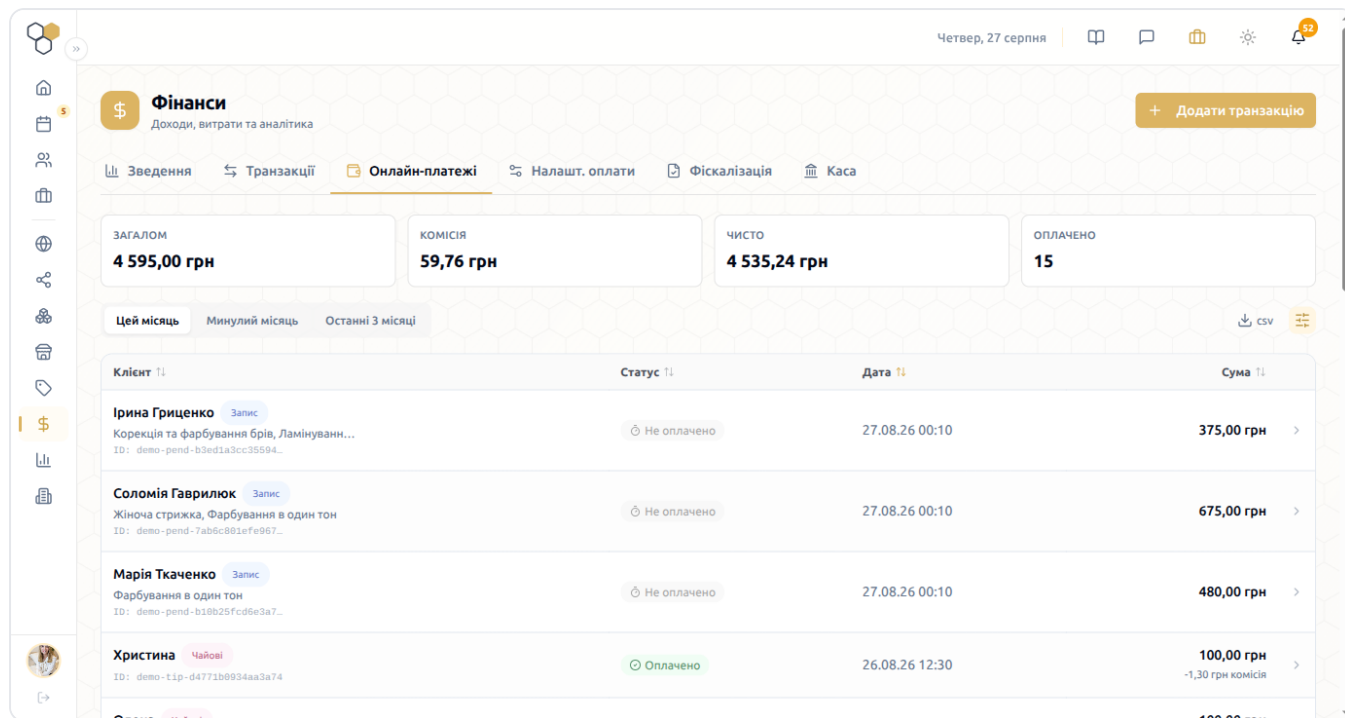
Скільки брати наперед

Режим	Коли підходить
Без оплати	усе на місці. Підходить, поки неявок мало
Передоплата	частина суми при записі, решта на місці. Робочий варіант для більшості
Повна оплата	уся сума наперед. Для дорогих і довгих процедур

Передоплата задається у відсотках або фіксованою сумою, з мінімальним порогом. У прикладі це 30% із мінімумом 150 грн: за манікюр клієнт платить наперед 225 грн, за складне фарбування - 1140 грн.

Правила повернення

Обов'язково заповніть текст правил повернення - його бачить клієнт перед оплатою. Формулювання типу «повертаємо повністю, якщо скасували не пізніше ніж за добу» знімає більшість суперечок ще до того, як вони виникли.



ЗАГАЛОМ	КОМІСІЯ	ЧИСТО	ОПЛАЧЕНО
4 595,00 грн	59,76 грн	4 535,24 грн	15

Клієнт	Статус	Дата	Сума
Ірина Гриценко Корекція та фарбування брів, Ламінуванн... ID: demo-pemd-b3ed1a3cc35594...	Не оплачено	27.08.26 00:10	375,00 грн
Соломія Гаврилюк Жіноча стрижка, Фарбування в один тон ID: demo-pemd-7ab5c881ef967...	Не оплачено	27.08.26 00:10	675,00 грн
Марія Ткаченко Фарбування в один тон ID: demo-pemd-b19b25fcd6e3a7...	Не оплачено	27.08.26 00:10	480,00 грн
Христина Чайові ID: demo-tip-d4771b0934aa3a74	Оплачено	26.08.26 12:30	100,00 грн -1,30 грн комісія

Скрин 16.2. Історія оплат зі статусами й комісією сервісу

Статуси оплат

Очікує	посилання створене, клієнт ще не заплатив
--------	---

Оплачено	кошти зараховано, візит підтверджений
----------	---------------------------------------

Протерміновано	клієнт не встиг оплатити у відведений час
----------------	---

Повернено	кошти повернені повністю або частково
-----------	---------------------------------------

У списку видно суму, комісію сервісу й те, що фактично надійшло вам. Комісія - це реальна вартість зручності, і краще бачити її одразу, ніж дивуватись наприкінці місяця.

Чайові

Після візиту клієнт може лишити чайові онлайн - окремою сумою, не змішаною з оплатою послуги. У фінансах вони йдуть окремою категорією й зараховуються тому, хто виконував роботу.

Вибіркове застосування. Передоплату доцільно вимагати для тривалих і дорогих процедур, а для коротких візитів постійних клієнтів лишати оплату на місці. Орієнтиром слугує історія неявок у картці клієнта.

Абонементи та подарункові сертифікати

СИТУАЦІЯ

Клієнтка ходить на манікюр раз на три тижні - але тільки поки нічого не відволікло. Варто пропустити один раз, і пауза розтягується на два місяці. Утримати її нічим: жодних зобов'язань з обох боків немає.

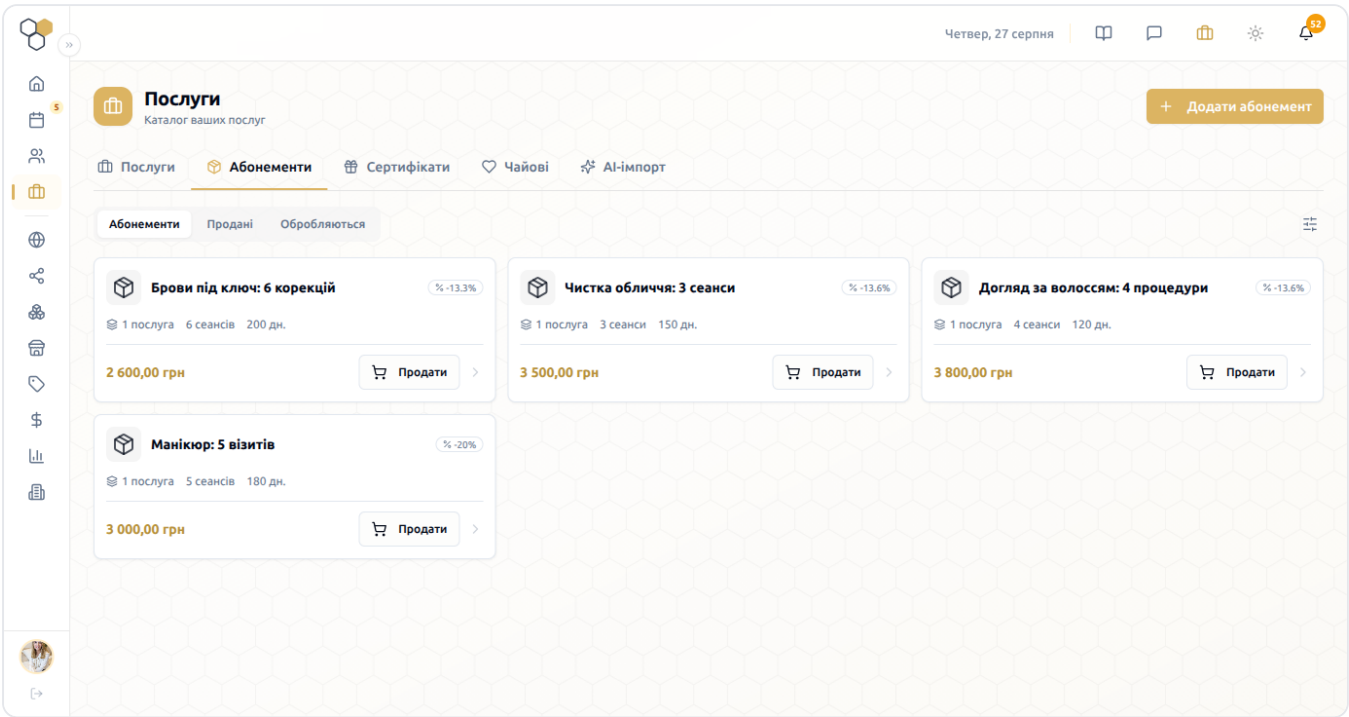
Що роблять абонементи: клієнт платить наперед за кілька візитів зі знижкою. Гроші у вас одразу, а людина повертається, бо в неї лишились оплачені сеанси.

Створення абонементу

Послуги → вкладка «Абонементи» → «Додати абонемент». Задаються: назва, послуги що входять, кількість сеансів, ціна пакета й термін дії в днях.

Абонемент	Сеансів	Ціна	Термін
Манікюр: 5 візитів	5	3000 грн	180 днів
Догляд за волоссям: 4 процедури	4	3800 грн	120 днів
Чистка обличчя: 3 сеанси	3	3500 грн	150 днів

Термін дії важливий: без нього абонемент перетворюється на безстроковий борг перед клієнтом. Пів року - розумний орієнтир для більшості напрямків.



Скрин 17.1. Абонементи й продані пакети із залишком сеансів

Продаж і списання

Абонемент продається з картки клієнта або зі списку абонементів. Одразу після продажу сума потрапляє в доходи категорією «Абонементи».

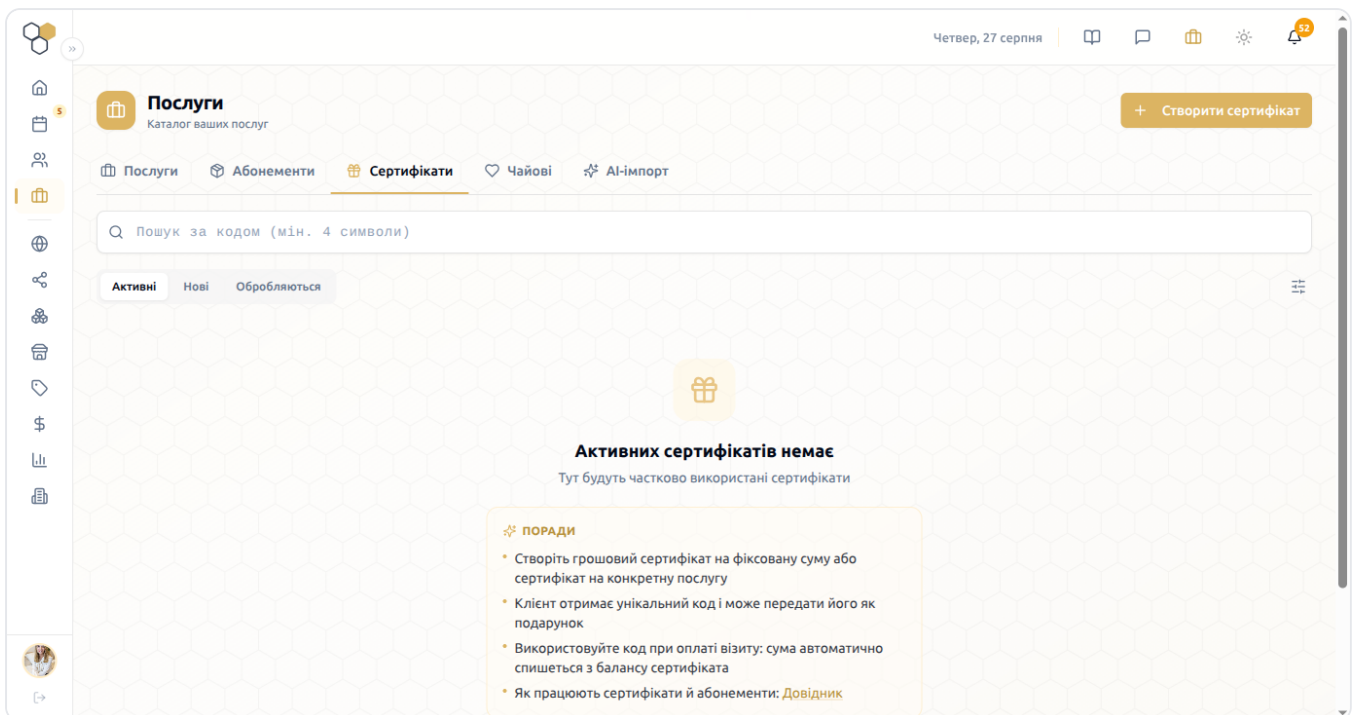
Далі сеанси списуються під час візитів: або вручну однією кнопкою, або автоматично при завершенні запису. У картці клієнта завжди видно, скільки лишилось і до якої дати.

Подарункові сертифікати

Сертифікат - це інший сценарій: платить одна людина, приходять інші. Це найпростіший спосіб отримати нового клієнта, за якого вже заплатили.

- **На суму** - фіксований номінал, витрачається за кілька візитів, залишок зберігається.
- **На послугу** - конкретна процедура, згорає після використання.

Вказуються ім'я отримувача, покупець, термін дії та особисте побажання - воно друкується на самому сертифікаті.



Скрин 17.2. Сертифікати: тип, номінал, отримувач і статус

Сезонність. Основний попит на сертифікати припадає на передсвяткові періоди. Плануйте нагадування в соцмережах приблизно за два тижні до дати - саме тоді формується попит на готові подарункові рішення.

Аналітика

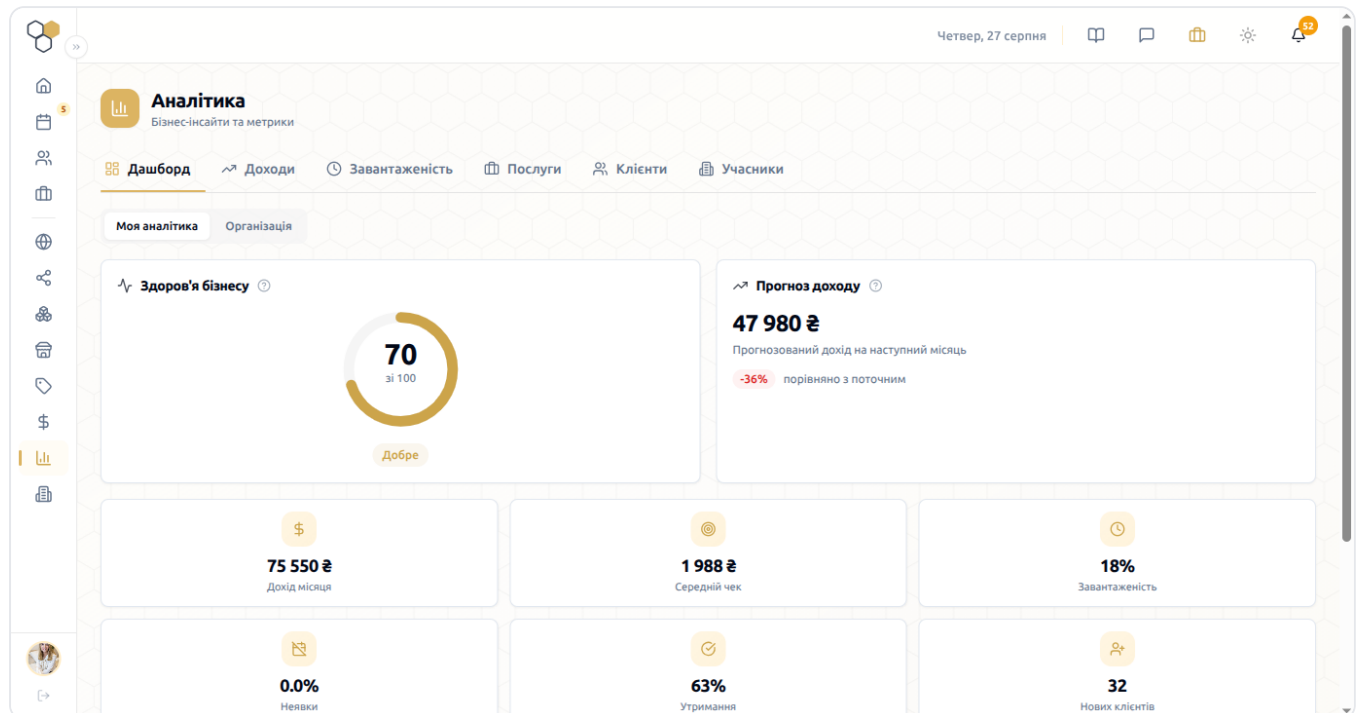
СИТУАЦІЯ

Рішення приймаються на відчуттях: здається, що вівторок порожній, а фарбування приносить найбільше. Через півроку виявляється, що вівторок нормальний, а найбільше грошей дає напрямок, у який ви майже не вкладались.

Що робить аналітика: показує, які послуги приносять дохід, як заповнені дні й години, скільки клієнтів повертається. Це переводить «мені здається» у цифри.

На що дивитись у першу чергу

Показник	Яке рішення підказує
Дохід за напрямками	куди вкладати час і рекламу, а що прибрати з каталогу
Завантаженість по днях і годинах	коли ставити акцію, а коли скорочувати зміну
Повернення клієнтів	чи ростете ви, чи просто міняєте одних людей на інших
Середній чек	чи працює пропозиція додаткових послуг
Неявки та скасування	чи час вмикати передоплату



Скрин 18.1. Аналітика: динаміка, напрямки, завантаженість

Оцінюйте динаміку, а не абсолютні значення. Сума за місяць сама собою не інформативна. Приріст доходу за незмінної кількості візитів означає зростання середнього чека - і саме цей зв'язок варто аналізувати далі.

Фіскалізація (ПРРО)

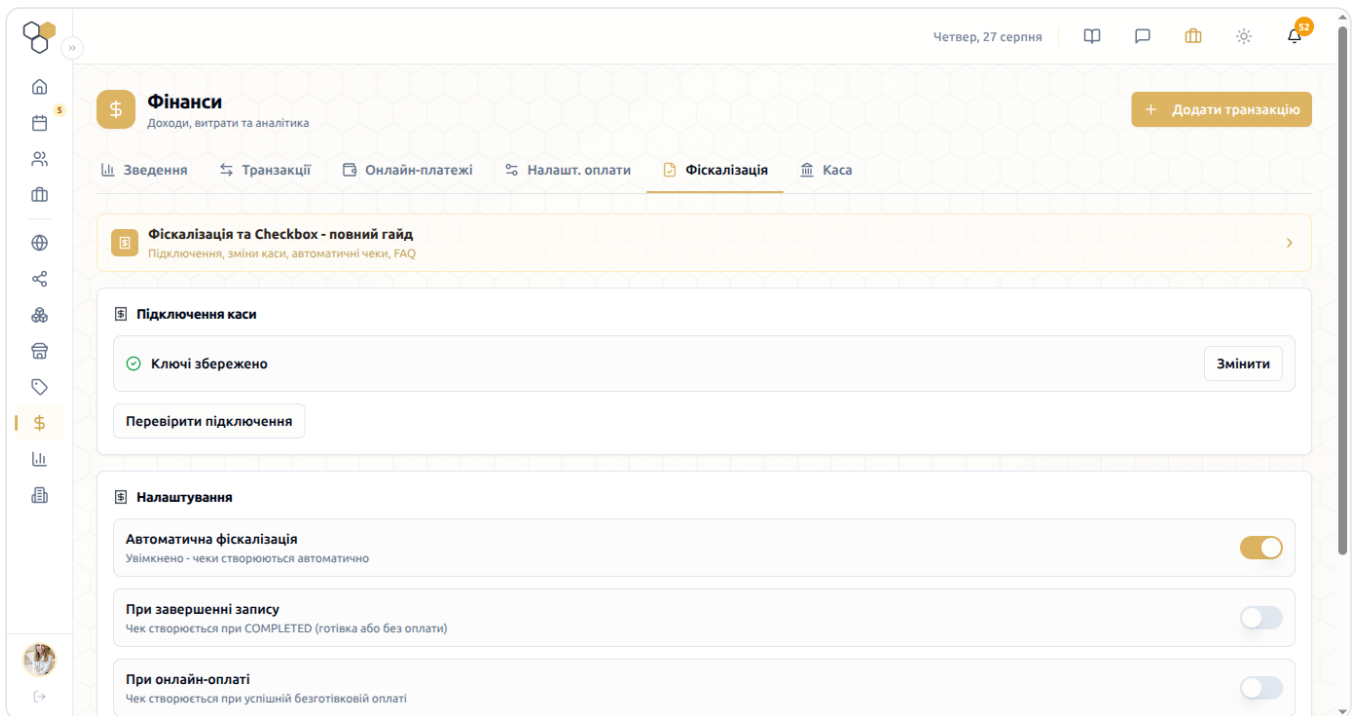
СИТУАЦІЯ

Ви зобов'язані видавати фіскальні чеки. Окрема програма ПРРО живе поруч із записами, і кожен чек доводиться пробивати руками, повторно вводячи суму й спосіб оплати. Наприкінці зміни цифри в двох системах не збігаються.

Що робить фіскалізація в БізХаб: чек формується з уже завершеного візиту - сума, склад послуг і спосіб оплати беруться звідти. Дані вводяться один раз.

Підключення

Фінанси → вкладка «Фіскалізація». Використовується сервіс **Checkbox**. Потрібні ліцензійний ключ і дані касира з вашого кабінету ПРРО.



Скрин 19.1. Підключення ПРРО та правила видачі чеків

Режими видачі чека

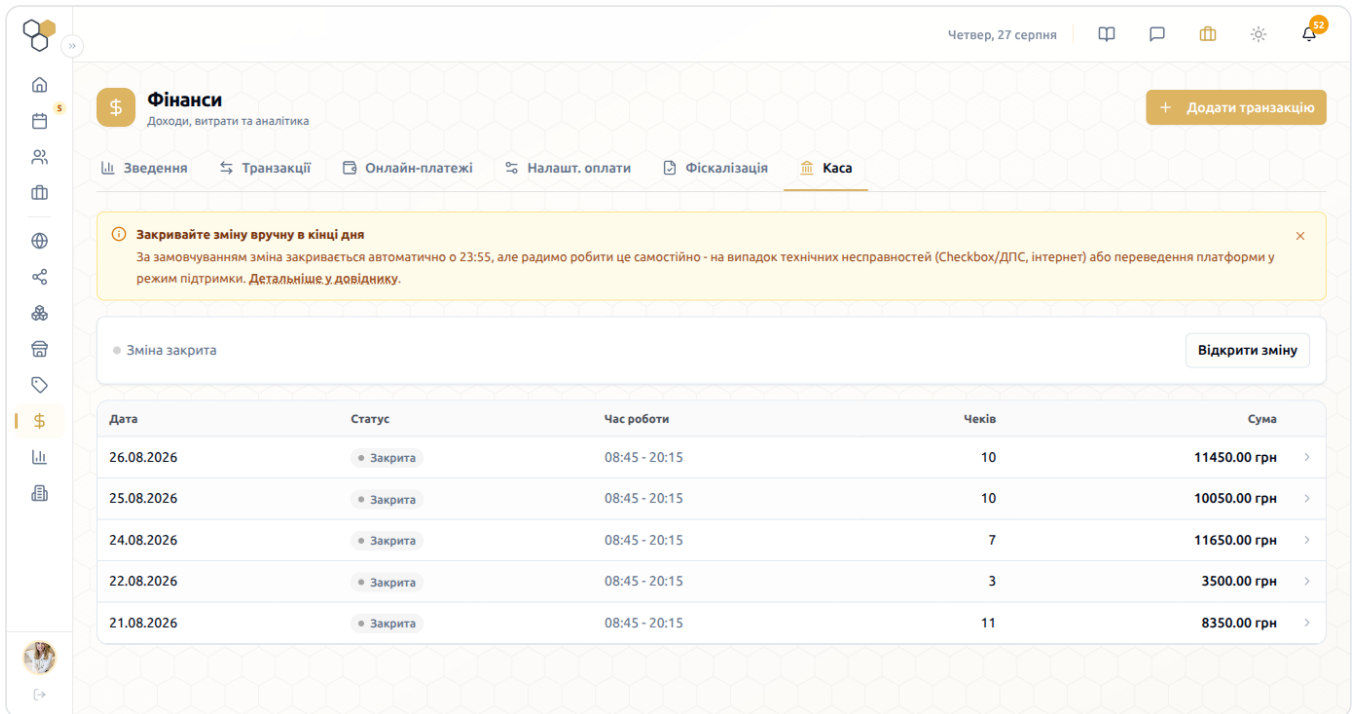
- **Автоматично при завершенні візиту** - чек формується сам, щойно ви закрили запис.
- **Автоматично при оплаті** - прив'язується до онлайн-оплати.
- **Вручну** - ви самі вирішуєте, на які візити видавати чек.

Окремо вмикається автоматичне відкриття зміни: тоді перший чек дня відкриває її сам, і про це не треба пам'ятати.

Зміни та чеки

Зміни й чеки живуть на вкладці *Фінанси* → «Каса». Робочий день у ПРРО - це зміна: відкрилась зранку, закрилась увечері Z-звітом. По кожній зміні видно кількість чеків, загальну суму й розбивку на готівку та безготівку.

Кожен чек має фіскальний номер і посилання на його електронну версію - його можна надіслати клієнту. Повернення оформлюється окремим чеком, прив'язаним до початкового.



Четвер, 27 серпня

Фінанси
Доходи, витрати та аналітика

+ Додати транзакцію

Зведення Транзакції Онлайн-платежі Налашт. оплати Фіскалізація **Каса**

Закривайте зміну вручну в кінці дня
За замовчуванням зміна закривається автоматично о 23:55, але радимо робити це самостійно - на випадок технічних несправностей (Checkbox/ДПС, інтернет) або переведення платформи у режим підтримки. Детальніше у довіднику.

Зміна закрита Відкрити зміну

Дата	Статус	Час роботи	Чеків	Сума
26.08.2026	Закрита	08:45 - 20:15	10	11450.00 грн >
25.08.2026	Закрита	08:45 - 20:15	10	10050.00 грн >
24.08.2026	Закрита	08:45 - 20:15	7	11650.00 грн >
22.08.2026	Закрита	08:45 - 20:15	3	3500.00 грн >
21.08.2026	Закрита	08:45 - 20:15	11	8350.00 грн >

Скрин 19.2. Зміни з Z-звітами та розбивкою готівка / безготівка

Важливо: БізХаб передає дані у ваш ПРРО, але не замінює його й не бере на себе податкові зобов'язання. Правильність налаштування каси, реєстрація касира й подання звітності лишаються за вами або вашим бухгалтером.

ЧАСТИНА ЧЕТВЕРТА

Коли бізнес росте

Ви перестали справлятися самі: узяли людину в команду, відкрили другу філію, почали закуповувати матеріали ящиками. З цього моменту потрібні інструменти, які тримають разом кількох людей і кілька адрес - щоб записи не накладались, кожен бачив свій графік, а витратні матеріали не закінчувались посеред процедури.

Команда і графік змін

СИТУАЦІЯ

У залі три людини. Хто коли працює - записано в чаті, змінюється щотижня і не збігається з тим, що ви кажете клієнтам по телефону. Хтось узяв відпустку, а записи на ці дні вже стоять. Наприкінці місяця незрозуміло, хто скільки приніс.

Що робить розділ команди: у кожної людини свій календар, свій графік змін і свій набір послуг. Записи не потрапляють на вихідний, а дохід рахується окремо по кожному.

Запрошення в команду

Розділ «Команда» → «Запросити». Вкажіть ім'я та email - людина отримає лист і створить пароль сама. Послуги й ціни організації їй одразу доступні, а налаштування бізнесу - ні. Клієнтська база в кожного своя: учасник бачить тих, кого обслуговує сам, а зведений список усієї команди лишається у вас на вкладці *Клієнти* → *Команда*.

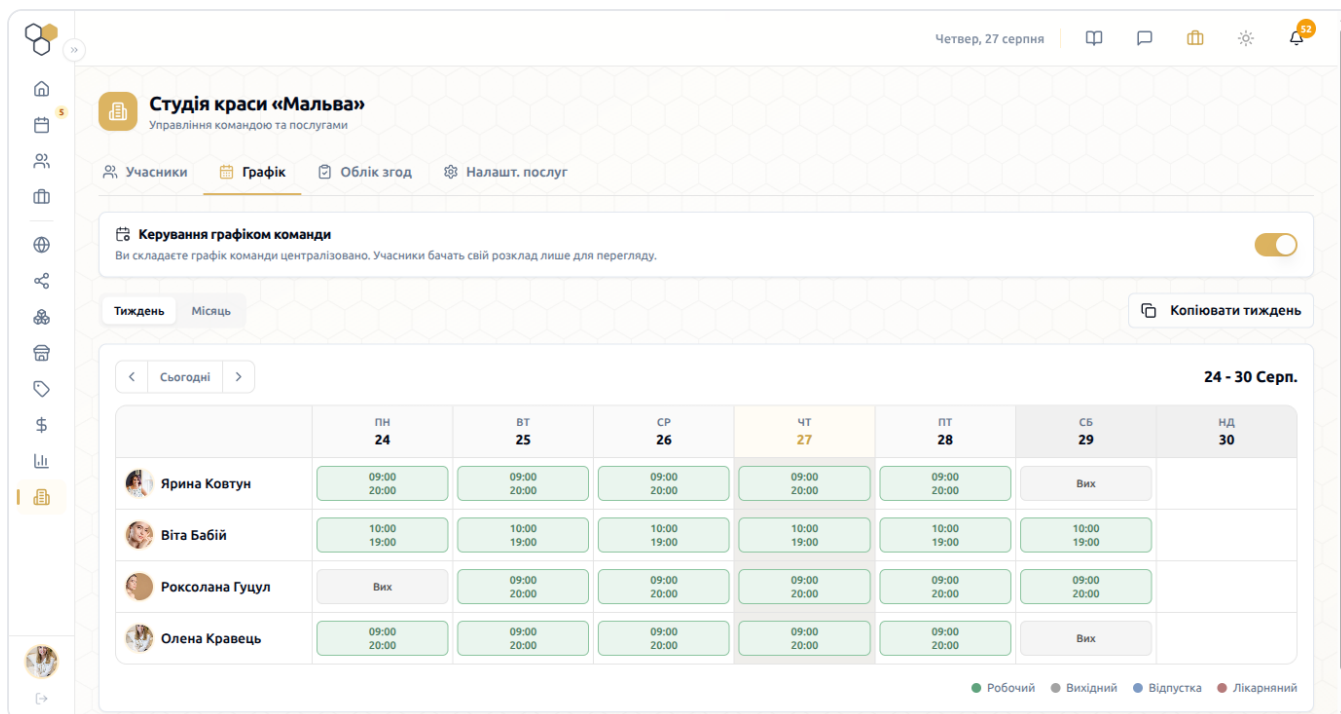
The screenshot shows the 'Studio of Beauty Malva' management interface. At the top, there's a header with the studio name and a 'Запросити учасника' button. Below the header, there are five summary cards: 56 Clients, 11 Bookings today, 231 800,00 UAH Monthly income, 4 Active masters, and 4.8 (41) Team rating. Below these cards is a table of team members.

Учасник	Email	Локація	Роль	Статус
Ярина Ковтун	malva.yaryna@beezhub.test	Мальва на Подолі	Учасник	Активний
Віта Бабій	malva.vita@beezhub.test	Мальва на Оболоні	Учасник	Активний
Роксолана Гуцул	malva.roksolana@beezhub.test	Мальва на Подолі	Учасник	Активний
Олена Кравець	beezhubcloud+demo@gmail.com	-	Власник	Активний

Скрин 20.1. Склад команди з ролями та статусами

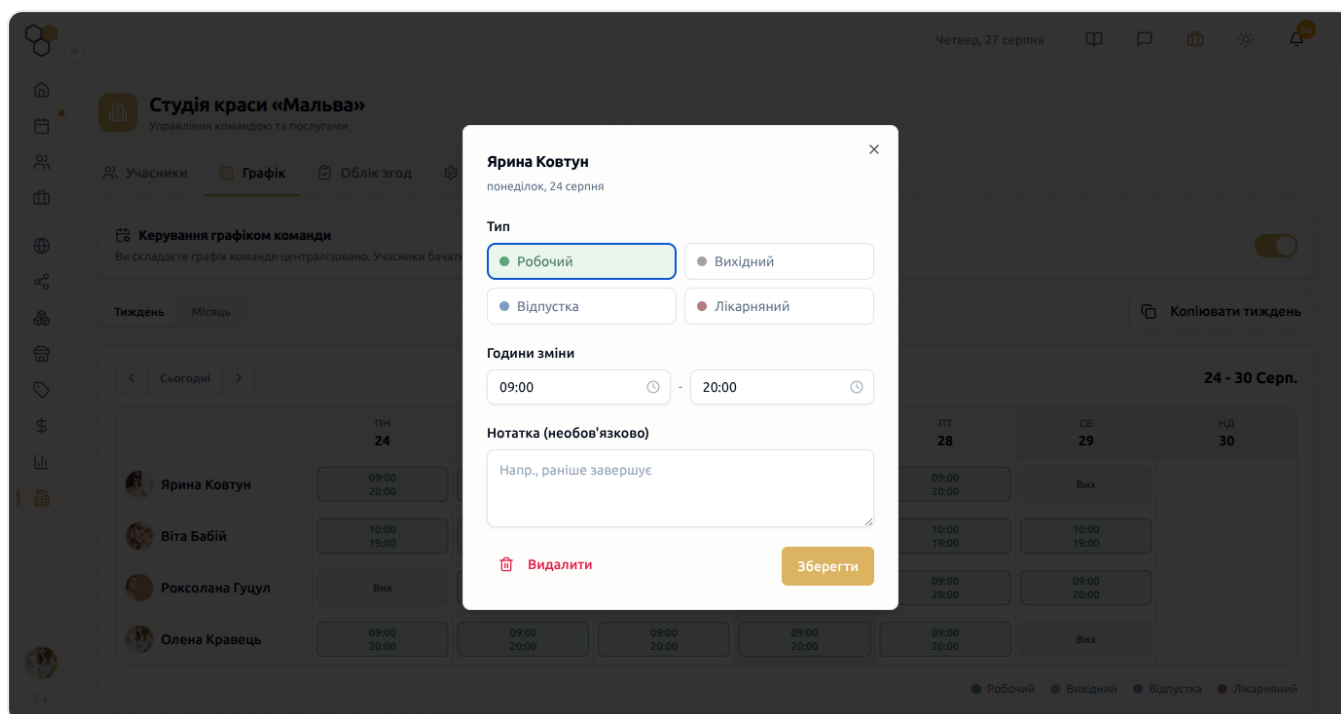
Хто що робить

Відкрийте послугу організації й знайдіть блок «Призначення учасникам». Це не формальність: коли клієнт обирає «манікюр», система пропонує час лише тих людей, яким ця послуга призначена і які працюють у вибраній філії.



Скрин 20.3. Тижневий графік команди з вихідними та відпусткою

Клік по клітинці відкриває вікно редагування дня: тип зміни, години й нотатка на кшталт «раніше завершує».

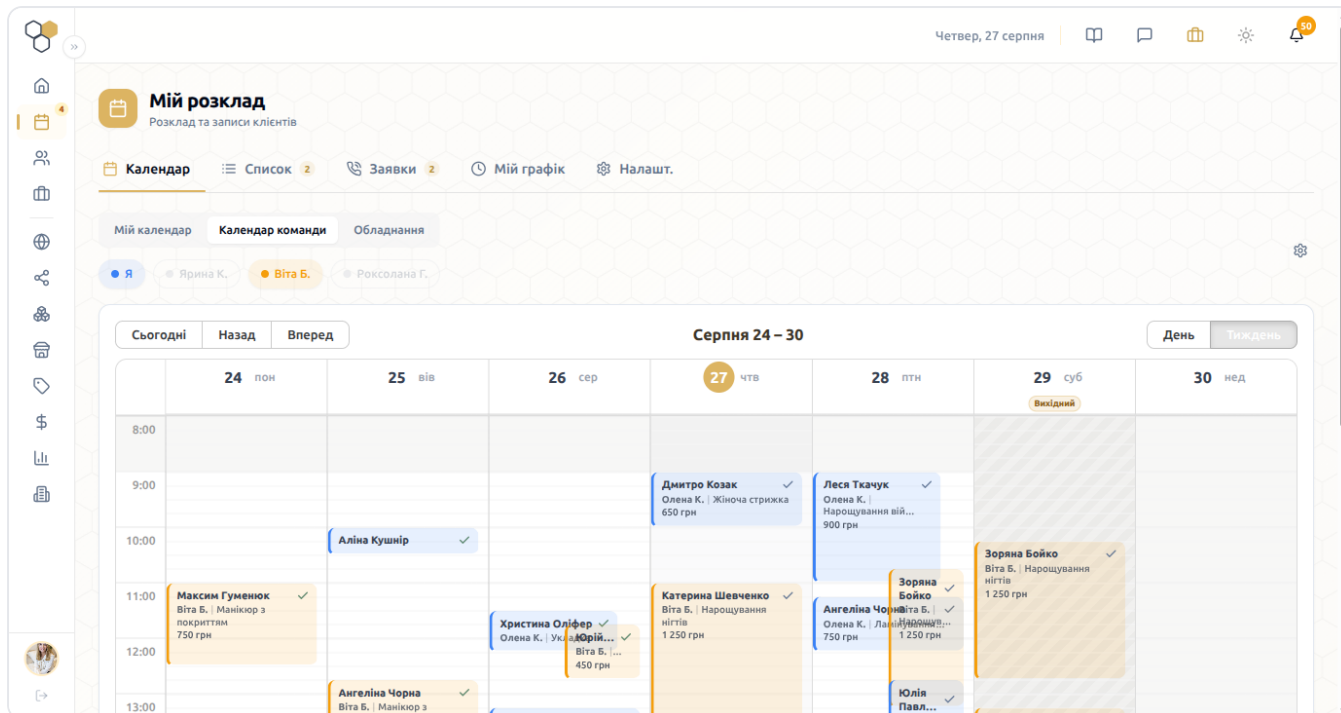


Скрин 20.4. Вікно редагування одного дня у графіку

Вплив на онлайн-запис. Графік змін безпосередньо визначає доступні години у формі запису. Позначена відпустка або лікарняний одразу закривають ці дні для запису - додаткових дій не потрібно.

Два календарі

- **Мій календар** - тільки ваші власні візити. Тут ви працюєте щодня.
- **Календар команди** - усі люди поруч, кожна кольоровою колонкою. Видно, у кого густо, а в кого вікно, і кому можна віддати термінового клієнта.



Друга філія

СИТУАЦІЯ

Ви відкрили другу філію. Вона працює з іншої години, там інший набір послуг і своя людина в залі. Спільний календар одразу перестає бути зрозумілим: клієнта записали на адресу, де потрібної послуги немає, а хтось прийшов до відчинення.

Що дає окрема філія: кожна адреса отримує власні години, власний перелік послуг і власну команду. Клієнт при записі спершу обирає філію і далі бачить лише те, що там реально доступно.

Крок 1. Додати філію

Профіль → Локації → «Додати локацію». Вкажіть назву, адресу, телефон і короткий опис. Мітку на карті система підставить з адреси.

Години задаються так само, як ви робили це для першої філії в розділі 05 - але вже свої для кожної адреси.

Філія

Графік

Мальва на Подолі

пн-пт 09:00-20:00, сб 10:00-18:00, нд вихідний

Мальва на Оболоні

пн-пт 10:00-19:00, сб 10:00-17:00, нд вихідний

Четвер, 27 серпня

Профіль
Керуйте своїм профілем та налаштуваннями

Профіль | Контакти | Бізнес | **Локації** | Мій план | Безпека | Сповіщення

Філії вашого бізнесу - адреса, контакти, графік роботи та працівники кожної.

[+ Додати локацію](#)

Локація	Адреса	Працівники	Телефон	Активна
Мальва на Подолі	Київ, вул. Кирилівська, 15	2	+380671102030	☒
Мальва на Оболоні	Київ, просп. Оболонський, 26	1	+380671102031	☒

Скрин 21.1. Дві філії з різними адресами й окремими годинами

Крок 2. Хто де працює

У картці філії є блок **«Працівники»**: позначте, хто приймає на цій адресі. Кожна людина закріплена за однією філією - вибір тут переміщує її.

Якщо у когось графік вужчий за години філії, це задається в графіку змін (розділ 20). Система завжди бере перетин: філія відчинена і людина працює.

Крок 3. Які послуги де надаються

Не всі послуги доступні на всіх адресах: на другій філії може не бути кабінету для догляду за обличчям. У картці послуги вкажіть філії, де вона надається - і вона зникне з форми запису на інших адресах.

У прикладі 13 послуг доступні в обох філіях, ще 12 лише на Подолі - там є окремий кабінет і відповідне обладнання.

Вигляд для клієнта. У формі запису додається перший крок - вибір адреси. Перелік послуг, вільні години й доступні спеціалісти далі відповідають лише обраній філії.

Групові записи

СИТУАЦІЯ

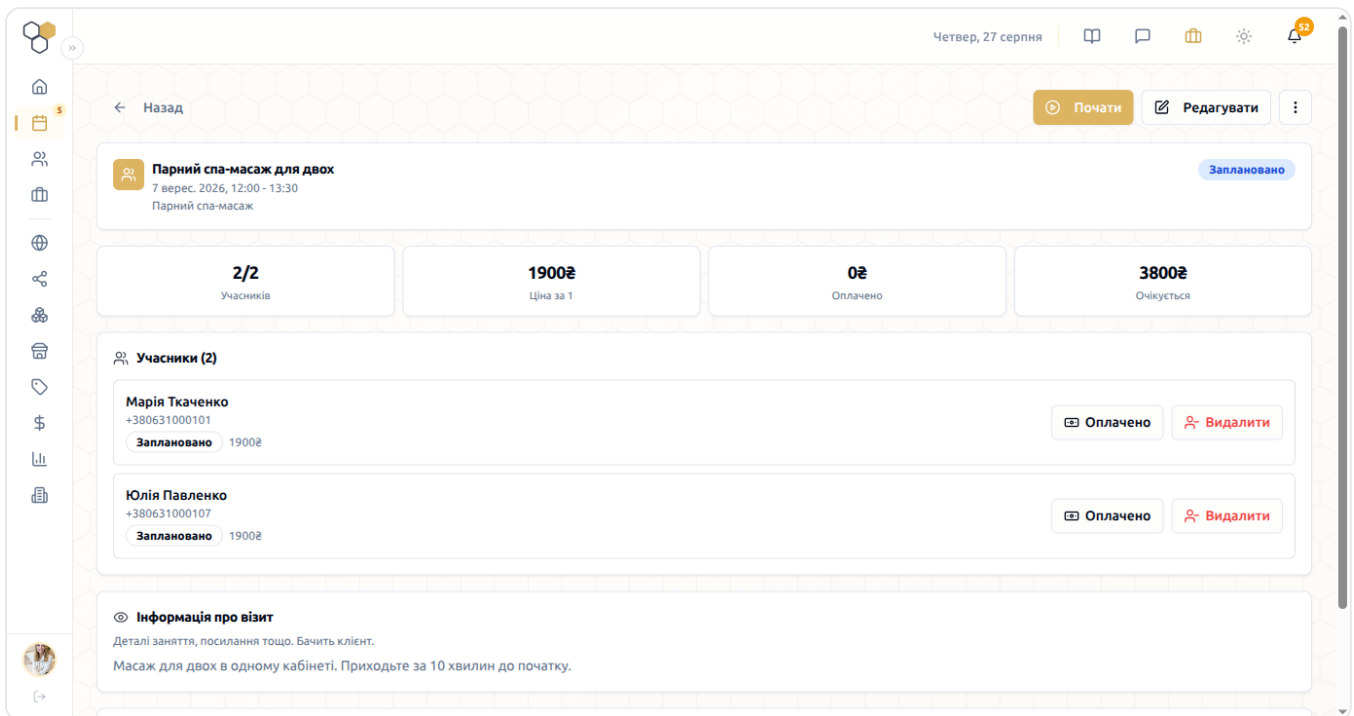
Ви проводите заняття або приймаєте кількох людей одночасно. У звичайному календарі це або один запис, у якому «десь там ще двоє», або три окремі записи на той самий час, які система вважає накладенням.

Що робить груповий запис: один час у календарі, кілька учасників, у кожного власний статус і власна оплата. Видно, скільки місць зайнято й скільки лишилось.

Створення

Новий запис → Груповий. Крім часу й послуги задаються:

- **Мінімум і максимум учасників** - мінімум потрібен, щоб розуміти, чи захід узагалі відбудеться.
- **Учасники** - можна додати одразу зі своєї бази.
- **Опис для клієнтів** - те, що побачать люди, коли захід опублікований.



Скрин 22.1. Груповий запис: учасники, місця, статуси

Публікація і заявки на приєднання

Опублікований захід видно клієнтам у їхньому кабінеті, і вони можуть подати заявку на вільне місце. Заявки або підтверджуєте ви, або вони приймаються автоматично - це вмикається в самому заході.

Видимість налаштовується: **усім клієнтам** або **лише за тегамі**. Другий варіант зручний для закритих заходів - наприклад, тільки для VIP-гостей.

Оплата в групі

Кожен учасник оплачує окремо, і статус у кожного свій. Один може прийти, другий - ні, третій оплатив наперед. Дохід рахується за фактичними учасниками, а не за самим заходом.

Приклад з практики: парна процедура для двох. Один час, два учасники, дві окремі оплати. Якщо для неї потрібні два робочих місця, вкажіть це в обладнанні (розділ 23) - і система не дасть поставити на цей час когось третього.

Склад і обладнання

СИТУАЦІЯ

Барвник закінчився посеред процедури. Або друга людина сідає до єдиної мийки в той самий час, що й перша. Обидві ситуації вирішуються бігом і вибаченнями, хоча їх можна було передбачити.

Що робить інвентар: матеріали мають залишок і мінімальний поріг, після якого система попереджає. Обладнання має місткість і бронюється разом із записом - двічі на один прилад записатися не вийде.

Матеріали

Інвентар → *Матеріали*. Для кожної позиції: назва, категорія, одиниця виміру, залишок, мінімальний залишок, ціна закупівлі й постачальник.

Коли залишок падає нижче мінімального, позиція підсвічується. Це відповідь на питання «що треба замовити» без ревізії шухляд.

The screenshot displays the 'Інвентар' (Inventory) section, which manages materials and equipment. At the top, there are four summary cards: '14 Матеріалів' (Materials), '1 Низький залишок' (Low stock), '5 Обладнання' (Equipment), and '4 481 545 ₴ Вартість активів' (Value of assets). Below these, a yellow box highlights 'Потребує уваги (1)' (Needs attention (1)) with a specific item: 'Топ без липкого шару, 15 мл' (Glueless top, 15 ml) with a low stock warning. The main table lists materials with columns for Name, Category, Stock, Price, and Actions.

Назва	Категорія	Залишок	Ціна	Дії
Альгінатна маска, 500 г	Обличчя	1500 г Норма	520 ₴	↑ ↓
База каучукова, 15 мл	Нігті	5 шт Мало	340 ₴	↑ ↓
Барвник для брів	Брови та вій	9 шт Норма	175 ₴	↑ ↓

Скрин 23.1. Матеріали із залишками й попередженнями

Обладнання, яке бронюється

Обладнання - це не витратний матеріал, а ресурс, який зайнятий на час процедури. Для нього вказується **місткість**: скільки одиниць у вас фізично є.

Далі обладнання прив'язується до послуг, які його потребують. Після цього система сама бронює прилад на час візиту й не дасть записати більше людей, ніж є одиниць.

Обладнання	Місткість	Потрібне для
Мийка для волосся	2	фарбування, тонування, догляд
Крісло-кушетка	1	чистка обличчя, пілінг, масаж
Манікюрний стіл	2	манікюр, нарощування
Педикюрне крісло	1	педикюр

Інвентар
Матеріали та обладнання

Четвер, 27 серпня

+ Додати

14 Матеріалів

1 Низький залишок

5 Обладнання

4 481 545 ₴ Вартість активів

Потребує уваги (1)

Топ без липкого шару, 15 мл
Низький залишок

3 / 4

Матеріали Обладнання Звіти

Пошук...

Усі категорії

Усі стани

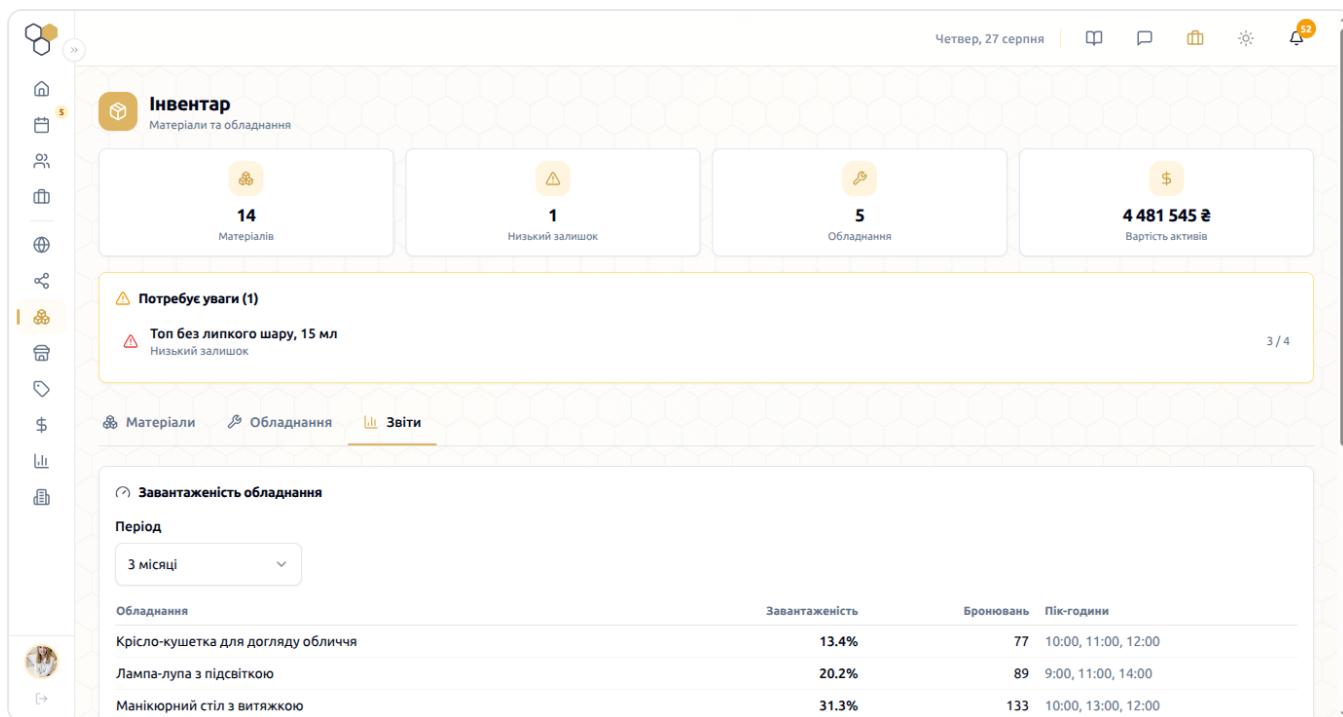
csv

Назва	Категорія	Статус	К-ть	Ціна
Крісло-кушетка для догляду обличчя	Обладнання	Працює	1	24000 ₴
Лампа-лупа з підсвіткою	Обладнання	Працює	2	6800 ₴
Манікюрний стіл з витяжкою	Обладнання	Працює	2	15400 ₴

Скрин 23.2. Обладнання з місткістю та прив'язкою до послуг

Завантаженість

Вкладка «Звіти» показує завантаженість кожної одиниці обладнання й пікові години. Ці дані дають підставу для рішення про закупівлю додаткового обладнання: якщо завантаженість стабільно висока, розширення об'єкту обслуговування.



Скрин 23.3. Завантаженість обладнання за три місяці з піковими годинами

Вітрина товарів

СИТУАЦІЯ

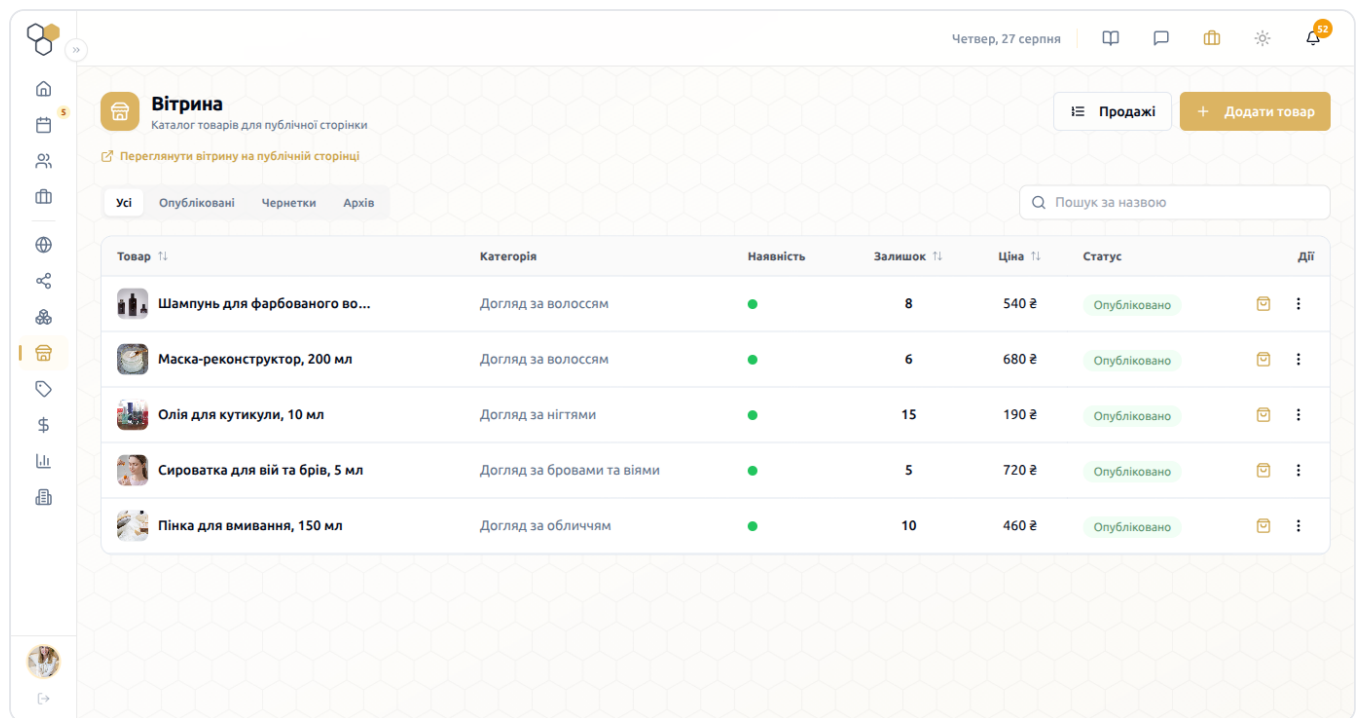
Ви радите клієнтці засіб для домашнього догляду. Вона киває, виходить і купує щось інше в найближчому магазині - бо там під рукою. А у вас цей засіб стоїть на полиці, просто про нього ніхто не знає.

Що робить вітрина: товари з фото й цінами показуються на публічній сторінці окремим блоком. Людина бачить їх ще до візиту, а після процедури вже знає, що спитати.

Додавання товару

Розділ «Вітрина» → «Додати товар». Вкажіть назву, опис, ціну, категорію та кількість. Товар з'являється публічно лише після натискання «Опублікувати».

Опис варто писати як пораду, а не як анотацію виробника: коли застосовувати, як часто, чому ви це радите саме після своєї процедури.



The screenshot shows a web application interface for a storefront. At the top, there's a header with the date 'Четвер, 27 серпня' and several icons. Below the header, the main section is titled 'Вітрина' (Storefront) with a subtitle 'Каталог товарів для публічної сторінки'. There are buttons for 'Продажі' (Sales) and 'Додати товар' (Add product). A search bar is present with the placeholder 'Пошук за назвою'. Below the search bar, there are tabs for 'Усі' (All), 'Опубліковані' (Published), 'Чернетки' (Drafts), and 'Архів' (Archive). The main content area displays a table of published products.

Товар	Категорія	Наявність	Залишок	Ціна	Статус	Дії
Шампунь для фарбованого во...	Догляд за волоссям	●	8	540 ₴	Опубліковано	
Маска-реконструктор, 200 мл	Догляд за волоссям	●	6	680 ₴	Опубліковано	
Олія для кутикули, 10 мл	Догляд за нігтями	●	15	190 ₴	Опубліковано	
Сироватка для вій та брів, 5 мл	Догляд за бровами та віями	●	5	720 ₴	Опубліковано	
Пінка для вмивання, 150 мл	Догляд за обличчям	●	10	460 ₴	Опубліковано	

Скрин 24.1. Вітрина з опублікованими товарами

Продажі

Продаж оформлюється з розділу вітрини: обираєте товар і клієнта. Кількість зменшується автоматично, а сума потрапляє в доходи.

Обсяг вітрини. Оптимальний асортимент - п'ять-сім позицій, які ви застосовуєте в роботі й можете аргументовано порекомендувати. Широкий каталог ускладнює вибір і знижує довіру до рекомендації.

Візитівка, віджет і поширення

СИТУАЦІЯ

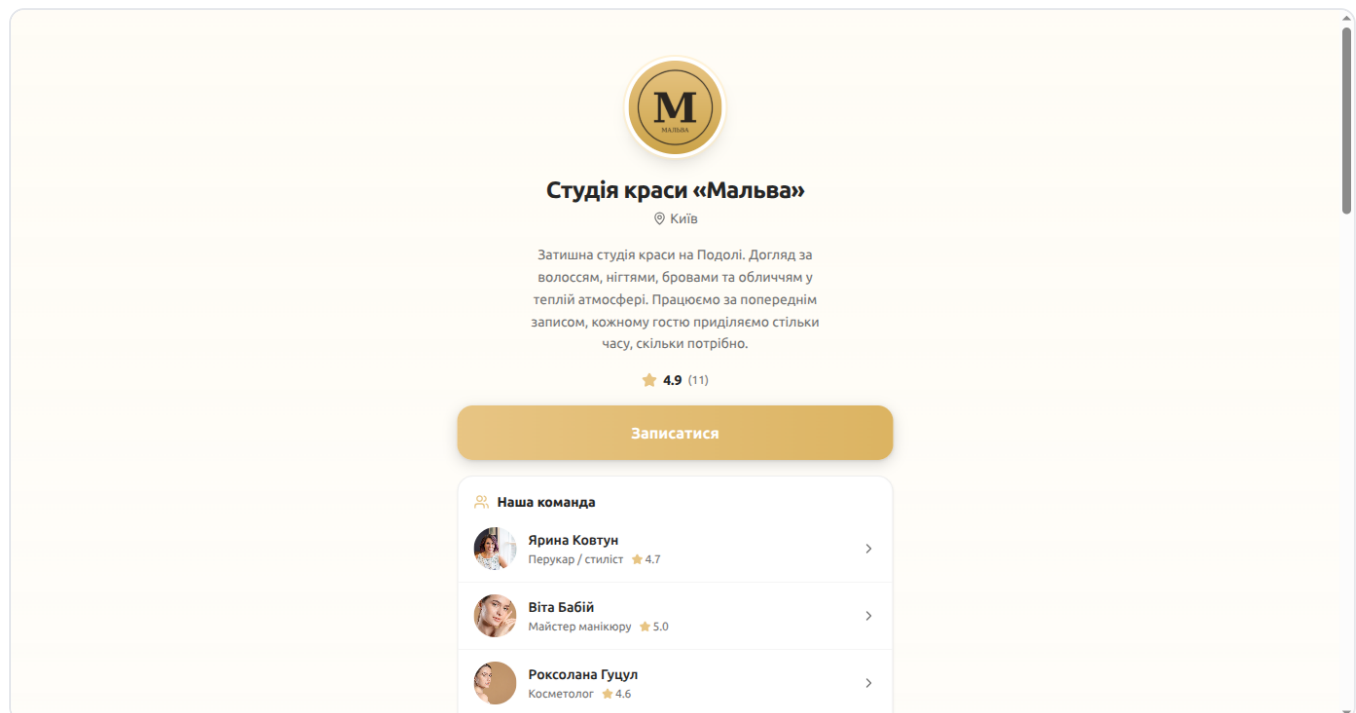
Instagram дозволяє одне посилання в описі. Туди хочеться поставити і запис, і телефон, і адресу, і Viber - а місце одне. Якщо ж у вас є свій сайт, то запис на ньому все одно веде «кудись назовні».

Що дають візитівка й віджет: сторінка-візитівка збирає всі ваші посилання в одне, а віджет вбудовує форму запису прямо у ваш сайт - клієнт не йде нікуди.

Сторінка-візитівка

`beezhub.cloud/l/<ваш-бізнес>`

Коротка сторінка під посилання в описі профілю: логотип, назва, кнопка запису, телефон, адреса з картою, соцмережі та перелік послуг. Відкривається швидко навіть на повільному інтернеті.

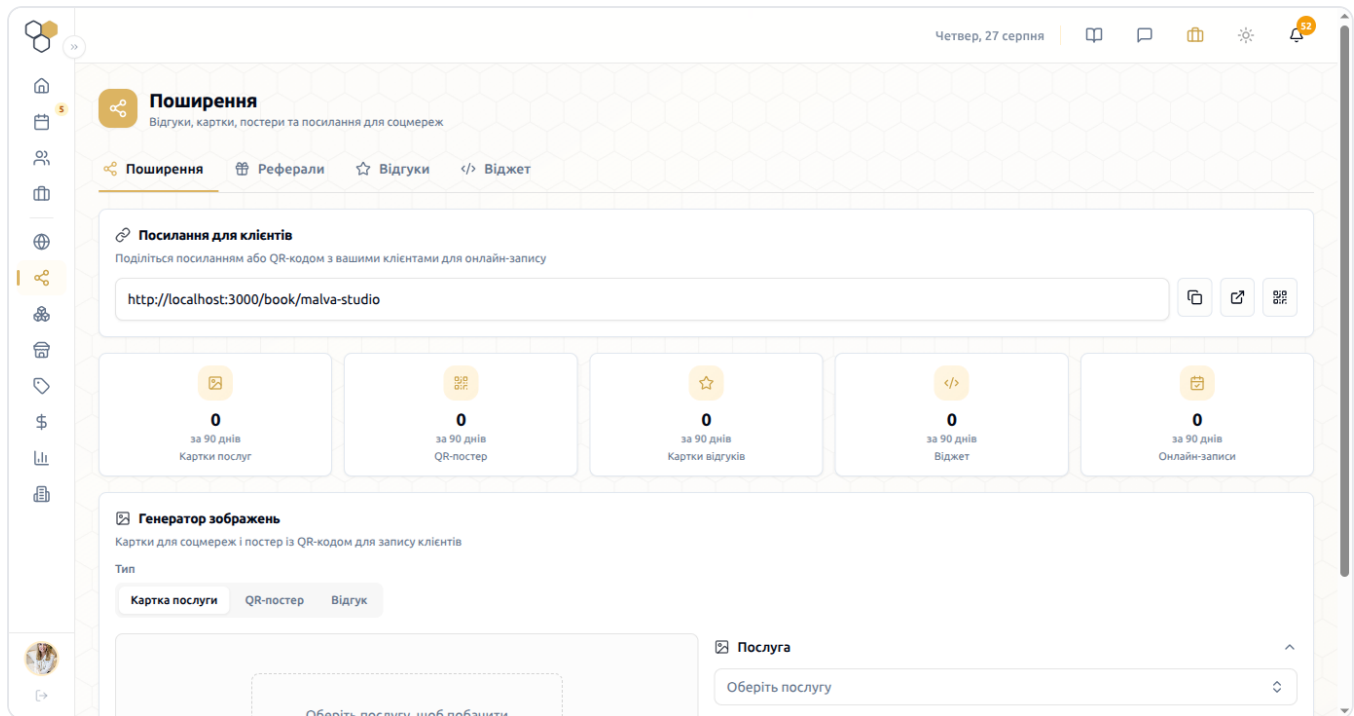


Скрин 25.1. Візитівка для посилання в описі профілю

Віджет для власного сайту

Якщо сайт у вас уже є, форму запису можна вбудувати в нього. У розділі «Поширення» генерується код, який вставляється на сторінку. Налаштовуються вигляд і поведінка:

- **Тип** - вбудований блок, кнопка або плаваюча кнопка в кутку.
- **Колір і заокруглення** - щоб віджет виглядав частиною вашого сайту.
- **Текст кнопки** - свій замість стандартного.



Скрин 25.2. Налаштування віджета з живим попереднім переглядом

QR-код і матеріали для друку

У тому ж розділі генеруються QR-код і готові зображення для соцмереж. QR доречний на дзеркалі, на вітрині, на візитівці й на чеку - людина наводить камеру й одразу потрапляє у форму запису.

Куди поставити посилання в першу чергу: опис профілю в Instagram і Facebook, Google Бізнес-профіль, підпис у месенджерах, QR на ресепшені. Це чотири місця, які дають більшість переходів.

Програма рекомендацій

СИТУАЦІЯ

Більшість нових людей приходять за порадою знайомих. Але хто саме кого привів - ніхто не рахує. Подякувати нема кому, а найцінніші клієнти не відчують, що їхні рекомендації помічають.

Що робить програма: у кожного клієнта є персональний код. Новачок вводить його при записі й отримує знижку на перший візит, а той, хто порекомендував, - бали. За балами відкриваються рівні з постійною знижкою.

Налаштування

Розділ «Рекомендації». Задаються дві речі:

- **Знижка новому клієнту** на перший візит - саме заради неї він і введе код.
- **Рівні за балами** - скільки рекомендацій потрібно й яку постійну знижку це дає.

Рівень	Потрібно рекомендацій	Постійна знижка
Срібний	2	7%
Золотий	5	10%
Платиновий	9	15%

Четвер, 27 серпня

Реферали

Налаштуйте реферальну програму для клієнтів

2
Реферали

2
Нових клієнтів

0
Очікують

Топ учасники

1

Марія Ткаченко

2 реферали · 2 балів

Реферальна програма

Налаштуйте знижки та рівні для клієнтів - як це працює

Знижка першого візиту (%)

10

Знижка новому клієнту, який прийшов за посиланням

Балів за кожного реферала

1

Скільки балів отримає клієнт за успішне запрошення

Рівні винагород

Знижки, які клієнти отримують за накопичені реферальні бали

Назва рівня

Мін. балів

Знижка (%)

+ Додати рівень

Скрин 26.1. Налаштування рівнів і список тих, хто рекомендує

Що видно вам

Статистика показує, скільки рекомендацій підтверджено, скільки нових людей вони принесли і хто у вас найактивніший. У прикладі одна клієнтка привела трьох: срібний рівень уже відкритий, до золотого лишилось двоє.

Економіка знижки. 10% на перший візит - разова поступка, яка замінює витрати на залучення. Клієнт за рекомендацією приходить із попереднім уявленням про результат, тож імовірність повторного візиту вища.

ЧАСТИНА П'ЯТА

Що далі

Куди рухатись, коли базове налаштування працює.

Дорожня карта розвитку

Розділи нижче згруповані за етапами розвитку бізнесу. Переходьте до наступного блоку тоді, коли попередній уже впроваджений у щоденну роботу.

Після перших записів

- ✓ Додані фото до кожної послуги - картка стає наочною пропозицією, а не рядком переліку
- ✓ Заведена клієнтська база з тегами для сегментів
- ✓ Ведеться журнал візитів, щоб не пригадувати минулий результат
- ✓ Зібрані перші відгуки й дані відповіді на них
- ✓ Опрацьовуються заявки на дзвінок від тих, хто не знайшов часу

Коли є що рахувати

- ✓ Вносяться витрати, щоб бачити реальний прибуток, а не лише надходження
- ✓ Підключені онлайн-оплати й передплата на довгі та дорогі процедури
- ✓ Заведені абонементи для тих, хто ходить регулярно
- ✓ Перед святами запропоновані подарункові сертифікати
- ✓ Раз на місяць ви дивитесь аналітику й порівнюєте з попереднім періодом

Коли бізнес виріс

- ✓ Запрошена команда, у кожного свій графік змін і набір послуг
- ✓ Додана друга філія з окремими годинами й переліком послуг
- ✓ Ведеться склад матеріалів і бронювання обладнання
- ✓ Працює вітрина товарів для домашнього догляду
- ✓ Увімкнена програма рекомендацій
- ✓ Підключена фіскалізація, якщо цього вимагає ваша діяльність

Якщо щось не виходить

- Email: **support@beezhub.cloud**
- Кнопка «Зворотний зв'язок» у верхній панелі застосунку
- Розділ «Довідник» - покрокові інструкції по кожній можливості

