

Бизнес-план онлайн-сервиса мобильных мастеров красоты

<https://marketpublishers.ru/r/OC485C1D4CARU.html>

Дата: 12.07.2017

Страниц: 102

Цена: 25 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: OC485C1D4CARU

Описание

Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России, Украины и стран СНГ.

Описание проекта

Суть и идея проекта: интернет-сервис онлайн-записи в сегменте услуг красоты «***»

Сайт проекта: ***

Актуальность идеи: «***» – портал мобильных мастеров красоты в ***е. Основная цель проекта: предоставление необходимой услуги красоты в нужное для клиента время и в удобном для него месте по оптимальной цене.

Частные мастера получают:

лучший сервис на рынке бьюти-услуг

возможности и преимущества онлайн-записи

смс-оповещение об изменениях планов клиента

возможность формирования личной базы

возможность выделить себя посредством брендинга личной страницы и профессионального брендинга себя как мастера на крупнейшей площадке услуг красоты в ***е.

Целевые группы проекта:

Мастера красоты

Салоны красоты

клиенты (потребитель)

Актуальность проекта для участников рынка:

Трансформация рынка: поиск мастеров через интернет + доверие к частным мастерам

Кризис: 38% россиян экономят на услугах красоты в кризис

Экономия: услуги мастеров на 20-60% дешевле + экономия времени

Рост прибыли (пассивный доход за счет дополнительного потока)

Отсутствие качественного сервиса для мастеров и салонов красоты

Модель монетизации проекта: комиссия, взимаемая за заказы, полученные мастерами посредством сервиса. Рост комиссии: 5%-10%-15%.

Потенциал проекта

Преимущества для участников сервиса

Клиенты

Мастера

Салоны

Конкурентное окружение:

Конкурентная категория: площадки (электронные доски) объявлений (сюда же включены общетематические порталы по поиску мастеров во всех сферах). Представители категории:

Конкурентная категория: специализированные ресурсы по поиску мастеров красоты.

Представители категории: ***

Выдержки из исследования Рынок услуг красоты в ***ой области и ***а

По данным статистики, наибольшая мощность салонов красоты и парикмахерских в Южном Федеральном округе.

В других федеральных округах самая большая мощность салонов красоты и парикмахерских наблюдается в Ярославской области (213 кресел на 100 тыс. жителей), Калининградской области (205 кресел на 100 тыс. жителей), Краснодарском крае (196 кресел на 100 тыс. жителей), Кемеровской области (183 кресла на 100 тыс. жителей), Сахалинской области (213 кресел на 100 тыс. жителей) и Еврейской автономной области (203 кресла на 100 тыс. жителей).

Активно развивается и Уральский рынок красоты. Только в ***е сегодня насчитывается более 4000 салонов, парикмахерских, спа и косметических салонов.

Так, по данным портала «2Гис ***», салонов красоты в городе насчитывается *** организаций, спа – *** организация и *** компаний, специализирующихся на парикмахерских услугах, еще 483 организации предоставляют услуги массажа, а *** компаний – косметические услуги.

В целом рынок услуг красоты ***а и ***ой области можно охарактеризовать как растущий: так, положительная динамика объемов рынка отмечена на протяжении всего рассмотренного периода – с 2010 по 2015 год (последние опубликованные статистические данные датируются 2015 годом, информация ЕМИСС, Федстат).

Так, в 2010 году объем рынка услуг красоты области составил ***млрд. руб., в то время как в 2015 году – уже ***млрд. руб. (рост + 35%).

Сегментация рынка: салоны красоты

Как и на любом рынке, услуги рынка салонных услуг делятся на ценовые сегменты. На российском рынке в настоящее время представлены 4 группы парикмахерских и салонов красоты:

парикмахерские и салоны красоты эконом-класса;

парикмахерские и салоны красоты среднего уровня;

парикмахерские и салоны красоты класса люкс;

VIP-салоны.

Основная доля парикмахерских и салонов красоты, порядка 50% – это предприятия среднего и средневысокого уровня.

Доля парикмахерских, относящихся к эконом-классу, составляет 30%, парикмахерские и салоны красоты класса Люкс занимают 15%.

Оставшиеся 5% занимают VIP-салоны.

С точки зрения численности целевой аудитории наиболее насыщенным является сегмент люкс, а наиболее многочисленной является целевая аудитория в среднедоходном сегменте, но здесь и больше предложение. А наиболее перспективен сегмент качественных услуг для целевой группы с доходами до 30 тыс. руб./мес./чел.: так, по данным исследований, их доля составляет около 70%.

На основании проведенных исследований (РБК.Исследования рынков), а также по данным расчетов компании «АМИКО», наиболее успешным и востребованным форматом для новой парикмахерской, является концепция предприятия, ориентированного на клиентов со средним достатком и предусматривающая весь комплекс парикмахерских услуг, а также оказание дополнительных услуг – маникюр, педикюр, услуги косметического кабинета и солярия при том, что уровень сервиса и качества оказываемых услуг будут на уровне

салонов красоты класса люкс.

Исследование компании <http://best4service.ru> иллюстрирует потребительские предпочтения: ***% опрошенных пользуются стандартными парикмахерскими услугами при посещении салона красоты, ***% респондентов используют ногтевой сервис. Мужчины в основном пользуются только стандартными парикмахерскими услугами салонов красоты (***% опрошенных мужчин).

Мониторинг услуг салонов ***а показал, что крупнейшим сегментом выступают салоны класса эконом: здесь услуги предоставляют *** компаний города (оценивалось по стоимости женской стрижки, 100-1400 руб.), на втором месте – салоны среднего класса (аналогично, стрижка от 1400 руб. до 2800 руб.) – *** компаний, меньше всего салонов люкс и VIP классов – *** организаций и 1 организация соответственно.

Анализ данных также показал, что большинство салонов предоставляют стандартизированный набор услуг (стрижки, ногтевой сервис, массаж, пилинг и проч.) и только некоторые компании расширяют ассортимент, предлагая клиентам такие услуги как:

стрижка бороды (барбершоп);

плетение кос (актуально для праздников наряду с классической укладкой) и свадебные прически;

услуга детской стрижки;

наращивание волос;

выезд на дом.

Так, было установлено, что наиболее редко встречаемыми среди предоставляемых услуг для ***а являются услуги наращивания волос (***%), выезд мастера на дом (***%), стрижка бороды (***%).

Таким образом, при формировании перечня услуг для рассматриваемого сервиса «***», необходимо ориентироваться на незанятые или мало занятые ниши регионального (городского) рынка с целью формирования уникального торгового предложения.

На сегодняшний момент инициаторами проекта собрана база салонов красоты, спа и других предприятий индустрии красоты, расположенных на территории ***, городов-спутников и ***-ой области, насчитывающая *** компанию в различных сферах (диаграмма ниже).

Сводная диаграмма детально отражает, что очевидным преимуществом использования сервиса «***» для потребителя является широкий пул не только стандартных, но и редких услуг в индустрии красоты: ***

Сегментация рынка: частные мастера

Поиски мастера ногтевого сервиса или парикмахера по интернету сегодня уже стали привычными для потребителя и активного пользователя сети. Если раньше пользователи больше доверяли салонам красоты, то за последнее время ситуация изменилась. Так, по данным сервис ***.ru, который сотрудничает с более чем 2500 частных специалистов и с 500 салонами красоты, записи к частным специалистам выросли на ***% за год.

Причиной стала кризисная ситуация на рынке, а самым главным фактором – стоимость услуг: большинство мастеров оказывают те же салонные услуги, но цена на них на 15-20% ниже. Причиной этому служат дополнительные расходы салонов красоты, такие как: аренда помещения, зарплата мастерам, закупка дорогого оборудования и т.д.

Демократичные цены и индивидуальный подход делают частных специалистов более привлекательными для клиентов. При этом, выбирая частного специалиста, клиент не проигрывает в качестве оказываемой услуги, т.к. и мастера и салоны используют одинаковые марки расходных материалов.

Так, на сегодняшний день инициаторами проекта сформирована объемная база данных, включающая *** частных мастеров, работающих на территории ***-а и предоставляющих бьюти-услуги как на дому, так и с выездом на дом/офис клиента.

В базе, которая помогает сегментировать рынок красоты ***-а в разрезе предоставления услуг частными мастерами, ключевыми направлениями выступают:*** Сводная диаграмма детально отражает, что очевидным преимуществом использования сервиса «***» для потребителя является широкий пул не только стандартных, но и редких (для ***-а) услуг в индустрии красоты: ***

Сегментация аудитории

Целевой аудиторией проекта выступают 2 категории потребителей услуг сервиса «***»:

категория В2В – салоны и частные мастера;

категория В2С – конечные потребители услуг компаний в базе сервиса.

Салоны красоты и частные мастера были сегментированы и описаны в разделе выше. В дополнение важно отметить, что:

мастера, относящиеся к определенному салону, могут выступать конечным потребителем услуг сервиса, если мастером запланировано использование сервиса в качестве пассивного дохода (вне рабочего времени);

частные мастера – прямая целевая аудитория: преимущественно женщины, 18-45 лет, с уровнем дохода 25 000-80 000 руб./мес.

Инициаторами проекта был выявлен ряд проблем, с которыми ежедневно сталкивается сегмент В2В: ***

Инициаторы проекта намерены решить указанные проблемы посредством вывода сервиса «***» на рынок ***, при этом обеспечивая полное закрытие потребности сегмента В2В, а именно (таблица):***

Таблица, расположенная ниже, содержит описание целевых групп категории В2С и содержит несколько вариантов потребителей, различающихся по своим характеристикам.***

Таким образом, подробная сегментация целевой аудитории способствует правильному формированию рекламной стратегии и кампании на стартовом этапе проекта, так и дальнейшему продвижению проекта в сети интернет и в оффлайн-среде (маркетинговый план проекта будет представлен в разделе 4 настоящего документа).

Портрет аудитории

С целью описания портрета аудитории были рассмотрены участники сообщества одного из лидеров рынка в социальных сетях, дающих возможности анализа потребительских качественных и количественных характеристик (в частности, посредством анализа

социальной сети «ВКонтакте»):

Так, было установлено, что потенциальный потребитель услуг сервиса «***» обладает следующими характеристиками (выборка 10 169 человек):

Спрос на услуги красоты по сегментам

В разделах выше при сегментации рынка индустрии красоты ***, детально было рассмотрено существующий уровень предложения в отрасли.

В настоящем разделе с помощью сервиса Яндекс. Вордстат (сервис позволяет отслеживать динамику заинтересованности аудитории в той или иной теме/тематике в зависимости от численности поисковых запросов), был выполнен анализ спроса на те или иные услуги в сегментах индустрии красоты.

Так, установлено, что за последние 18 месяцев – с 2015 года – по настоящее время (2 квартал 2017 г.), значительно возросло число запросов, связанных с бьюти-тематикой, что подтверждает выдвинутую ранее гипотезу о смещении поисковых предпочтений аудитории в сторону интернет. Так, человек, выбирая товар или услугу (как в случае проекта) хочет видеть максимум информации, затрачивая на это минимальное количество времени, а интернет как раз позволяет выбрать необходимое, не выходя из дома или по дороге домой.

Если в мае 2015 года услуги салонов красоты искали *** жителей ***, (среднемесячный показатель), то уже в 2017 году за аналогичный период запросов стало на ***% больше. Похожая ситуация и с другими запросами, полученными поисковой системой Яндекс от ***цев и жителей области. Детали – в диаграммах ниже.

Как можно видеть из представленной динамики, спрос на услуги салонов красоты не имеет ярко выраженной сезонности, немного увеличиваясь в летние месяцы (предположительно, сезон свадеб) и в предновогодний период (новогодние корпоративы).

Если рассмотреть запрос «парикмахер ***», то здесь наблюдается похожая картина: рост онлайн-спроса на 30% и едва заметные пики в летний период. С 2015 года число запросов увеличилось с *** до *** в месяц (данные на графике ниже).

Услуги спа посредством интернет ***цы ищут даже чаще, чем парикмахера: в среднем 5000 запросов ежемесячно (рост +42% к аналогичному периоду 2015 года). Ярок выраженной сезонности не отмечено.

Одной из наиболее популярных среди горожан услуг является массаж – здесь порядка ***запросов ежемесячно и почти двойной рост потребительской активности за период 2015-2017 гг.: с 9000 запросов в месяц – до ***запросов. Максимальная численность запросов в разрезе календарного года отмечается в летние месяцы.

По запросу «татуаж ***» онлайн-спрос с 2015 года вырос на треть: с ***запросов в месяц (май 2015) – до ***запросов в месяц, ярко выраженной сезонностью спрос не обладает и одинаков в течение всего года.

В диаграмме представлена также динамика запросов «косметолог ***», «визажист ***» и «прически ***»: данные услуги в разрезе онлайн-поиска горожанами, имеют для потребителя меньшую актуальность: так, по тематикам количество запросов колеблется от *** до *** в месяц, без ярко выраженной сезонности спроса.

Вывод: как можно судить по полученным данным, основные услуги, которые будут представлены в рамках настоящего проекта «***» характеризуются высокой степенью потребительского спроса, что подтверждается итоговыми данными поисковой системы за период 2015-2017 гг. Таким образом, можно сделать заключение, что при грамотном поисковом продвижении сайта проекта жители ***а и области с большой вероятностью будут пользоваться услугами по поиску и онлайн-записи сервиса, учитывая тенденции возросшей потребительской онлайн-активности.

Сравнение цен на услуги: салоны/частные мастера

Ценовая политика, как упоминалось выше, сегодня выступает решающим фактором при выборе услуги клиентом: так, частные мастера предоставляют услуги дешевле за счет отсутствия дополнительных трат в виде аренды, наружной рекламы и проч.

Так, для подтверждения данной гипотезы был выполнен мониторинг цен на определенный вид услуг (стрижка женская, маникюр, массаж как топовые услуги среди ***цев) среди наиболее популярных салонов красоты ***а и среди частных мастеров (использовалась информация портала «***»).

Для отбора топовых салонов красоты использован сервис Яндекс. Вордстат, с помощью которого было установлено, что чаще всего при помощи интернет потенциальные посетители ищут такие салоны города как: ***

Посредством открытой информации на сайтах компаний были установлены цены на женскую стрижку, маникюр, массаж.

Как иллюстрирует таблица и диаграмма ниже, цены у частных мастеров значительно отличаются в меньшую сторону (указана процентная разница с минимальной и максимальной ценой по салонам):

Женская стрижка – экономия ***;

Маникюр классический – экономия ***;

Массаж классический – ***.

Содержание

Перечень графических элементов

Резюме проекта

РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

1.1. Суть и идея

1.2. Актуальность проекта и преимущества для пользователей

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА

2.1. Рынок услуг красоты в ***ой области и ***а

2.1.1. Сегментация рынка: салоны красоты

2.1.2. Сегментация рынка: частные мастера

2.2. Целевая аудитория

2.2.1. Сегментация аудитории

2.2.2. Портрет аудитории

2.3. Спрос на услуги красоты по сегментам

2.4. Сравнение цен на услуги: салоны/частные мастера

2.5. Выводы о перспективах проекта согласно анализу рынка

РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

3.1. Прямая конкуренция

3.2. Косвенная конкуренция

РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

4.1. Специфика маркетинга на рынке сервисов по оказанию услуг

4.2. Специфика рекламной кампании

4.2.1. Первый этап

4.2.2. Второй этап: привлечение пользователей

4.2.3. Третий этап: мониторинг эффективности

РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. План персонала

РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

- 6.1. Допущения проекта
- 6.2. Цены
- 6.3. Сезонность проекта
- 6.3. Объемы реализации
- 6.4. Выручка проекта
- 6.5. Персонал
- 6.6. Затраты проекта
- 6.7. Налоги
- 6.8. Капитальные вложения
- 6.9. Отчет о прибыли и убытках
- 6.10. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
- 6.11. Отчет о движении денежных средств
- 6.12. Показатели экономической эффективности

РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ РИСКОВ

- 7.1. Анализ чувствительности проекта
- 7.2. Анализ безубыточности

Оформление заказа

Product name: Бизнес-план онлайн-сервиса мобильных мастеров красоты

Product link: <https://marketpublishers.ru/r/OC485C1D4CARU.html>

Цена: 25 000 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

If you want to order Corporate License or Hard Copy, please, contact our Customer Service:
info@marketpublishers.ru

Payment

To pay by Credit Card (Visa, MasterCard, American Express, PayPal), please, click button on product page <https://marketpublishers.ru/r/OC485C1D4CARU.html>

To pay by Wire Transfer, please, fill in your contact details in the form below:

Имя:
Фамилия:
Email:
Компания:
Адрес:
Город:
Zip code:
Страна:
Tel:
Факс:
Your message:

****All fields are required**

Customer signature _____

Please, note that by ordering from marketpublishers.com you are agreeing to our Terms & Conditions at <https://marketpublishers.com/docs/terms.html>

To place an order via fax simply print this form, fill in the information below and fax the completed form to +44 20 7900 3970