

Licencja **na urodę**

Wśród franczyzowych konceptów urodowych znajdziemy m.in. salony depilacji, masażu oraz oferujące różnego rodzaju usługi pielęgnacyjne, kosmetyczne i spa. Jak sobie radzą?

Ani inflacja, ani wojna za wschodnią granicą, nie powstrzymają kobiet przed pragnieniem tego, żeby dobrze wyglądać. Rynek nie zwalnia tempa, pomimo wysokiej inflacji. Na dobrą usługę, która spełni potrzeby i oczekiwania, kobiety zawsze znajdą pieniądze. A dzisiaj konceptów stawiających na dbanie o wygląd, przybywa. Co więcej, coraz chętniej odwiedzają je także mężczyźni.

DEPILCONCEPT PRZYSPIESZA

Największa w Polsce sieć salonów trwałej depilacji nie zwalnia tempa rozwoju. Portugalska marka uruchomiła 10 nowych punktów od początku roku i obecnie liczy 77 gabinetów. Kamil Miciałkiewicz, menedżer ds. rozwoju sieci DepilConcept Polska, mówi, że przygotowują się do otwarcia kolejnych 10 salonów marki. Twierdzi, że gabinety DepilConcept znakomicie radzą sobie na rynku mimo wysokiej inflacji. Obsługują ponad 20 tys. klientów miesięcznie, a obroty sieci sięgają 2 proc. całego rynku beauty w Polsce.

– Działamy w segmencie, który bardzo dynamicznie się rozwija i odczuwamy to w przychodach. Nasz

nowy miesięczny rekord sprzedaży w jednym salonie wynosi obecnie 305 tys. zł, a średni miesięczny zysk franczyzobiorcy to dziś około 20 tys. zł przy obrotach 74 tys. zł – mówi Kamil Miciałkiewicz.

Gabinety DepilConcept powstają zazwyczaj w miastach powyżej 40 tys. mieszkańców i tam, gdzie nie ma jeszcze salonów tej sieci. Zostało jeszcze także kilka miejsc w większych miastach. Grupą docelową gabinetów są głównie kobiety w wieku od 18 do 60 lat, jednak o usługi firmy coraz częściej pytają również mężczyźni.

– Gabinety trwałej depilacji to typ działalności, w której dzięki relacjom i profesjonalnym usługom franczyzobiorca może zbudować stabilny biznes oparty o lojalność klientek. Jest to możliwe, tym bardziej że zabiegi trwałej depilacji stały się usługami czysto higienicznymi, zaś gładka skóra wymaga dbania oraz regularności zabiegów. Jest więc powtarzalna i buduje lojalność – wyjaśnia Kamil Miciałkiewicz.

Optymalny lokal na gabinet DepilConcept powinien liczyć powyżej 70 m². Według założeń firmy, najlepiej sprawdzają się lokale przy ruchliwych ulicach w pobliżu centrum miasta. Bardzo dobrze radzą sobie również gabinety zlokalizowane w pasażach handlowych lub na dużych osiedlach.

– Nasz pomysł na biznes adresowany jest osób chcących zamienić etat na własny biznes, np. pracowników korporacji. W DepilConcept odnajdą się również mamy po urlopie macierzyńskim, partnerzy myślący o wspólnym biznesie, a nawet inwestorzy myślący o rozwoju na rynku beauty – mówi Miciałkiewicz.

Aby nawiązać współpracę z siecią, potrzebny jest wkład własny rzędu ok. 200 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. Zwrot z inwestycji w gabinet DepilConcept zajmuje średnio 12 miesięcy, ale bywa, że następuje to już po 4-6 miesiącach od otwarcia.



Optymalna lokalizacja
Gabinety DepilConcept powstają zazwyczaj w miastach powyżej 40 tys. mieszkańców i tam, gdzie nie ma jeszcze salonów tej sieci.



KAMIL MICIAŁKIEWICZ, menedżer do spraw rozwoju sieci DepilConcept Polska

Imponujący rekord

Nasz nowy miesięczny rekord sprzedaży w jednym salonie wynosi obecnie 305 tys. zł, a średni miesięczny zysk franczyzobiorcy to dziś około 20 tys. zł przy obrotach 74 tys. zł.

