

CHCEMY BYĆ BEAUTY

Kamil Miciałkiewicz, franchise grow manager Depilacja.pl, zapewnia, że branża beauty w Polsce pozostaje jedną z najbardziej stabilnych gałęzi rynku usług. – W 2024 roku liczba salonów wzrosła o blisko 10 tys. – i to mimo rosnącej inflacji, presji kosztowej oraz spowolnienia konsumenckiego – mówi Kamil Miciałkiewicz. – W depilacji laserowej dynamika jest jeszcze wyższa – wzrosty rok do roku utrzymują się w przedziale 10-15 proc. Segment jest w fazie dojrzałego wzrostu, co oznacza, że popyt jest wysoki, klienci są świadomi, technologia przyspiesza, a salony korzystające z profesjonalnych systemów wygrywają z gabinetami, gdzie mamy samo urządzenie bez wsparcia technologicznego, operacyjnego, serwisowego i marketingowego. Coraz mniej działa cena, a coraz bardziej liczy się jakość obsługi oraz certyfikowanych urządzeń medycznych. Klienci chcą także zmian w ofercie – inwestują w zabiegi powtarzalne, przewidywalne i długoterminowe, takie jak depilacja laserowa. Jednocześnie oczekują wygody: łatwej rezerwacji online, rzetelnej obsługi na najwyższym poziomie.



KAMIL MICIAŁKIEWICZ,
franchise grow manager Depilacja.pl

Faza wzrostu

Segment depilacji laserowej jest w fazie dojrzałego wzrostu, co oznacza, że popyt jest wysoki, klienci są świadomi, technologia przyspiesza.

Depilacja.pl jest największą siecią depilacji laserowej w Polsce – ma obecnie 30 salonów. W ubiegłym roku marka wystartowała z projektem SALON+, opartym na własnych technologiach laserowych, centralnym marketingu 360° i nowych rozwiązaniach e-commerce, nowym CRM i panelu partnera, modelu rozliczeń, który znacząco wpływa na zysk partnera, pełnej automatyzacji procesów sprzedażowych i obsługi klienta w salonie. W tym modelu uruchomiono w 2025 roku sześć salonów. Na ten rok strategia marki zakłada otwarcie 24 nowych placówek oraz dalszy rozwój projektu SALON+, jako oferty premium.

Kandydatem na franczyzobiorcę Depilacja.pl może być osoba prowadząca już salon beauty, kosmetolog, który myśli o otwarciu własnego biznesu, ale też inwestor szukający stabilnego biznesu. Nie jest potrzebne doświadczenie w depilacji laserowej. – Wszystkiego uczymy i dajemy wsparcie przez cały okres współpracy – zapewnia Kamil Miciałkiewicz. – Wprowadziliśmy także nowe standardy szkoleń, procedury zabiegowe i usprawnienia w obsłudze klienta, np.: aplikację mobilną, tablet zamiast papierowych dokumentów, stałe wsparcie opiekuna dla właścicieli salonów oraz pracowników – wspieramy salony na wielu poziomach.

W programie SALON+, skierowanym do już działających salonów kosmetycznych, Depilacja.pl proponuje trzy modele współpracy. SALON+ Mini (12-30 mkw.), który można dołączyć do istniejącego salonu kosmetycznego bez zatrudniania dodatkowego personelu; SALON+ Standard (30-50 mkw.), który wymaga już dodatkowego personelu (2-3 osób) wykonującego usługi depilacji laserowej; SALON+ Premium (50-80 mkw.) przeznaczony do topowych lokalizacji. Każdy format opiera się na tej samej technologii i tych samych standardach. Inwestycja wynosi 75 tys. zł netto i obejmuje know-how, nowoczesne urządzenie laserowe Spec3 Hybrid z bezpłatnym serwisem (przez cały okres współpracy), przygotowanie lokalu, kampanie i materiały marketingowe, szkolenia personelu, autorski CRM, e-commerce: sprzedaż online dla gabinetu partnera, infolinię sprzedażową z opcją rezerwacji wizyt, aplikację mobilną oraz kompleksowe tygodniowe szkolenie wstępne. Depilacja.pl przeznacza dla nowego partnera 6 tys. zł na marketing przez pierwsze trzy miesiące. W ramach programu SALON+ możliwe jest również

uzyskanie dofinansowania do inwestycji w wysokości do 50 tys. zł. – W programie SALON+ placówka zwykle osiąga poziom rentowności operacyjnej już od pierwszego miesiąca, średnio w wysokości 15 tys. zł. Zwrot z inwestycji następuje standardowo do 12 miesięcy – dodaje Kamil Miciałkiewicz. – Salony z silnym wsparciem i dobrym, zaangażowanym zespołem potrafią osiągnąć zwrot szybciej.

Nasz rozmówca podkreśla, że przy stale rosnącej konkurencji na wciąż bardzo rozdrobnionym rynku prowadzenie biznesu bez sieciowego wsparcia staje się trudne. – Dzisiejszy rynek beauty premiuje strukturę, jakość i standaryzację. My dajemy silną markę, nasz laser do depilacji Spec3 Hybrid, profesjonalne technologie, centralny marketing, kampanie, standardy operacyjne i stałą opiekę biznesową – mówi Kamil Miciałkiewicz.

