



Zdrowie i uroda zawsze w cenie

Ani koronawirus, ani zawirowania gospodarcze nie powstrzymały sieci działających w sektorze uroda i fitness przed rozwojem. Chęć inwestycji w salony urody, fryzjerskie, masażu czy kluby fitness wśród przedsiębiorców rośnie.

DOMINIKA PRONARSKA
dpronarska@franchising.pl

Rośnie sieć franczyzowa

Do końca roku DepilConcept chce mieć 70 salonów, na razie jest ich 59.

Zawsze, gdy przychodzi kryzys, konsumenci w pierwszej kolejności rezygnują z usług. Kiedy trzeba ograniczać wydatki, okazuje się, że nie są one elementem niezbędnym do życia. Jednak ta zasada nie zawsze się sprawdza. Usługi działające w sektorze urody i fitnessu cieszą się coraz większym zainteresowaniem, choć czasy mamy trudne i niepewne. Ludziom zależy dzisiaj na dobrym zdrowiu i wyglądzie. Dwa lata spędziliśmy w domu, dlatego tym bardziej chcemy o siebie zadbać. W efekcie, choć pandemia wielu konceptom działającym w sektorze urody i fitnessu nieźle dała w kość przez lockdowny, to dzisiaj na nowo rozkwitają. Klienci nie żałują pieniędzy na poprawę swojej kondycji i urody. Szczególnie optymistycznie w przyszłość patrzą studia treningu EMS. Takich konceptów na rynku pojawia się coraz więcej. Ich właściciele przekonują jednak, że rynek w Polsce wciąż jest nienasycony.

– Przykładowo w Niemczech jest kilka tysięcy obiektów oferujących trening EMS. W Polsce jest to zaledwie kilkaset placówek. Biorąc pod uwagę rosnące zainteresowanie klientów tą innowacyjną metodą treningową, na naszym rynku wciąż jest miejsce na rozwój własnych

inwestycji w tej branży – mówi Bartłomiej Stanek, właściciel Studio Synergy EMS.

Świetnie radzą sobie także inne koncepty. Na przykład DepilConcept w tym roku notuje rekordy sprzedaży swoich usług.

O dobrym klimacie dla biznesu w sektorze urody i fitnessu świadczy także fakt, że na rynku pojawiają się też nowi franczyzodawcy. W minionym roku na rozwój we franczyzie zdecydowali się właściciele Football Arena, pneumatycznych hal sportowych.

W branży urody i fitness sytuacja wygląda więc dobrze. Jak radzą sobie poszczególni franczyzodawcy?

REKORDOWE WYNIKI

Kryzys na Ukrainie i wysoka inflacja nie zniechęciły klientek sieci DepilConcept do korzystania z usług trwałej depilacji.

– Wręcz przeciwnie, nasze salony w ostatnim czasie notują rekordowe wyniki. W tym roku odnotowaliśmy najwyższą sprzedaż w całym dziesięcioleciu istnienia naszej marki – mówi Kamil Miciałkiewicz, menedżer do spraw rozwoju sieci DepilConcept Polska. W ubiegłym roku średnia sprzedaż w gabinetach

franczyzowych zwiększyła się o 56 proc. w stosunku do roku 2020.

– Tak dobre wyniki udało się wypracować między innymi dlatego, że nawet w czasie pandemii nie rezygnowaliśmy z kampanii reklamowych. Mniejsze gabinety, działające w pojedynkę, w takich momentach myślą o tym, żeby zaoszczędzić i okroić swoje działania w tym zakresie. My realizujemy działania reklamowe nawet w czasach, kiedy inni ograniczają budżety. Cały czas staramy się docierać do naszych klientów – mówi Kamil Miciałkiewicz.

Twierdzi, że firma cały czas realizowała też akcje specjalne, zachęcające do otwierania nowych salonów. – Ponadto dajemy duże wsparcie naszym salonom. Co miesiąc analizujemy biznesy franczyzobiorców w sieci i doradzamy jak skutecznie realizować nasze sprawdzone know-how. Jeśli pojawia się problem z wykonaniem wyznaczonego planu miesięcznego, dajemy rekomendacje do osiągnięcia danego celu, które przynoszą szybkie efekty. Poza tym nasze menedżerki regularnie wymieniają się doświadczeniami podczas spotkań online, które odbywają się raz na dwa tygodnie. Jesteśmy w stałym kontakcie z właścicielami, menedżerami oraz pracownikami przez cały okres współpracy franczyzowej – mówi Kamil Miciałkiewicz.

RENTOWNOŚĆ OD PIERWSZEGO MIESIĄCA

Bieżący rok zapowiada się jeszcze lepiej niż poprzedni. W kwietniu padł nowy rekord sprzedaży w jednym z salonów. Wypracował on aż 234 tys. zł. Aż 23 salony zakończyły miesiąc z wynikiem powyżej 100 tys. zł. Natomiast średnia sprzedaż w całej sieci wyniosła 94 tys. zł i jest najlepsza od początku działania DepilConcept w Polsce. W poprzednim roku średnie obroty salonów DepilConcept były na poziomie 60 tys. zł. Bardzo dobry wynik osiągnął też jeden nowo otwarty



KAMIL MICAŁKIEWICZ,
menedżer ds.
rozwoju sieci
DepilConcept
Polska

„
Każdy czas jest dobry

Nie ma dobrego i złego czasu na otwieranie biznesu. Pomimo że dzisiaj warunki gospodarcze wydają się trudniejsze, to salony DepilConcept bardzo dobrze sobie radzą.

salon. Już w drugim pełnym miesiącu funkcjonowania wypracował on obroty na poziomie powyżej 80 tys. zł. – To najlepsze potwierdzenie tego, że ten biznes jest rentowny już od pierwszego miesiąca – mówi Kamil Miciałkiewicz.

Kolejny salon, działający niecały rok, jedenasty miesiąc z rzędu notuje obroty powyżej 100 tys. zł. Zdaniem menedżera DepilConcept, nie ma dobrego i złego czasu na otwieranie biznesu. Pomimo że dzisiaj warunki gospodarcze wydają się trudniejsze, to salony DepilConcept bardzo dobrze sobie radzą.

– Najważniejsze jest to, żeby nie wstrzymywać się z decyzją, ponieważ samo otwarcie gabinetu trwa kilka miesięcy. Trzeba znaleźć lokalizację, wyremontować salon, a także zatrudnić i przeszkolić pracowników. Mając wsparcie franczyzodawcy, jest to zdecydowanie łatwiejsze i bezpieczniejsze – mówi Kamil Miciałkiewicz.

W sieci DepilConcept działa już 59 salonów, a kolejne dołączą lada chwila. Do końca roku firma chce ich mieć w sumie 70. Aby nawiązać współpracę z siecią, potrzebny jest wkład własny rzędu ok. 150 tys. zł. Mieści się tutaj opłata licencyjna oraz remont i wyposażenie lokalu. Standardowe opłaty miesięczne to 1,5 tys. zł opłaty marketingowej, 1,5 tys. zł franczyzowej oraz 500 zł za drugie urządzenie w salonie. Obecnie sieć ma ofertę specjalną dla nowych salonów, która potrwa co najmniej do końca wakacji. W jej ramach w pierwszym roku działalności nowy salon obowiązuje 1 tys. zł opłaty marketingowej i 1 tys. zł opłaty franczyzowej.

DepilConcept szuka partnerów w miejscowościach powyżej 40 tys. mieszkańców i tam, gdzie nie ma jeszcze salonów tej sieci. Zostało jeszcze także kilka miejsc w większych miastach.

