
ЦИФРОВОЙ САЛОН КРАСОТЫ

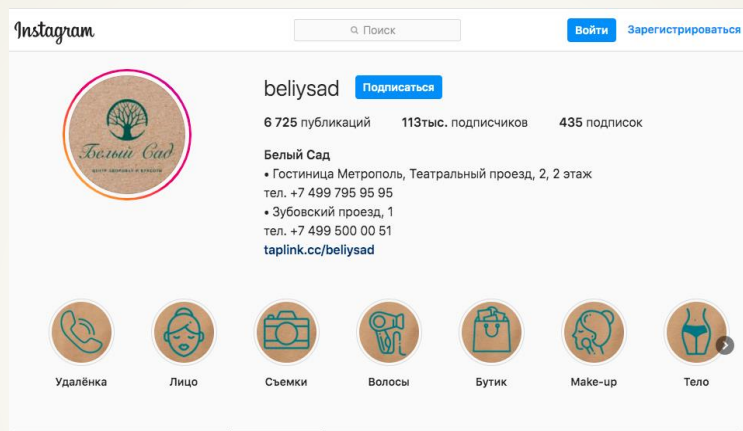
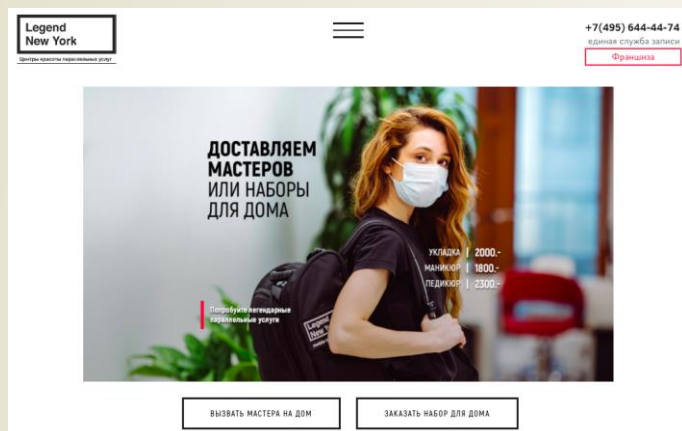
Турбулентность

- В условиях ограничений и самоизоляции многие привычные процессы сильно меняются
- Неизвестно, сколько продлится неопределенность
- При снижении доходов потребности все же остаются и требуют решений

Примеры адаптивных бизнесов

- Языковые школы, например, ALIBRA, давно проводят занятия лично и на онлайн-платформе
- Для многих торговых сетей, торговые залы и интернет-доставка гармонично дополняли друг друга
- Сегодня "цифровизируются" традиционные личностные направления, такие как фитнес и бьюти

Бьюти в онлайн



**МЫ ПОДБЕРЕМ ДЛЯ ВАС СРЕДСТВА
ДЛЯ ДОМАШНЕГО УХОДА
ЗА ВОЛОСАМИ, ЛИЦОМ И ТЕЛОМ,
А ТАКЖЕ УНИКАЛЬНЫЕ КОКТЕЙЛИ
ДЛЯ ОКРАШИВАНИЯ В ДОМАШНИХ УСЛОВИЯХ.**

DROROFF-ДОСТАВКА НА ДОМ, - БЫСТРО И БЕЗОПАСНО!



Салоны красоты и клиники уже оказывают удаленные консультации, подбирая продукцию для доставки или готовые наборы.

Пришел момент для полноформатного онлайн-салона красоты.

Что необходимо для цифровизации

- Цифровое пространство предприятия и бизнес-модель
- Цифровое позиционирование и маркетинг
- Цифровая платформа
- Цифровой продукт
- Логистические цепочки

"Цифровое пространство" и бизнес-модель

- В привычном мире предприятие ассоциируется с помещением и коллективом
- В онлайн требуется **пространство**: до конца клиент и сотрудники не понимают его, но оно эмоционально привлекательно для них
 - ✓ Например, пространство красоты Online-Hair объединяет тех, кто ценит преображение при любых обстоятельствах за самое короткое время
- Пространство отвечает на вопросы идеологии "Зачем?" концепции "Что это?", "Как оно работает?"
 - ✓ В любой точке мира Вы можете преобразиться или поделиться опытом своего преображения
 - ✓ Мы устанавливаем профессиональные связи между мастерами преображения разных уровней и культур
 - ✓ Передавая свой опыт и знания в онлайн-консультации, Вы получаете доход, а принимая опыт, как клиент, Вы получаете новое, уникальное ощущение себя
- Бизнес-модель отвечает на вопросы о способе заработка, о том, почему затраты на ресурсы окупят себя продажами

Цифровое позиционирование

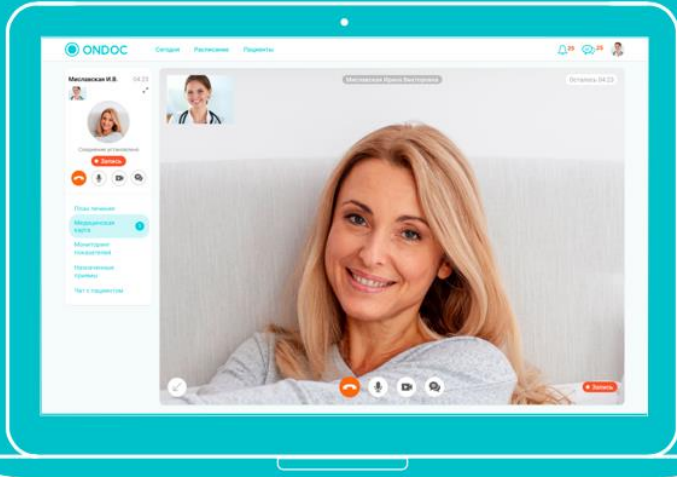
- В офлайн-бизнесе многое определяется удобством расположения
- В онлайн удобство у всех конкурентов сопоставимо, требуются ОТЛИЧИЯ от конкурентов
- Необходима специализация онлайн-салона, его ключевые компетенции, передаваемые на расстояние:
 - ✓ Укладки и завивки
 - ✓ Ежедневный уход за лицом (фейс-фитнес)
 - ✓ Стрижки
 - ✓ Окрашивания

Особенности




- Онлайн - салон красоты показывает клиентам то же, что и раньше:
 - ✓ Специалистов
 - ✓ Фото- и видео-портфолио
 - ✓ Статьи
- Но воспользоваться услугами клиент может СРАЗУ, без визита:
 - ✓ Сделать окрашивание под руководством специалиста
 - ✓ Провести сессию фейс-фитнеса
 - ✓ Получить консультацию о состоянии кожи и необходимом уходе

Цифровая платформа

- Где будут размещены данные и как будет организован интерфейс со всеми заинтересованными сторонами?
- Цифровая платформа аналогична помещению с рабочими местами для офлайн-салона красоты



The screenshot shows a web interface for 'ONDOC'. At the top, there are navigation tabs: 'Список', 'Рабочее место', and 'Профиль'. The main area features a video call window with a doctor on the left and a patient on the right. The patient is a woman with blonde hair, smiling. Below the video call, there is a sidebar with a list of services: 'Консультация', 'Медицинский анализ', 'Медицинский обследование', 'Управление здоровьем', and 'Чат с доктором'. The interface is clean and modern, with a light blue and white color scheme.

-  Консультации любого формата: аудио, видео, чат
-  Подключение за 1 день
-  Соответствует требованиям законодательства

** - схожий пример из индустрии медицинских услуг*

Цифровой продукт

- Онлайн-консультация, проведенная под брендом онлайн-салона, требует:
 - ✓ Проработанного сценария
 - ✓ Стандарта взаимодействия
 - ✓ Управляемого расписания
 - ✓ Истории взаимодействия клиента, личного кабинета
- Требуется предварительная работа, чтобы эмоции и удовлетворенность клиентов приблизились к уровню обычного салона

Логистические цепочки

- По результатам работы с клиентом на онлайн-консультации (или до нее), обычно необходим механизм доставки продукции
- Масштаб сразу необходим федеральный, в перспективе - международный
- Для некоторых услуг целесообразны специально сформированные наборы

Мы предлагаем цифровую трансформацию Вашего салона красоты. Трансформация будет включать 4 стадии:

1. Выработка наиболее подходящей Вам концепции, линейки услуг и товаров и позиционирования в онлайн
2. Создание эффективного цифрового продукта (сценариев, стандартов взаимодействия и т.д.)
3. Выбор и интеграция IT составляющих цифрового продукта (CRM – миграция данных из Вашей системы; Billing; Booking; личный кабинет клиента; интернет-магазин – опционально; видео-конференц связь; блоги; интеграция с соцсетями; бизнес-аналитика; инструменты визуализации образа, и т.д.)
4. Запуск Вашего онлайн-салона, организация расширения аудитории/ клиентской базы – составление маркетинговых материалов, продвижение в различных каналах, привлечение новых клиентов

Подход к реализации

- Стоимость услуг и порядок оплаты обсуждаются индивидуально, в зависимости от задач. Главная цель – максимально эффективно создать комплексный ИТ сервис, обеспечить экономию времени и затрат по сравнению с самостоятельной реализацией
- Возможен вариант поэтапной оплаты по мере внедрения функционала, позволяющий начать использовать сервис для получения дохода
- После запуска продукта и начала его монетизации, владелец цифрового салона красоты может взять на себя соответствующие затраты и продолжить дальнейшее развитие сервиса

Команда



Юрий Нефедов

- Образование: МЭСИ, Информационные системы в экономике, 1997
 - Кандидат экономических наук
 - Доцент РЭУ им. Г.В.Плеханова, БК Цифровой экономики
- Научный руководитель факультатива «Мультимоделирование цифровой экономики»
- Преподаватель Международной школы Keune Design
<https://academykeune.ru/teachers/nefedov-yurij-viktorovich/>
- Специалист по системам управления с 50+ успешными кейсами (в спа крупнейший проект - «Биосфера» (2011-2012), сейчас у текущих клиентов есть спа-зоны (Health Club)
- Автор собственной методики по увеличению чистой прибыли на предприятиях индустрии красоты и здоровья
- Автор бестселлера "Секреты прибыли салона красоты: руководство для практикующих директоров"
- Соавтор книги «Администратор: 5 верных шагов к успеху»
- Спикер бьюти-форумов и конференций, в т.ч. KI, NailExpo, Intercharm
- Более 10 лет в бьюти-консалтинге
- Провел более 40 семинаров по управлению салонами красоты в Москве, Екатеринбурге, Минске, Воронеже, Челябинске, Нижнем Новгороде и других городах

Команда



Андрей Афанасьев

- Образование: МГУ им. М.В. Ломоносова, Институт стран Азии и Африки, социально-экономическое отделение, 1999
 - Специализация – экономгеография, китайская филология
- Руководитель консалтинговой компании Strategic Choice Advisory, фокусирующейся на работе с клиентами из стран Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) в России и других странах. Спектр услуг – ТЭО, повышение операционной эффективности, стратегия, сделки M&A
- Одной из ключевых областей отраслевой специализации является сфера медицины и здоровья, где командой за последние 10 лет было реализовано около 30 проектов
- Избранные реализованные проекты:
 - Стратегия и план выхода японского лидера рынка иммуноонкологии (стволовые клетки, дендритные онко-вакцины) в Россию
 - План защиты ведущего российского фармпроизводителя (диетология) от претензий регулятора в связи с поставками из ЕС действующего вещества из КНР
 - Концепция, оценка целесообразности и консультирование по открытию японского реабилитационного центра во Владивостоке
 - Стратегия и повышение эффективности российского бизнеса в сфере медицинского оборудования, реагентов и ПО; концепция центра женского здоровья в России для японского лидера рынка
 - Оценка целесообразности выхода на российский рынок бьюти-дринков и смежных товаров для ведущего японского производителя
 - Стратегия на рынке дерматологии и косметологии для производителя терапевтического оборудования с использованием плазменных технологий
 - Стратегия экспансии в России, Индии, на Ближнем Востоке и в АТР для крупного производителя диагностического и физиотерапевтического оборудования в сегменте mHealth; СП в Индии и ОАЭ

Спасибо за внимание!