

Бизнес-план открытия "островка красоты" в ТРЦ/ТЦ

<https://marketpublishers.ru/r/O50BD827FD1RU.html>

Дата: 02.10.2018

Страниц: 58

Цена: 22 500 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: O50BD827FD1RU

Описание

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

Идея проекта: открытие «островка красоты» (точка предоставления услуг индустрии красоты класса LUX) с целью создания сети предоставления сервиса по предоставлению высококачественных услуг маникюра и макияжа в крупных торговых центрах г.***.

Основные направления деятельности:

Услуга маникюр:

М-маникюр (классический, комбинированный, мужской, снятие покрытия, коррекция);

М-покрытие (Luxio один цвет, OPI один цвет, лечение ногтей IBX, укрепление гелем);

М-дизайн Luxio и OPI (легкий, средний, сложный, GEL PLAY GLITZ, Pixie Swarovski, моделирование).

Услуги брови, ресницы (коррекция, моделирование, окрашивание ELAN).

Услуга макияж (экспрес, дневной, вечерний).

Курс обучения мастеров маникюра (базовый, повышение квалификации).

Сертифицирование мастеров маникюра.

Рыночная ситуация:

1. Проект актуален, так как предлагаемые услуги востребованы и, по мнению экспертов, индустрия красоты в России переживает этап изменений, очищается от устаревших форматов. Современные требования рынка в направлении услуг маникюра, макияжа, услуг ресницы, брови совпадают с предложением проектируемого «Островка красоты».
2. Наименьшую концентрацию салонов красоты, представляющих услугу «маникюр и педикюр», на 100 тыс. чел. имеет *** г. *** – 33 ед., который рекомендуется для размещения «островка красоты».
3. Рекомендовано размещение «островка красоты» в крупных ТЦ/ТРЦ. Крупный торговый объект позволяет привлечь гораздо больше потенциальных покупателей: ТЦ/ТРЦ предлагают широкий ассортимент товаров потенциальному покупателю, возможность выбора; развлекательные зоны ТРЦ являются отличным генератором потока посетителей.
4. В больших торговых центрах в *** г. *** уже работают сервисы предлагающие подобные услуги, но это не помешает успешной реализации проекта. Расчетная целевая аудитория составляет *** чел.

Конкурентное окружение:

В качестве основных конкурентов «островка красоты» рассмотрим предприятия, работающие в ТЦ/ТРЦ, обладающие аналогичными/сходными качественными, ценовыми, ассортиментными характеристиками. Для оценки стоимости услуг выбран «Классический аппаратный маникюр без нанесения покрытия».

Конкурентные преимущества «островка красоты»:

1. Использование высококачественных гипоаллергенных материалов (MAC, ANASTASIA, LUXIO, O.P.I.).
2. Специальная программа, которая даёт возможность каждому мастеру повысить свой профессиональный уровень, раскрыть талант, а также поделиться опытом с другими мастерами.
3. Наличие бесплатного для клиентов и персонала мини-бара.

Выдержки из исследования

Рынок ногтевого сервиса

Согласно исследованию Левада-центра, регулярно делают маникюр ***% российских женщин, а ***% не забывают и о педикюре. Эксперты единогласно предсказывают динамичное развитие этого сегмента индустрии красоты.

По данным РБК, несмотря на кризис, рынок индустрии красоты в период с 2010 по 2016 г. показывает неуклонный рост. Суммарный оборот предприятий и организаций в 2015 г. составлял *** млрд. руб., тогда как в 2010 г. – всего *** млрд руб. То есть показатели рынка выросли более, чем в 5 раз. Емкость сферы маникюрных услуг за тот же период выросла на ***%.

Количественный объем рынка ногтевого сервиса показывает ежегодный рост. Доля спроса маникюрных услуг составляет около ***%. Более того, финансовый кризис не оказывает существенного влияния на поведение потребителей услуг ногтевого сервиса. Согласно опросу ВЦИОМ, проведенному в 2015 году, всего лишь ***% клиентов был вынужден отказаться от регулярных посещений мастера маникюра из-за повышения цен.

Росту популярности услуг ногтевого сервиса способствует рост доступности процедур, увеличение количества специализированных студий. В рамках жесткой конкуренции, предприятия снижают цены, часто прибегают к демпингу, либо популярным сегодня сервисам купонов. Наибольшим спросом пользуются купоны на маникюр и педикюр. На эти процедуры приходится ***% всех покупок в категории «Красота».

Интерес к данной сфере растет в мире в целом. Как показывает отчет Grand View Research Inc, глобальный рынок покрытий для ногтей достигнет \$*** млрд. к 2024 г., увеличиваясь на ***% в год. Рынок прочей косметики для ухода за руками также показал стабильный рост в ***% в период с 2014 по 2017 гг.

Сегодня рынок услуг ногтевой индустрии является достаточно наполненным. Наибольшая наполненность рынка салонов красоты присутствует в г. *** (103 салона на 100 тыс. человек), г. *** (96 салонов на 100 тыс. человек) и г. *** (80 – на 100 тыс. человек). г.*** и г. *** имеют 78 и 77 салонов на 100 тыс. человек соответственно. Причем, практически каждый салон имеет кабинет ногтевого сервиса.

Одной из главных тенденций последних лет на рынке красоты является появление большого количества узкоспециализированных предприятий. Это касается и услуг салонов оформления бровей и ресниц, и соляриев, но в особенности, студий маникюра и педикюра.

Популярность такого типа салонов можно объяснить психологическим фактором. В представлении клиента, ногтевой сервис в профильном салоне будет более качественным и быстрым, поскольку упор делается на оказание конкретных услуг, мастера привыкли ежедневно иметь дело с подобными процедурами, и скорее всего, знакомы с последними тенденциями.

Наиболее распространенным способом входа на рынок моно-салонов ногтевого сервиса является франчайзинг. На федеральном уровне безусловным лидером является сеть студий ***, которая насчитывает более 170 точек в 20 городах. Сеть *** из Новосибирска имеет 52 салона в 20 городах. Петербургская сеть *** – 28 работающих и 17 студиях на стадии запуска. Также существует множество региональных сетей, таких как московские Express Nails, Funky Nails, Nail Sunny, петербургские Кисточки, Candy, кемеровская Nail Bar, и многие другие.

Что касается формата салона, одним из наиболее распространенных является так называемый, «нейл-бар». Они обычно располагаются в торговых и бизнес центрах, и представляют собой ряды рабочих мест, установленных в местах с наиболее высокой проходимостью. Тем не менее, и традиционный формат помещения с отдельным входом с улицы является довольно распространенным для специализированного салона ногтевого сервиса.

Довольно сильную конкуренцию франшизам и моно-салонам составляют частные мастера. Подсчитать их точное количество не представляется возможным, но как показывают данные поставщиков материалов для маникюра и педикюра, розничные продажи через специализированные магазины составляют едва ли не 25% от общего оборота.

С точки зрения ценовой политики, можно выделить 3 большие группы салонов: эконом-класс, средний сегмент (бизнес-класс), а также люксовые салоны.

Диаграмма 1. Структура салонов по ценовому сегменту, г. ***, %

Каждый из сегментов имеет свою целевую аудиторию и рассчитан на различный поток клиентов. Наибольший охват имеют специализированные ногтевые студии среднего сегмента (особенно сетевые салоны, франшизы). В силу своей узкой направленности они представляют наиболее обширный спектр услуг по маникюру, как правило следят за тенденциями, а зачастую и создают новые. Однако такие салоны не претендуют на эксклюзивность своих услуг, являются доступными для широкой категории потребителей,

не отпугивают студенток высокой ценой, но и привлекают деловых женщин подчеркнутым профессионализмом. Среди недостатков таких салонов можно назвать высокую загруженность, зачастую время посещения нужно резервировать заранее. При обеспечении достаточного количества мастеров и рабочих мест, такие салоны легко могут обеспечить большой поток «спонтанных» клиентов

У салонов сегментов люкс и эконом есть общая черта, они, как правило, предоставляют только базовые услуги маникюра и педикюра. Такие студии зачастую являются многофункциональными, и ногтевой сервис является дополнительной услугой.

В эконом-салоны зачастую приходят работать начинающие мастера «набивать руку». Но часто это приводит к увеличению времени процедуры, а также низкому качеству услуг. Главным плюсом таких салонов является большой поток клиентов. При довольно низком среднем чеке, рентабельность бизнеса остается по-прежнему довольно высокой.

Салоны класса люкс предоставляют базовые услуги по высоким ценам, делая акцент на эксклюзивности и элитарности. Здесь зачастую работают мастера- «звезды»: победители конкурсов, преподаватели школ маникюра, профессионалы высочайшего уровня. При минимальном потоке клиентов здесь может быть самый высокий средний чек.

Оценка потенциального рынка

На сегодняшний день в г. *** работает *** предприятий различного уровня, предоставляющих услуги маникюра, макияжа, услуги ресницы, брови. Информация по предприятиям отобрана для анализа в разрезе услуг: «маникюр и педикюр», «ресницы и брови», «визажист».

Диаграмма 2. Количество сервисов красоты в разрезе услуг, г. ***, ед.

Важно отметить, что сегментировать компании строго по одной категории достаточно сложно, так как имеет место перекрестное сегментирование, когда одно и то же предприятие, предоставляя комплекс услуг, относит себя к разным сервисам. Среди рассмотренных услуг наибольшее количество предложений в направлении «маникюр и педикюр» – *** предприятий, что в процентном соотношении составляет ***% выборки.

Так как основной услугой «островка красоты» является «маникюр и педикюр», то распределение салонов по районам г. *** будет проведено по данному критерию.

Диаграмма 3. Салоны красоты, предоставляющие услугу «маникюр и педикюр» в разрезе районов г. ***, %

Для определения наиболее перспективного района для размещения «островка красоты» произведем расчет количества салонов на 100 тыс. чел.

Таблица 1. Количество салонов красоты предоставляющие услугу «маникюр и педикюр», на 100 тыс. чел. в разрезе районов г. ***

Таким образом, наименьшую концентрацию салонов красоты, представляющих услугу «маникюр и педикюр», на 100 тыс. чел. имеет *** – 33 ед.

Для оценки потенциального рынка «островка красоты», рассмотрим крупные ТРЦ/ТЦ, расположенные в ***.

Согласно данным, размещенным на сайтах этих ТЦ/ТРЦ, во многих из них уже работают сервисы красоты, в том числе, предлагающие услуги, которые предоставляет «островок красоты».

Таблица 2. Потенциал рынка по размещению «островка красоты»

Целевая аудитория проекта

Для оценки целевой аудитории «островка красоты», рассмотрим сегмент, который удовлетворяет критериям, указанным ниже.

Потенциальные потребители:

достаток выше среднего;

возраст от 16 до 54 лет;

гендер (преимущественно женщины, а также мужчины).

Используя официальную информацию, размещенную на сайте Федеральной службы статистики, выполним расчет потенциальной аудитории проекта. Учитывая, что официальная информация не содержит разрезов необходимых для точного расчета, полученный результат будет носить приблизительный характер.

Таблица 3. Расчет потенциальной аудитории «островка красоты»

Содержание

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ, ДИАГРАММ, РИСУНКОВ

Резюме проекта

РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

- 1.1. Суть и идея проекта
- 1.2. Миссия проекта и позиционирование
- 1.3. Требования к размещению
- 1.4. Направления деятельности

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА

- 2.1. Рынок ногтевого сервиса
 - 2.2. Оценка потенциального рынка
 - 2.3. Целевая аудитория проекта
- Вывод по результатам анализа рынка

РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ

РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

- 4.1. Сайт
- 4.2. Поисковое продвижение сайта
- 4.3. Контекстная реклама
- 4.4. Сообщества в социальных сетях

РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

- 5.1. Помещение
- 5.2. Оборудование
- 5.3. Персонал

РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

- 6.1. Допущения, принятые для расчетов
- 6.2. Сезонность

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

РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА

- 7.1. Анализ чувствительности
 - 7.2. Анализ безубыточности
- ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»**

ИЛЛЮСТРАЦИИ

Диаграмма 1. Структура салонов по ценовому сегменту, г. ***, %

Диаграмма 2. Количество сервисов красоты в разрезе услуг, г. ***, ед.

Диаграмма 3. Салоны красоты, предоставляющие услугу «маникюр и педикюр» в разрезе районов г. ***, %

Диаграмма 4. Цена услуги-индикатора «Классический аппаратный маникюр без нанесения покрытия», руб.

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1 .Прейскурант «островка красоты»

Таблица 2. Количество салонов красоты предоставляющие услугу «маникюр и педикюр», на 100 тыс. чел. в разрезе районов г. ***

Таблица 3. Потенциал рынка по размещению «островка красоты»

Таблица 4. Расчет потенциальной аудитории «островка красоты»

Таблица 5. Профиль конкурентного проекта «***»

Таблица 6. Профиль конкурентного проекта «***»

Таблица 7. Профиль конкурентного проекта «***»

Таблица 8. Профиль конкурентного проекта «***»

Таблица 9. Профиль конкурентного проекта «***»

Таблица 10. Расчет конкурентной силы

Таблица 11. Оборудование

Таблица 12. Штат персонала

Оформление заказа

Product name: Бизнес-план открытия "островка красоты" в ТРЦ/ТЦ

Product link: <https://marketpublishers.ru/r/O50BD827FD1RU.html>

Цена: 22 500 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/O50BD827FD1RU.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