

Jeden adres, dwa razy więcej możliwości

Agnieszka Miąsek postanowiła poszerzyć ofertę swojego salonu kosmetycznego. Zdecydowała się na franczyzę Depilacja.pl. Dlaczego?

Branża beauty w Polsce jest ciekawa, dochodowa – należy do najszybciej rosnących w Europie. Wartość rynku kosmetycznego w 2024 roku przekroczyła 35 mld zł, a prognozy wskazują na stabilny wzrost w kolejnych latach. Agnieszka Miąsek weszła w nią w trudnym momencie – w 2020 roku, czyli na początku pandemii otworzyła na warszawskiej Pradze salon urody pod szyldem Yasumi. – Budowanie biznesu w tym okresie nie było łatwe – nie ukrywa właścicielka salonu. – Ruch był bardzo okrojony, ze względu na obostrzenia i niepewność panującą wśród ludzi. Powoli i mozolnie budowaliśmy też świadomość marki i oferty wśród okolicznych mieszkańców. Ale przetrwaliśmy.

Pani Agnieszka stwierdziła też, że rynek warszawski, na którym działa, jest wymagający. – Przede wszystkim panuje na nim duża konkurencja i duże rozproszenie – wyjaśnia franczyzobiorczyni. – Jest tu wiele niezrzeszonych gabinetów, zarówno z zakresu medycyny estetycznej, jak i salonów urody czy kosmetycznych.

Nasza rozmówczyni przyznaje, że to właśnie rynek skłonił ją do poszerzenia oferty o nowy koncept z branży beauty. – Klienci są dziś bardzo wyedukowani, cenią sobie wysoką jakość usług, ale też poszukują nowości – zauważa. – Dodatkowo w naszej branży dużą rolę gra wygoda klientów. A oni przede wszystkim chcą mieć gabinet blisko domu lub pracy. Nie lubią, zwłaszcza po niektórych zabiegach, daleko dojeżdżać. Chcą mieć możliwie duży zakres usług jak najbliżej.

ZAUFANY FRANCYZODAWCA

Pani Agnieszka pomyślała więc o drugiej nodze biznesowej. Jej wybór padł na markę Depilacja.pl.

– W naszym salonie świadczymy usługi kosmetyczne, ale chciałam też zacząć zarabiać na depilacji laserowej – mówi franczyzobiorczyni. – Oferta Depilacja.pl jest bardzo profesjonalna, opiera się na najnowocześniejszych technologiach. Widziałam, że koncept podąża za oczekiwaniami klientów, jest nowoczesny. A jeśli francyzodawca podąża za trendami rynkowymi, wsłuchuje się w oczekiwania klientów i unowocześnia ofertę, przekłada się to również na atrakcyjność i konkurencyjność biznesu francyzobiorcy.

Dlatego w lipcu tego roku zdecydowała, że poszerzy ofertę swojego salonu, dołączając do niej usługi depilacji laserowej pod szyldem Depilacja.pl. Marka chętnie nawiązuje współpracę z działającymi salonami kosmetycznymi, które chcą wzbogacić zakres swoich usług. Ale robi to w sposób bardzo świadomy i dobrze przygotowany. – Dołączenie szyldu i oferty Depilacja.pl do mojego salonu nie było tylko formalnością – zastrzega franczyzobiorczyni. – Owszem, wiedziałam, jakie korzyści płyną z tego połączenia – możliwość konwersji klientów z mojego salonu na depilację oraz z depilacji na inne usługi kosmetyczne. Decyzja była jednak poprzedzona analizą, czy na pewno w mojej lokalizacji to będzie uzasadnione biznesowo. Musiałam się upewnić, czy to ma sens.

INTENSYWNE PRZYGOTOWANIA

Analizy wypadły pomyślnie. Właścicielka wraz z zespołem przeszła intensywne szkolenia, zorganizowane przez francyzodawcę. Trwały one cały tydzień, codziennie po osiem godzin, ale franczyzobiorczyni nie musiała zamykać salonu na ten czas. – Udało nam się pogodzić szkolenie wstępne z pracą – uśmiecha się.

W gabinetach Depilacja.pl zabiegi wykonuje się za pomocą innowacyjnego lasera diodowego SPEC3

MAŁ PIASOWE



AGNIESZKA MIĄSEK,
franczyzobiorczyni Depilacja.pl

Klienci są wymagający

Klienci są dziś bardzo wyedukowani, cenią sobie wysoką jakość usług, ale też poszukują nowości.

Hybrid, wyposażonego w system SHR in motion. Franczyzobiorczyni i jej kosmetołżki poznały zasady działania i obsługi lasera oraz przeszły szkolenia praktyczne. Zapoznały się też z obsługą autorskiego systemu CRM Depilacja.pl do zarządzania sprzedażą i gabinetem. – Przeszliśmy szkolenia sprzedażowe, m.in. z dopasowania pakietów oraz przygotowywania indywidualnych ofert dla klientów. To było dla mnie bardzo wartościowe, myślę, że przełoży się też na pracę z wszystkimi moimi klientami – podkreśla franczyzobiorczyni.

W ramach rozpoczęcia współpracy z Depilacja.pl otrzymała od francyzodawcy nowoczesne urządzenie do depilacji laserowej. Nie musiała robić remontu salonu ani go powiększać. Nie musiała też zatrudniać

dodatkowych pracowników. – Mamy cztery gabinety, ale nie są w 100 proc. codziennie zapełnione. Uzupełniliśmy grafik naszych dotychczasowych zabiegów o zabiegi depilacji laserowej – mówi Agnieszka Miąsek.

SILNE WSPARCIE

Kampania marketingowa, uruchomiona przez centralę Depilacja.pl, spowodowała, że pierwsi klienci kupowali pakiety depilacji przez stronę internetową, przez infolinię i zapisywali się na zabiegi jeszcze przed oficjalnym uruchomieniem usługi w salonie. – Wsparcie marketingowe, jakie zapewnia francyzodawca, jest bardzo silne i dla mnie bardzo ważne. Jako właścicielka jestem w stanie wiele zrobić i wiele zaproponować, ale profesjonalna pomoc ze strony centrali jest



bezcenna – podkreśla Agnieszka Miąsek. – Pierwsi klienci trafiali do nas także poprzez infolinię, która działa bardzo prężnie. Oczywiście wiem, że główny ciężar, jeśli chodzi o sprzedaż, będzie spoczywał na salonie, ale przez cały czas trwania umowy będziemy mieli dopływ klientów z infolinii oraz sprzedaż online poprzez stronę internetową Depilacja.pl. To daje poczucie bezpieczeństwa.

Franczyzobiorczyni ceni sobie też niezastąpioną pomoc opiekuna, który jest stałym, codziennym wsparciem jej salonu. Wysoko ocenia też wiele nowoczesnych rozwiązań, ułatwiających pracę. – Z zakresu standardów obsługi klienta – mówi franczyzobiorczyni. – Są to rozwiązania, które upraszczają i przyspieszają wiele procesów.

Agnieszka Miąsek ma także nadzieję, że poszerzenie oferty jej salonu będzie miało pozytywny wpływ na jej zespół pracowników. – W branży beauty jest bardzo duża rotacja pracowników – nie ukrywa. – Dla pracodawcy to kłopot, bo musi wyszkolić nowych, poświęcić na to czas i pieniądze. Poszerzenie oferty salonu oraz kompleksowe wsparcie marketingowe i operacyjne Depilacja.pl to szansa na przyciągnięcie nowych klientów, co przekłada się na lepsze wyniki finansowe, na czym skorzystają także moje kosmetolożki.

OFERTA SKROJONA WEDŁUG POTRZEB

Depilacja.pl funkcjonuje na rynku beauty od dziewięciu lat. Ma salony w 40 miastach w Polsce i plany na kolejne otwarcia. Marka stawia na własną technologię depilacji laserowej oraz zintegrowany system zarządzania CRM. Ponadto oferuje dodatkowe narzędzia:

infolinię (która sprzedaje, potwierdza wizyty i odpowiada na pytania klientów), sprzedaż online przez stronę internetową i mobilną aplikację z programem lojalnościowym, co pomaga w pozyskaniu nowych klientów na rynkach lokalnych w całej Polsce. – Nasze gabinety funkcjonujące w sieci franczyzowej pokazują, że oferta jest konkurencyjna, idealnie dostosowana do zapotrzebowania salonów kosmetycznych w większych i mniejszych miastach. Nie wymagamy remontu gabinetu. Urządzenie, jego serwis, szkolenia i wsparcie opiekuna jest bezpłatne. Dodatkowo dostarczamy nowych klientów do partnerów poprzez sprzedaż online oraz infolinię, co buduje znaczącą przewagę gabinetów na lokalnym rynku – mówi Kamil Miciałkiewicz, franchise growth manager Depilacja.pl.

Franczyza Depilacja.pl to biznes adresowany do właścicieli już funkcjonujących salonów kosmetycznych, chcących poszerzyć swoją ofertę o depilację laserową oraz kosmetologów i kosmetyczki planujące otwarcie własnego biznesu. – Znamy problemy salonów kosmetycznych m.in.: nieregularność wizyt i puste miejsca w grafiku, brak środków na zakup i późniejsze serwisowanie profesjonalnego sprzętu do depilacji laserowej, brak wystarczającej wiedzy na temat marketingu internetowego, który wymaga ciągłej aktualizacji. Dlatego tak stworzyliśmy ofertę, aby kompleksowo odpowiedzieć na szerokie zapotrzebowanie, dając technologię m.in.: urządzenie laserowe SPEC3 Hybrid, autorski CRM, system sprzedaży online, klientów i rozpoznawalną markę Depilacja.pl jako partnera – podkreśla Kamil Miciałkiewicz. – Zysk z biznesu na rynku beauty nie jest oparty wyłącznie na samym urządzeniu. Aby zarabiać, potrzebujemy połączyć je z wiedzą, know-how Depilacja.pl, wysoką jakością obsługi i tym, co tylko my oferujemy na rynku beauty: systemem opartym na nowoczesnej technologii, sprzedaży e-commerce, łączącym zarządzanie i marketing oraz pozyskiwanie nowych klientów.

Rozpoczęcie współpracy z siecią franczyzową Depilacja.pl w programie Salon Plus to inwestycja do 75 tys. zł netto. W tej kwocie franczyzobiorca otrzymuje laserowe urządzenie do depilacji, know-how operacyjne i marketingowe, szkolenia wstępne, stałe wsparcie na cały okres trwania współpracy. Nie ma stałych opłat miesięcznych. Franczyzobiorca rozlicza się według progów prowizyjnych, od 10 proc. za całościową sprzedaż usług wyłącznie depilacji laserowej realizowanej bezpośrednio w salonie, online i przez infolinię. Umowa franczyzowa podpisywana jest na trzy lata z możliwością przedłużenia na kolejny okres. ■

MONIKA WOJNIAK-ŻYŁOWSKA
mwojniak@franchising.pl