



ОЦЕНКА РЫНКА БЬЮТИ-УСЛУГ В РОССИИ

1.

ОЦЕНКА РЫНКА БЬЮТИ-УСЛУГ В РОССИИ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

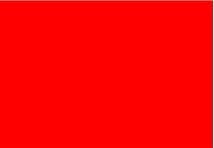
- По данным Росстата объем только парикмахерских услуг в России за 2018 год составил более 106 миллиардов рублей.
- Индекс физического объема оказываемых услуг несколько снизился (менее чем на процент к 2017 году), а цены повысились примерно на 5%.
- Согласно данным Росстата, общее количество парикмахерских и косметических салонов составляет около 90 тысяч единиц, из них в сельской местности расположено порядка 10 тысяч.
- Среднее количество кресел на парикмахерскую составляет около 3 единиц.

На 10 тысяч населения в России приходится порядка 18 кресел (в сельских территориях – 5 кресел), что показывает, что потенциал роста рынка еще достаточно велик.

Бурный рост рынка, по мнению экспертов, рынок салонов красоты испытывал до 2016 года. Рост превышал 10–15%.

Существенное сокращение реальных доходов граждан РФ, прошедшее в 2015–2016 году, наряду с ростом стоимости косметических услуг, вызванных ростом стоимости косметического оборудования и косметических средств, повлияло на резкое сокращение рынка. Впрочем, после 2016 года рост рынка возобновился.





ОЦЕНКА РЫНКА БЬЮТИ-УСЛУГ В РОССИИ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ГОРОДАМ

Согласно исследованиям официального сегмента, в России работает порядка 75 тысяч отраслевых организаций, часть предприятий не вошло в исследование, так как работают в теневом сегменте.

Лидерство по количеству предприятий сохраняется за столицами.

- В Москве и Подмосковье работают около тысяч салонов.
 - В Санкт-Петербурге и области это порядка тысяч предпринимателей.
 - Чуть меньше в Казани – примерно тысяч предприятий.
- 

ОЦЕНКА РЫНКА БЬЮТИ-УСЛУГ В РОССИИ

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПО ЦЕНАМ

Согласно исследованиям выделяют 4 ценовых сегмента:

- Нижний – 200 – 350 руб.
- Средний – 350 – 500 руб.
- Выше среднего – 500 – 1000 руб.
- Премиум. – свыше 1000 руб.

2.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ САЛОНОВ ПО ОКРУГАМ МОСКВЫ

ПО ДАННЫМ 2ГИС

КОЛИЧЕСТВО ОРГАНИЗАЦИЙ

по запросу «Салон красоты #Административный округ»

АДМИНИСТРАТИВНЫЙ ОКРУГ	КОЛИЧЕСТВО ОРГАНИЗАЦИЙ
ЦАО	
САО	
СВАО	
ВАО	
ЮВАО	
ЮАО	
ЮЗАО	
ЗАО	
СЗАО	
Зеленоград	
Новомосковский АО	

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

ПЛОЩАДКИ ФРИЛАНСА

ПРОФИ.РУ

Количество мастеров по
запросу

Маникюр

Стрижка женская

YOU DO

Количество мастеров по
запросу

Маникюр

Стрижка женская

KWORK

Количество мастеров по
запросу

Маникюр

Стрижка женская

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

ИНСТАГРАМ

Количество аккаунтов по запросам

#маникюрмосква

#ногтимосква

#мастерманикюрамосква

#москваногти

#маникюрмск

#стрижкамосква

#стрижкамосквацентр

#стрижкамоскванедорого

#косметологмосква

#бровимосква

#эпиляциямосква

ВКОНТАКТЕ

Количество групп по запросам

Маникюр Москва

Салон красоты Москва

Парикмахерская Москва

Визажист Москва

Бьюти салон Москва

Брови Москва

Косметолог Москва

Эпиляция Москва

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

СПРАВОЧНИКИ

НАЗВАНИЕ	САЙТ	РЕГИОН	КОЛИЧЕСТВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ (ОБЪЯВЛЕНИЙ)
Msk-Beauty			
Zoon (Beauty)			
Салоны красоты СПб			
Профи ру			
2GIS МОСКВА			
2GIS СПб			
Yell			
MyBeautyPro			

4.

АНАЛИЗ КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ

ПО ДАННЫМ SIMILAR WEB

Для анализа трафика конкурентов– агрегаторов использованные данные сервиса

<https://www.similarweb.com/>

По итогам анализа можно сделать вывод, что основными инструментами продвижения является SEO оптимизация (результат– прямой поиск) и контекстная реклама (результат– прямые ссылки).

Продвижение в соцсетях составляет минимальную долю в общей структуре продвижения.

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПРЯМЫЕ ССЫЛКИ	РЕФЕРАЛЬНЫЕ ССЫЛКИ	ПОИСК	СОЦСЕТИ	ПОЧТА	ОСТАЛЬНОЕ
LUUK							
Dikidi Online							
MyBeautyPro							
Yclients							
Sonline							

АНАЛИЗ КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

Также, одним из инструментов рекламы является продвижение мобильных приложений.

Продвижение осуществляется через платные установки и отзывы.

СЕРВИС	APPSTORE		PLAY MARKET	
	Количество отзывов	Средняя оценка	Количество отзывов	Средняя оценка
LUUK				
Dikidi Online				

5.

МИРОВОЙ ОПЫТ

BLISSBOOKER

Самый яркий опыт внедрения агрегатора бьюти-услуг – Blissbooker.

Сооснователь компании Groupon Борис Хэгни запустил испанский агрегатор для салонов красоты Blissbooker в 2014 году.

Он заметил, что аудитория Groupon активнее всего пользуется скидками в сегменте красоты и здоровья, и что зачастую людям неудобно покупать купоны на Groupon: им приходилось сперва оплачивать их, затем связываться с поставщиком услуги и назначать время. Он предложил альтернативный вариант. Пользователи могли найти салон красоты на платформе, выбрать услугу, назначить день, оплатить ее, а затем прийти в салон и просто воспользоваться ей. За каждую транзакцию компания брала комиссию, а также предлагала салонам приобрести премиум-аккаунт, чтобы, например, отвечать на отзывы и вопросы клиентов.

К сентябрю 2015 года компания работала во Франции, Португалии, Испании и Италии, и Хэгни принял решение выйти на российский рынок. В Москве был сформирован небольшой штат продавцов, которые заключали договоры с салонами красоты.

За три месяца компания потратила более миллиона евро. В ноябре 2015 года ежедневное количество резерваций на сервисе превысило шесть тысяч.

В 2016 г. компания была закрыта из-за убытков и невозможности изменения бизнес- модели.

Успешных примеров в данной сфере деятельности в настоящее время выявить не удалось.



