

Анализ рынка

**Услуги салонов
красоты**



Базовые понятия

Рынок — совокупность экономических отношений, основанных на взаимном согласии между субъектами рынка и по поводу перехода прав собственности на товары или возможность получения услуг.

Предпринимательство, бизнес — самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли.



Различают следующие виды предпринимательства

- Производственная
- Торгово-посредническая
- Сфера услуг



Исследование

- **Объект исследования** – рынок услуг, предоставляемых салонами красоты.
- **Предмет исследования** – основные качественные и количественные параметры рынка косметологических услуг, тенденции его развития.
- **Целью исследования** является изучение рынка косметологических услуг, определение его основных качественных и количественных характеристик.



Задачи исследования:

- Охарактеризовать рынок косметологических услуг
- Сегментировать продукцию по основным наименованиям
- Описать основные принципы конкуренции, сравнить основных участников рынка по этим параметрам
- Выявить варианты продвижения услуг
- Определить от чего зависит доход
- Проанализировать потребителей
- Обозначить проблемы развития рынка



Нет предела совершенству.

Еще век назад бытовало мнение будто красота — природный дар и приобрести ее невозможно. Эти времена прошли. Сегодня во всем мире работают салоны красоты, где привлекательную внешность можно заполучить.

У каждой эпохи свой идеал прекрасного. Современное общество невероятно быстро насаждает стандарты. Впрочем, сменяют друг друга они с такой же скоростью.



Состояние сектора услуг в СССР

В СССР считалось, что у честного человека не может быть столько денег для регулярного посещения салона красоты. Уделом большинства были скромные парикмахерские с минимумом услуг и собственные косметические секреты домашнего ухода.

Тем не менее парикмахерские услуги пользовались популярностью и были доступны практически каждому. В конце восьмидесятых в СССР насчитывалось примерно 64 тысячи парикмахерских, имевших в общей сложности 210 тысяч рабочих мест.



Состояние сектора услуг в РФ.

Сегодня точное количество салонов и парикмахерских в России не берется назвать никто, но, по данным столичного Департамента потребительского рынка и услуг, в этой сфере бытового обслуживания число предприятий, работников и оборот услуг не уменьшается.



Услуги

Косметологическими услугами называются мероприятия, применяемые с целью лечения и профилактики заболеваний, сопровождающихся косметическими дефектами, также в салонах красоты оказывают все виды услуг, связанных с внешним видом человека.

Косметология относится к медицинским видам деятельности и подлежит обязательному лицензированию.

Услуги парикмахеров и косметологов всегда были востребованы.

Структура салонного бизнеса в последнее время значительно изменилась.



Исследование конкурентов

Исследование конкурентов - необходимый элемент подготовки к раскрутке салона красоты. Он позволяет быстро определить сильные и слабые стороны салона красоты - как по ассортименту услуг, так и по ценовой политике и уровню сервиса.

Маркетологи делят салоны красоты на категории:

- **A** (строгие требования, высокий уровень услуг)
- **B и C** (предъявляют практически одинаковые требования. Отличаются они только спектром предлагаемых услуг.)
- **D** (Требования к ним минимальны, они часто располагаются в хозяйственных и подсобных помещениях.)



Сравниваемые салоны

Побывав в каждом конкурирующем салоне красоты, мы отмечаем все, что можно узнать за краткий визит - перечень услуг, удачность расположения, уют и чистоту, рекламную активность и прейскурант цен.

- Весна Люкс
- Секреты красоты
- Green apple
- Королева красоты
- А-студия



Весна Люкс

Реклама салона:

Мы рады предложить нашим клиентам полный ассортимент услуг - от классики до креатива. У нас работают продвинутые специалисты с опытом работы в индустрии красоты, участники и победители многих российских и международных конкурсов по парикмахерскому искусству, маникюру, наращиванию и дизайну ногтей.



г.Екатеринбург, ул.Ленина, д.48



Секреты красоты

Реклама салона:

Мы очень бережно относимся к тому, чем наградила нас природа. В нашем салоне мы отбираем только лучшие косметические линии от мировых экспертов, прекрасно зарекомендовавшие себя на практике.



Г.Екатеринбург, ул.Ясная, д.2



Green apple

Концепция салона:

Выглядеть ухоженно, достойно и естественно сегодня в тренде. Выше всего ценится данная природой красота, индивидуальность. Современные исследования и разработки в области косметологии позволяют мягко и основательно поддерживать и сохранять естественный ресурс кожи, нужно лишь заботиться о себе.



Г.Екатеринбург, ул.Тургенева,д.3



Королева Красоты

Реклама салона:

Обходительный и вежливый персонал, спокойная располагающая обстановка и деликатно предложенная чашечка вашего любимого чая... Наш **салон красоты** – это уютный уголок, в котором вы сможете провести время с комфортом. Мы предлагаем отдых душой и телом и приглашаем забыть о суетливых буднях, проблемах и заботах.

Г.Екатеринбург,
ул.Тверитина,
д.34/5



А-Студия

Реклама салона:

Наш салон, предоставляет широкий спектр услуг и имеет достаточно демократичный для салонов данного класса уровень цен.

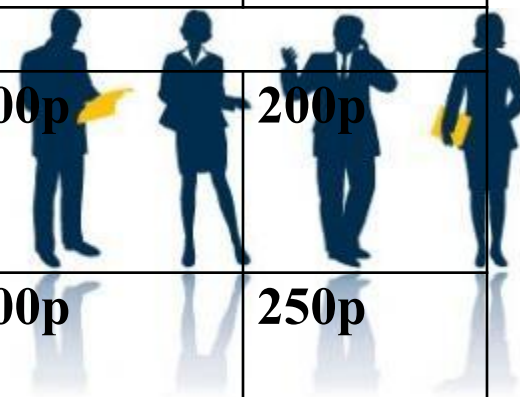
Если Вы хотите подчеркнуть свои достоинства, индивидуальность, красоту или просто чувствуете необходимость изменить свой облик, специалисты салона непременно подскажут, что для этого нужно, исходя из объективной необходимости, и максимально удовлетворят Ваши требования.

Г.Екатеринбург,
ул.Хохрякова,д.16



Сравнение цен на услуги

Салоны/ Услуги	Весна Люкс	Секреты красоты	Green apple	Королева красоты	А- студия
Окраска бровей	300р	200р	150р	300р	200р
Маникюр	700р	950р	450р	700р	700р
Коррекция бровей	200р	200р	150р	300р	200р
Окраска ресниц	350р	200р	150р	300р	250р



Продукт

- Выполнение этого пункта обеспечит 20% успеха.
- - Владельцы салонов красоты заблуждаются, когда считают, что продуктом салона красоты является только услуга (стрижка, маникюр и т.д.). Особое внимание следует уделять продажам товара (профессиональная косметика).
- - Выбор продукта определяет сегмент рынка, на котором работает салон красоты.



Себестоимость услуги

- Выполнение этого пункта обеспечит 10% успеха.
- - Чем ниже себестоимость услуги для салона красоты, тем выше прибыль. Стоимость продукта, затрачиваемого на одну процедуру, зависит от выбранного поставщика и системы формирования цен. Бренд должен быть оптимально сбалансированным по критерию "цена-популярность".
- - Проблема типовых салонов красоты - халатное отношение к расчету себестоимости услуги. Расчет можно производить, используя специально разработанное для салонов красоты программное обеспечение.
- - Это позволит разгрузить сотрудников от бесполезной работы и контролировать расход продукта. Система контроля снижает издержки.



Ценообразование

- Выполнение этого пункта обеспечит 5-10% успеха.
- - При формировании цены принимают во внимание прежде всего покупательную способность клиента.
- - Ценообразование - единственный инструмент маркетинга, который формирует доход салона красоты. Все остальные компоненты предполагают затратную часть.
- - Для каждого салона, услуги, продукта существует своя оптимальная цена. Владелец ищет оптимальную цену, изучая эластичность спроса по цене.



Работа с постоянными клиентами

- Выполнение этого пункта обеспечит 5-20% успеха.
- - Основная задача владельца салона - расширение базы постоянных клиентов. Лояльный клиент - это гарантированная процедура 1 раз в месяц и эффект сарафанного радио. До 30% новых клиентов приходят в салон по рекомендации друзей. Это достаточный для салона коэффициент притока новых потребителей.
- - Акции также помогают "заставить" клиента совершить дополнительную покупку. Акции должны динамично сменять друг друга в течение года.
- - Новые услуги легче продвигать с помощью скидок. Скидки позволяют продать сезонные продукты, которые плохо идут.



Привлечение новых клиентов

- Выполнение этого пункта обеспечит 10% успеха.
- - Эксперты недоверчиво относятся к эффективности вложения средств в рекламу в СМИ. Предлагают практиковать co-marketing (промо-акции для привлечения новых клиентов), ориентируясь на инфраструктуру района.
- - Распространять листовки в местах, куда ходят потенциальные клиенты.
- - Нельзя забывать: 90% успеха салона красоты лежит за порогом салона, а не наоборот. Нужно вкладываться в работу с постоянными клиентами, привлечь новых выйдет дороже.



Вывод

Основными факторами успеха для любого салона красоты являются: расположение салона; акции и работа с клиентами; уровень оказываемой услуги; выбор продукта, используемого для оказания услуг.

Побывав в выбранных нами салонах красоты, мы отмечаем все, что можно узнать за краткий визит - перечень услуг, удачность расположения, уют и чистоту, рекламную активность, прейскурант цен, уровень оборудования, используемую косметику, и даже косвенно оценить степень загрузки. А главное - оценить умение администраторов и специалистов работать с первичными клиентами.



Список источников

- Комитет экономического развития, промышленной политики и торговли <http://www.ekburg.ru>
- Фонд «Общественное мнение» <http://fom.ru/>
- Википедия - свободная энциклопедия <http://ru.wikipedia.org>
- <http://www.newsalon.ru/1/8.htm>
- Сайты салонов красоты:
- <http://www.vesna-luks.ru/>
- <http://www.sksalon.ru/>
- <http://www.sk-greenapple.ru/>
- <http://www.koroleva-k.ru/>
- <http://www.a-ekb.ru/>



Спасибо за внимание.

