

# Разработка рекламного продукта

**BAD BOYS**  
— BARBERSHOP —

Выполнил студент группы ИК13-01БР  
Илья Митряков



# Описание компании



- Bad Boys Barbershop – сеть мужских парикмахерских. Первый салон открылся 11 марта 2014 г.

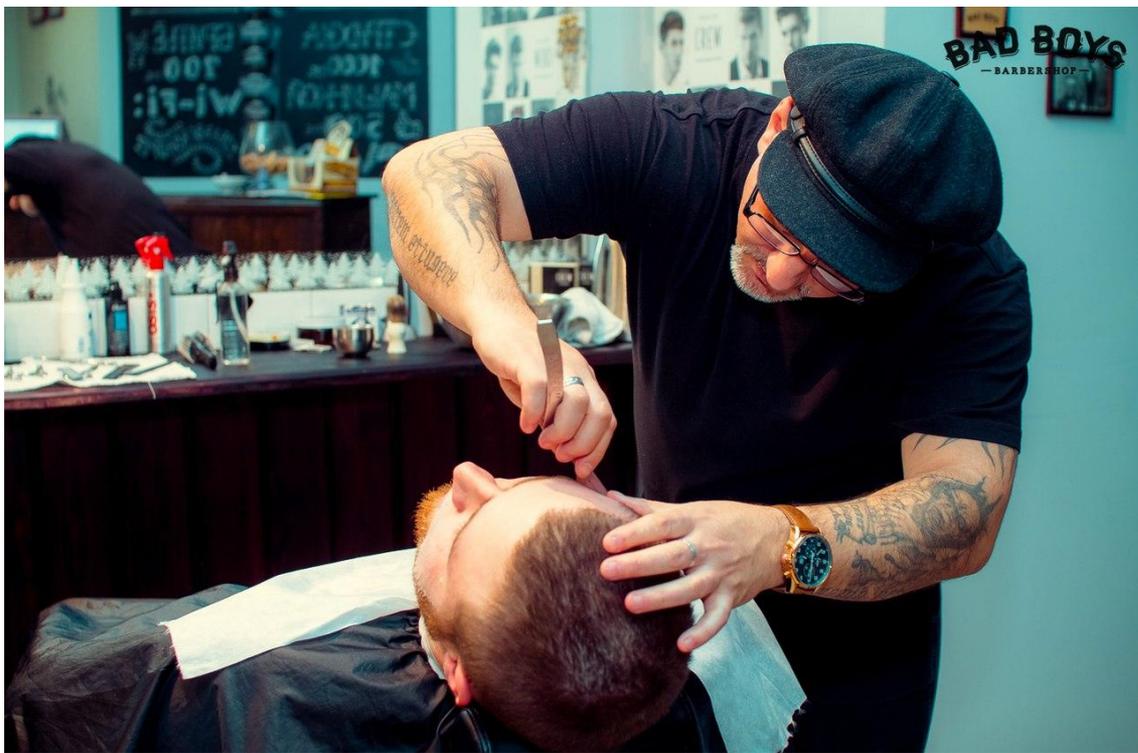


# Описание компании



Второй салон  
открылся 26  
марта 2016 г.  
Тем самым Bad  
Boys стали  
первой местной  
сетью, в  
Красноярске,  
формата  
мужских  
парикмахерских  
- барбершоп.

# Описание формата и услуг



Барбершоп – это мужская парикмахерская (цирюльня), где стригут и бреют только мужчин. Так же от обычных салонов красоты его отличает то, что он является своеобразным «мужским клубом», где можно просто пообщаться выпить кофе, чая, поиграть в

# Описание формата и услуг



## Услуги

- Мужская стрижка
- Бритье опасным лезвием (королевское бритье)
- Коррекция бороды
- Бритье головы опасным лезвием
- Тонирование седины



# Анализ рынка



- «На текущий момент в России в целом насчитывается не более 250 классических барбершопов, — говорит финансовый аналитик группы компаний «ФИНАМ» Тимур Нигматуллин. — Объем этого рынка оценивается в сумму порядка 3–3,5 млрд рублей. Примерно 50% рынка приходится на Москву и Петербург. Остальное — на регионы. Наиболее известные сети — Chop-Chop, «Усачи», Boy Cut».



# Целевая аудитория



Молодые парни от 16-30, живут в Красноярске, студенты и учащиеся старших классов школы, а также предприниматели, либо работники сфер, в которых внешний вид составляющая заработка. Активные, следящие за своим внешним видом, интересующиеся новыми веяниями (и не обязательно в моде).



# Целевая аудитория



Девушки от 16-30, живут в Красноярске, для них важен внешний вид их «молодого человека». Инициативные, имеют чувство вкуса.



# Целевая аудитория



Мужчины от 30-60 лет, имеющие уровень достатка выше среднего, бизнесмены, политики, квалифицированные специалисты, эти люди следят за своим внешним видом, им важно сохранить в нем мужественность, они не сильно гонятся за новыми веяниями, просто хотят, что бы стрижка была ухоженной и практичной.



# Конкурентная среда



Ребят вообще слушайте... побывал я у вас первый раз недели две назад... меня возмутило что работает девушка... дня два я ходил сомневался в том что она сделала.... записался через неделю в другой Barber который city barber ... японамать лучше бы я этого не делал.... вы лучшие а Юлия действительно мастер своего дела... ребята вам респект



**Bad Boys барбершоп | Мужская парикмахерская**

Сергей, спасибо за отзыв. Мы обсудили с Юлей — её самую возмущает, что она девушка, но мама претензии на этот счет не принимает:)

[Читать комментарий полностью](#)

👍 1 💬 1 [ответить](#) или ▾

15.02.2016, 10:22



Сергей Зельманович  2,9  
3 отзыва 0 читателей

1. Ребята
2. Тайга
3. Chop-Chop
4. Old Boy
5. Firma
6. City Barbers



# SWOT-анализ

## SWOT-анализ «Bad Boys Barbershop»

### Угрозы:

- текучка кадров;
- наработка мастером клиентской базы и работа с ней на дому;
- потеря обеспеченного сегмента клиентов при увеличении кол-ва посетителей;
- изменение имиджа в худшую сторону при использовании неподходящих методов продвижения;

### Возможности:

- увеличение клиентской базы из-за роста популярности;
- сотрудничество с другими компаниями;
- увеличение ассортимента.



# SWOT-анализ

## Слабые стороны:

- высокая цена на рынке парикмахерских услуг на мужскую стрижку;
- незнание многих о формате заведения его преимуществ;
- неимение огромных бюджетов на продвижение.

1. Мотивация сотрудников нематериальными стимулами
2. Сохранение индивидуальности заведения
3. Продвижение за счет бюджетных методов (интернет-реклама)

1. Создание мероприятий с более популярными заведениями
2. Информационное партнерство
3. Увеличение чека за счет повышения продаж, а не за счет повышения цены на стрижку



# SWOT-анализ

## Сильные стороны:

- квалифицированный персонал;
- довольно низкая цена среди барбершопов;
- наличие массы услуг для проведения досуга.

1. Продвижение заведения персоналом (сарафанное радио)
2. Постоянное улучшение качества

1. Обучение мастеров не только парикмахерскому делу, но и обучению продажам



# Позиционирование товара



- **Bad Boys – это мужской клуб по интересам, в котором можно поболтать, выпить кофе или же другие «горячительные напитки», при этом сделать, действительно, отличную стрижку.**



# Рекламный бриф



Торговая марка	Bad Boys Barbershop
Что продвигается	Парикмахерские услуги для мужчин
Что необходимо разработать	Рекламный ролик
Цель рекламы	Привлечение большего числа клиентов Создание положительного, креативного имиджа фирмы
Позиционирование	«Good Girls Love Bad Boys»/ «Хорошие девушки любят Плохих парней»
Характеристика ЦА	1) Возраст – 16-30 лет; Пол – мужской; Активные, следящие за своим внешним видом 2) Возраст – 16-30 лет; Пол – женский; Следят за внешним видом своего молодого человека
Текущая ситуация	Наличие аккаунта в Instagram и группы в Вконтакте, интернет сайт, большое кол-во сувенирной продукции, рекламные листовки, признание специалистов.



# Рекламный бриф

Реальные конкурентные преимущества

Высокий профессиональный уровень мастеров; высокие отзывы клиентов на Flamp; наличие двух салонов; большая вовлеченность клиентом в жизнь заведения

Пожелание к стилистике

Использование, мужественных образов. Наличие юмористической составляющей. Использование логотипа или другой символики компании.

Что необходимо донести до аудитории

Какое мнение планируется сформировать