

УДК: 64.044

ОСОБЕННОСТИ ПРОДАЖ УСЛУГ В САЛОНАХ КРАСОТЫ

Комаревцева О.А., студент гр. Ссб-161, IV курс
Закамская Л.Л., доцент, к.т.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

В настоящее время бьюти-индустрия становится все актуальнее среди потребностей человека. На рынке России индустрия красоты появилась не так давно – 15 лет назад, и за этот столь недолгий период она развивалась стремительно. На данном этапе развития с каждым годом можно наблюдать инновационные технологии в этой сфере.

Тренды всегда считались неотъемлемой частью любой составляющей той или иной деятельности. И сфера услуг салонов красоты не исключение. Органика на сегодня очень быстро набирает обороты. Клиенты, однажды попробовавшие органическую продукцию, в дальнейшем вряд ли захотят вернуться, как это принято называть, к «химии», адекватно понимая, что здоровье – это главное [1]. Также существуют такие заведения, которые понимают, что не все клиенты хотят уединения и тишины. Это считается трендовым заведением сегодня. Некоторые планируют провести в салоне или спа время с семьей или друзьями. В связи с этим многие успешные залы красоты предлагают «совместные услуги», такие как парный маникюр, педикюр, а также массаж. Помимо всего прочего не стоит забывать, что многим нравится не шаблон, а что-то индивидуальное и необыкновенное. Однако, испытывать это на себе готовы не все, а вот получать информационные сведения о новинках желает каждый. Сейчас авангардные салоны красоты привлекают большую часть аудитории на оригинальные и «яркие» услуги. И клиенты идут к ним на встречу за комплексом обычных процедур с необычной подачей. Так, массаж лица улитками, массаж тела змеями и ванны из ферментированной стружки постепенно становятся популярными среди обывателей больших городов [1].

Тренды, что перечислены выше, оказывают определенное влияние на длительность существования салона красоты. Ведь, если предприятие красоты не внедряет трендовые новинки, то это может плачевно сказаться на дальнейшей деятельности предприятия.

Для того, чтобы проанализировать длительность существования салонов красоты, NeoAnalytics провели исследования. Темой исследования стала «Российский рынок парикмахерских и салонов красоты». Исходя из исследования выяснилось, что рынок парикмахерских и салонов красоты в России ежегодно

увеличивается. Темпы роста составляют в среднем 10-15%. Каждый год закрывается и разоряется до 20-25% салонов и открывается столько же новых. В результате их число на рынке постепенно увеличивается [2].

Конкуренция среди салонов красоты с каждым годом растет. Открываются салоны как с многопрофильными услугами, так и с узкопрофильными. Закрывание салонов красоты говорит о том, что их владельцы не в состоянии содержать данное заведение, ввиду нерационального использования продаж услуг. При открытии салонов красоты вначале ставится цель – предоставление высокого уровня сервиса. Но очень часто происходит обратное: открылись, прошел год – закрылись, если не закрылись, то цены ползут вверх, а качество – вниз. Единичны, кто сохраняет свой бизнес, высокий сервис, лояльных покупателей.

В качестве объекта исследования был выбран салон красоты в селе Ягуново, численность населения которого на 1.01.2020 года составляет 3562 человека. Салон красоты работает на рынке салонных услуг четыре года. Часы работы: с 10:00 до 20:00, без выходных. Количество мастеров сводится к 3. Деятельность данного салона ориентирована на жителей села Ягуново и города Кемерово, со средним достатком. Работает непосредственно с большим количеством людей, объясняется это тем, что салон предоставляет качественные и не дорогие для салона красоты услуги. На первом этапе открытия салона красоты были проведены исследования рынка услуг. Большим подспорьем послужило то, что сама основательница салона одиннадцать лет проработала парикмахером и мастером ногтевого сервиса в одном из салонов красоты. Был опыт, остались нужные знакомства.

Данное заведение предоставляет услуги различного характера – это парикмахерские, маникюрные, косметологические, шугаринг и солярий. Развивался ассортимент услуг плавно. Сначала (2015 год) предоставлялись парикмахерские услуги, затем в 2016 году появились маникюрные, в 2017 году услуги солярия и мастера-косметолога. Развитие ассортимента услуг объясняется в первую очередь потребностью клиентов.

Наиболее востребованными услугами на сегодня являются парикмахерские и маникюрные услуги. Стрижки, актуальны тем, что они предусмотрены для любой возрастной категории, независимо от пола. Реже люди пользуются услугами солярия. И спрос на массаж лица, шеи, зоны декольте совсем сведен к минимуму. Не стоит забывать о факторе сезонности. Например, в данном салоне солярий актуален на весенне-осенний период. Из анализа также следует, что женщины стали в летние дни чаще прибегать к депиляции. А вот услуги макияжа популярны лишь в праздничные дни.

Салон, к сожалению, не имеет разработанного плана продаж. Что это значит? Это значит то, что услугами пользуются лишь те, кто ранее посещал салон. Это говорит о том, что в салон не приходят «новые» люди, например, из соседнего села или города. У данного салона имеется «своя база» клиентов, на которую и рассчитывает руководитель. Но ведь, если не проводить политику

продаж услуг и не предпринимать конкретные меры, то дальнейшее функционирование данного салона может быть под вопросом. Конечно, посещаемость салона сохранятся, потому что любая женщина хочет быть красивой и ухоженной, не важно, где она проживает в городе или в поселке. Но у каждого предприятия, в любом случае, должно быть развитие. Развитию послужит написание плана продаж услуг в салоне красоты. Методы, которыми будет пользоваться руководитель, чтобы увеличить спрос потребителей.

Также причинами могут являться неумение выбора правильного сегмента рынка, который, в свою очередь, делится на салоны «эконом класса», «среднего класса» и класса «люкс» [3]. Салоны эконом класса охватывают 75% рынка. 20-25 % клиентов возвращаются. Такие салоны предлагают парикмахерские услуги на экономичных материалах. Ценовая политика у данного вида салонов достаточно низкая, что дает доступность 80% населению. Салоны среднего класса посещают клиенты со средним достатком. Процент возврата клиента составляет 68. Услуги предоставляются уже парикмахерские маникюрные и косметологические. Соответственно, материалы используют высшего качества. Именно салон красоты в село Ягуново относится к данному сегменту. Салона класса люкс считаются самыми дорогими салонами, где предоставляются премиум услуги. Мастера здесь обращают внимание на самые мелкие детали своей работы. Процент возврата клиента – 80. Материалы, задействованные в процессе работы, качества «люкс» [3].

Помимо сегмента рынка к закрытию салона красоты может привести неумение давать рекламу своему заведению. Ведь как известно, реклама является важной составляющей к продаже услуги. Если клиент не может найти информацию о мастере, о его работах, то данная ситуация также может спровоцировать спад продаж. Для развития данного салона красоты необходимо создать рекламную базу, которой не было изначально. Начать нужно с популярного сегодня профиля в инстаграм, где можно будет публиковать информацию о мастерах, работающих в данном салоне, их работах, об акциях, а также размещать информацию о новинках. Чтобы работа мастеров была интереснее, можно ввести новую услугу – обучение клиентов укладки волос (например, для тех, кто сделал новую стрижку). Ведь, чтобы клиенту понять каким образом укладывать только что подстриженный волос, должно пройти определенное количество времени. Благодаря данной услуги, клиент сможет сэкономить время и сразу же разобраться с технологией укладки, что является огромным плюсом в настоящее время.

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что все салоны красоты на рынке делятся на сегменты. Наибольшее число открывающихся салонов относятся к эконом классу. Процент возврата клиентов в среднем классе достаточно высокий. Для того, чтобы продать услугу салону красоты необходимо провести маркетинговые мероприятия, например, продвижение профиля инстаграм, создание визитных карточек и раздача их по магазинам, а также использование баннеров.

Расширение ассортимента предоставляемых услуг приведет к тому, что бизнес станет актуальным круглый год. Например, осень – это время косметолога, наступает пора делать пилинги. Когда меньше времени женщины находятся на солнце, самое время уделить больше внимания уходу за кожей лица. После завершения лета актуальными становятся обёртывания, татуаж. Весной стартует сезон выпускных и свадеб. Но есть и базовые вещи, которые не зависят от времени года. К примеру, всегда актуальны стрижки, маникюр, уход за бровями.

Тренды на красоту, которые видоизменяются из года в год, также актуальны и для малых городов и поселков. И этот фактор необходимо учитывать для продвижения и продаж своих услуг.

Список литературы:

1. Салон красоты: тренды года от InterCHARM [электронный ресурс] // prelest.com: сайт. 2020 г. – Электрон. данные. URL: <https://prelest.com/stilzhizni/sobytiya/salon-krasoty-trendy-goda-ot-intercharm2015> (дата обращения 05.03.2020 г.). – Заглавие с экрана.
2. Анализ российского рынка парикмахерских и салонов красоты [электронный ресурс] // marketing.rbc.ru: сайт. 2020 г. – Электрон. данные. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/10088/> (дата обращения 05.03.2020 г.). – Заглавие с экрана.
3. 3 сегмента салонов красоты [электронный ресурс] // prelest.com: сайт. 2020 г. – Электрон. данные. URL: <http://sointera-biz.ru/blog/segmenti-salonov> (дата обращения 05.03.2020 г.). – Заглавие с экрана.