

УДК 797.2:615.839

ГЛУШКОВ Н. В., ПАВЛОВ А. Д. (КузГТУ) студенты гр. ССб-231
Научный руководитель: ЗАКАМСКАЯ Л. Л., к.т.н. доцент (КузГТУ)
Кемерово

СПА-УСЛУГИ: КАК АДАПТИРОВАТЬ МАРКЕТИНГ К МЕНЯЮЩИМСЯ ПРЕДПОЧТЕНИЯМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Спа-индустрия давно перестала ассоциироваться у потребителя лишь с расслаблением и базовым уходом за собой. Сегодня это целый мир, объединяющий в себе заботу о здоровье, красоте и психологическом комфорте. Клиенты всё чаще ищут именно в этой сфере персонализированные решения, инновации и экологичность, что делает отрасль одной из самых динамичных. В Кемерове, как и в других городах России, спрос на спа-услуги растёт, заставляя салоны постоянно адаптироваться к новым запросам.

На начало 2025 года в городе работает около 26 спа-салонов, большая часть которых сосредоточена в Центральном районе. Ленинский, Южный, Рудничный районы и Андреевка также представлены в этой сфере, но менее активно. Широкий спектр услуг — от классического массажа до высокотехнологичных процедур — позволяет клиентам выбирать то, что соответствует их потребностям и бюджету. Например, стоимость классического массажа варьируется от 1000 до 12 600 рублей, а сеансы флоатинга в солевых капсулах салона «Floatroom» обходятся в 2000 рублей за сеанс. При этом, учитывая разнообразие предложений на рынке, важно понимать, какие тренды сегодня определяют выбор клиентов.

Современные кемеровские клиенты ценят не только качество услуг, но и индивидуальный подход. Персонализация становится главным трендом: салоны вроде «Твой Тай» и «Студия Эстетики Тела Байкаловой Натальи» получают положительные отзывы за внимание к деталям и подбор процедур под конкретные запросы. Внедрение анкетирования перед сеансами могло бы усилить этот тренд, помогая точнее определять потребности клиентов.[1]

Ещё одно заметное направление — рост спроса на мужские спа-услуги. За последний год интерес к ним увеличился на 25%, что отражается в появлении специализированных программ, таких как антистресс-массаж в «Royal Thai». При этом цены варьируются от 2000 до 9300 рублей, охватывая разные слои целевой аудитории.

Технологии также играют важную роль в этом ключе. Инъекционная косметология, липолазер и биоревитализация, предлагаемые салоном «Искушение», привлекают тех, кто стремится к быстрым и заметным результатам. Инвестиции в обучение мастеров и продвижение таких услуг через соцсети могли бы усилить их популярность.[4]

Современные технологии становятся неотъемлемой частью спа-услуг, трансформируя привычные процедуры в высокоэффективные решения. Например, в салоне «Искушение» уже внедрены липолазерные установки,

которые позволяют сократить время коррекции фигуры без хирургического вмешательства. Однако потенциал таких технологий на данный момент гораздо шире. Так, виртуальная реальность (VR) начинает использоваться для усиления релаксации: к примеру, можно проводить сеанс массажа, в процессе которого клиент параллельно «погружается» в цифровой лес с пением птиц, что усиливает эффект расслабления. Кроме этого, мобильные приложения и искусственный интеллект постепенно становятся неотъемлемым элементом некоторых услуг, предлагая клиентам новые возможности для релаксации и ухода за собой. Эти инновации не только повышают эффективность процедур, но и делают их более привлекательными для молодой аудитории, которая особенно ценит технологичность и удобство. Такие эксперименты уже тестируют в Москве и Санкт-Петербурге, и Кемерово мог бы перенять этот опыт, создав уникальное предложение в рассматриваемой нише [2, 4].

Перспективы развития спа-индустрии связаны не только с внедрением новых технологий, но и с расширением спектра услуг. Салоны начинают предлагать специализированные программы для различных групп клиентов, учитывая их возраст, образ жизни и индивидуальные потребности. Это позволяет охватывать более широкую аудиторию и создавать дополнительные возможности для роста бизнеса [4].

Ещё одно перспективное направление — телемедицина. Консультации диетологов или косметологов через видеосвязь стали особенно актуальны во время и после пандемии. Салон «Lbs» уже предлагает онлайн-поддержку для клиентов, что экономит время и повышает лояльность последних. Внедрение мобильных приложений с функцией записи, отслеживания процедур и персональных рекомендаций могло бы стать следующим шагом в этом ключе. Например, приложение могло бы напоминать о необходимости повторного сеанса или предлагать скидку на процедуру, которая дополнит предыдущий визит.

Параллельно с технологиями растет спрос на экологичность, что также влияет на стратегии. Экологичность играет значительную роль в формировании имиджа современных спа-салонов. Клиенты всё чаще обращают внимание на то, насколько ответственно заведения подходят к вопросам устойчивого развития. Использование натуральных материалов, энергосберегающих технологий и поддержка локальных производителей помогают салонам не только сокращать экологический след, но и укреплять доверие со стороны потребителей [5].

При этом тренд на устойчивое развитие выходит за рамки использования, например, органической косметики. Клиенты Кемерово всё чаще обращают внимание на то, как именно салоны минимизируют свой экологический след. Например, салон «Твой Тай» перешёл на многоразовые полотенца из бамбука, что сократило расход воды на стирку на 40%. Другие заведения, в свою очередь, внедряют солнечные панели для энергоснабжения или участвуют в городских программах по переработке отходов.

Стоит отметить, что важно не только говорить об экологичности, но и демонстрировать её. Публикация отчетов о снижении углеродного следа или сотрудничество с местными эко-фермами для поставки натуральных

ингредиентов могут усилить доверие клиентов. Например, салон «Алтайская Здравница» мог бы разместить в соцсетях видео о том, как травы для их фитотерапии выращиваются в экологически чистых районах Кузбасса. Однако не стоит делать экологичность единственным преимуществом: помимо неё, клиенты также ожидают эмоционального вовлечения и уникального опыта.

Особое внимание в спа-салонах уделяется созданию комфортной атмосферы, которая способствует полному расслаблению. Дизайн интерьеров, освещение, музыка и даже ароматы тщательно продумываются, чтобы каждый визит в спа-салон становился для клиента маленьким путешествием в мир гармонии и умиротворения. Персонал также играет ключевую роль в этом процессе, ведь именно от его профессионализма и внимательности во многом зависит впечатление клиента. Салон «Floatroom» уже понял это, создав атмосферу полного отрещения от городской суеты в своих солевых капсулах. Однако и здесь можно пойти дальше — например, ввести «тематические дни»: «Детокс-субботу» с мастер-классами по здоровому питанию или «SPA-свидания» для пар с романтическим оформлением залов.

Как уже говорилось, персонал играет ключевую роль в формировании впечатлений. История салона «Ривьера», где жалобы на грубость сотрудников отпугивали клиентов, показывает, как важно компаниям из сферы услуг инвестировать в soft skills. Регулярные тренинги по эмпатии, стресс-менеджменту и невербальному общению помогут создать команду, которая превращает для гостя обычный визит в запоминающееся событие.

Учитывая все вышеперечисленные тренды, важно попытаться заглянуть в будущее и понять, какие перспективы ждут спа-индустрию Кемерово [1]. Так, аналитики прогнозируют, что к 2027 году рынок спа-услуг в Кемерово вырастет на 15–20%, что произойдёт благодаря увеличению числа среднего класса и росту интереса к wellness. Однако конкуренция в этой связи также усилится. Чтобы выделиться, салонам стоит обратить внимание на нишевые услуги — например, развить спа-программы для беременных или пожилых людей, которые сейчас почти не представлены в городе.

Ещё один тренд будущего, который уже был упомянут, — интеграция искусственного интеллекта (ИИ). Умные системы смогут анализировать данные клиентов (тип кожи, предпочтения, историю посещений) и предлагать персонализированные программы ухода. Пилотные проекты с ИИ-консультантами уже запущены в Новосибирске, и Кемерово мог бы стать следующим городом, внедряющим такие технологии.

Адаптация маркетинга требует не только следования трендам, но и решения текущих проблем. Например, жалобы на грубость персонала или некачественные процедуры, как в салонах «Ривьера» и «Искушение», можно устраниТЬ через тренинги по клиентскому сервису и усиление контроля качества.[4]

Цифровое продвижение становится ключевым инструментом уже на сегодняшний день. Салон «Floatroom», несмотря на замечания о неудобствах во время флоатинга, успешно привлекает клиентов благодаря своей атмосферности и различным видеоотзывам. Использование платформ вроде «VK Клипы» и

«Rutube» для демонстрации процедур могло бы также усилить вовлечённость аудитории. [3]

Программы лояльности также довольно важны. К примеру, салон «Lbs» уже доказал эффективность скидок и бонусов, а введение абонементов с фиксированной стоимостью или бонусов за рекомендации друзей могло бы ещё сильнее повысить retention rate.

Кемерово — город с ярко выраженной сезонностью и территориальными предпочтениями. Так, зимой в Рудничном районе популярны сауны и термоодеяла, тогда как летом спрос смещается в сторону ухода за кожей после загара. В Ленинском районе клиенты ценят удобную парковку, как у салона «Мегас», а в Южном — положительно отзываются о доступных ценах. Учёт этих нюансов позволяет создавать локализованные предложения — например, тематические пакеты «Зимнее тепло» или акции для бюджетной аудитории [5].

Салон «Твой Тай» выделяется благодаря персонализированному подходу и разнообразию услуг, включая стоун-терапию. «Relax&Spa» завоевал доверие клиентов качественным массажем и программами коррекции фигуры, а «Lbs» — профессионализм мастеров и системой скидок. Эти примеры показывают, что сочетание сервиса, инноваций и клиентаориентированности остаётся залогом успеха. Также всё это подчеркивает необходимость адаптации маркетинговых стратегий к новым реалиям.

В условиях усиливающейся конкуренции салонам важно не только следить за трендами, но и активно внедрять их в свою работу. Гибкость, готовность к экспериментам и ориентация на клиента становятся определяющими факторами успеха. Те заведения, которые сумеют предложить не просто услуги, а целую философию заботы о себе, несомненно, будут лидировать на рынке.[4]

Спа-индустрия Кемерово в настоящее время стоит на пороге трансформации. Технологии, экологичность и глубокая персонализация — не просто модные слова, а necessities для выживания в конкурентной среде. Успех будет за теми, кто не боится экспериментировать: сочетать традиционный массаж с цифровыми инновациями, превращать процедуры в эмоциональные путешествия и открыто говорить с клиентами об их потребностях. Как показывает опыт салонов «Твой Тай» и «Lbs», именно гибкость и клиентоцентричность становятся главными драйверами роста в эпоху меняющихся предпочтений.

Список литературы:

1. Воропаев, М. Как рекламировать услуги СПА-салона [Электронный ресурс] / М. Воропаев. — URL: https://voropaevmedia.com/blog/reklama-spa-salona (дата обращения: 01.04.2025).
2. Закамская, Л. Л. Расширение ассортимента услуг, как фактор конкурентоспособности салонов красоты / О. Н. Кавкаева. – Текст : электронный // Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с

- международным участием «Россия молодая». – Кемерово, 2019. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41524549> (дата обращения: 31.03.2025).
3. Комаревцева, О.А. Особенности продаж услуг в салонах красоты / Л. Л. Закамская. – Текст : электронный // Сборник материалов XII всероссийской, научно-практической конференции молодых ученых с международным участием «Россия молодая». – Кемерово, 2020. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44179717> (дата обращения: 31.03.2025).
4. Торино, Н. Эффективные стратегии продвижения спа-услуг: Как привлечь клиентов и создать успешный бизнес [Электронный ресурс] / Н. Торино. — URL: <https://stom-media.ru/effective-strategies-for-promoting-spa-services-how-to-attract-customers-and-create-a-successful-business/> (дата обращения: 01.04.2025).
5. TechSavyCrew. Агентство цифрового маркетинга в сфере медицинских спа-услуг [Электронный ресурс] /TechSavyCrew. — URL: [<https://techsavycrew.com/ru/Блог/медицинский-спа-цифровой-маркетинг/>]