

GŁADKIE ZYSKI

Inny segment branży beauty reprezentuje sieć DepilConcept, otwierająca gabinety trwałej depilacji. Jej wyniki wskazują, że Polki nie żałują pieniędzy na urodę. – Rok 2023 był najbardziej dynamiczny w naszej historii, pod kątem liczby nowych otwarć, których do początku grudnia było 20 oraz gabinetów w trakcie przygotowania, których także jest 20 – informuje Kamil Miciałkiewicz, menedżer ds. rozwoju sieci DepilConcept Polska. – Obroty od stycznia do października były wyższe o 30 proc. w stosunku do roku ubiegłego. Większość salonów ustanowiła swoje nowe rekordy sprzedaży i pierwszy raz w historii trzy placówki przekroczyły obroty powyżej 300 tys. zł. W każdym miesiącu obsługujemy ponad 23 tys. klientek.

Ten rok marka planuje zakończyć liczbą 90 salonów. Powstają w miastach powyżej 30 tys. mieszkańców, ale koncept planuje też wchodzić w miejscowości powyżej 20 tys. mieszkańców – jeśli będą miały odpowiedni potencjał rozwojowy.

U kandydata na franczyzobiorcę doświadczenie w branży nie jest konieczne. – Naszymi franczyzobiorcami są osoby wcześniej pracujące na etacie w korporacji, mamy po urlopie macierzyńskim, małżeństwa i pary będące w związku i szukające wspólnego pomysłu na biznes oraz inwestorzy, szukający atrakcyjnych zysków na rozwijającym się rynku beauty w Polsce – wylicza Kamil Miciałkiewicz. – Franczyzobiorcy mogą być menedżerami w salonie lub właścicielami zatrudniającymi profesjonalny zespół, który pracuje przy wsparciu operacyjnym i marketingowym naszej centrali.

Od momentu podpisania umowy do otwarcia salonu mijają zazwyczaj 2-4 miesiące. Przy podstawowym planie inwestycyjnym (Rental), próg wejścia rozliczany z franczyzodawcą wynosi 99,7 tys. zł netto, plus koszty remontu i dodatkowego wyposażenia. Szacowana całkowita wysokość inwestycji to ok. 250 tys. zł netto. Centrala ustala harmonogram prac, wyznacza koordynatora, pomaga w wyborze najlepszego lokalu, przygotowuje projekt, pomaga w rekrutacji pracowników. Przygotowuje materiały i narzędzia marketingowe oraz prowadzi kampanie reklamowe w celu pozyskania pierwszych klientek. – Na dwa tygodnie przed otwarciem salonu organizujemy tygodniowe szkolenie wstępne dla całego zespołu, uczymy teorii i praktyki związanej z naszym know-how oraz profesjonalnym wykonywaniem zabiegów – dodaje Kamil Miciałkiewicz.

W dniu otwarcia do salonu przyjeżdżają dwie osoby z centrali jako wsparcie. Przez pierwszy miesiąc biznes jest pod stałym monitoringiem i opieką zespołu operacyjnego oraz marketingu. – Po pierwszym miesiącu zespół przyjeżdża ponownie na dwudniowe szkolenie do centrali, na podsumowanie dotychczasowych efektów i wyników – informuje Kamil Miciałkiewicz. – Co ważne, prowadzimy dokładne analizy biznesowe każdego salonu. Jesteśmy w stałym kontakcie z franczyzobiorcami i managerami.

Przewidywany czas oczekiwania na zwrot z inwestycji to rok, ale niektóre salony osiągnęły go w sześć miesięcy. – Franczyzobiorca otrzymuje od nas gwarancję rentowności już od pierwszego miesiąca funkcjonowania salonu. Do pokrycia kosztów stałych wymagane jest pozyskanie 50-60 klientek w miesiącu – dodaje Kamil Miciałkiewicz.



**KAMIL
MICAŁKIEWICZ,**
menedżer
ds. rozwoju sieci
DepilConcept
Polska

Rekordy sprzedaży

Obroty w naszej sieci od stycznia do października były wyższe o 30 proc. w stosunku do roku ubiegłego. Większość salonów ustanowiła swoje nowe rekordy sprzedaży.