

SPA ? понятие, вошедшее в мировую практику оздоровления и релакса достаточно давно. Еще в 19 веке в России стали активно создаваться водные курорты для «оздоровления и поднятия жизненного тонуса организма», обеспеченные дамы и господа считали своим долгом выезжать ежегодно для лечения на воды (Кисловодск, Мацеста и т.п.), затем пришла эра повального строительства санаториев-профилакториев и развития отечественной школы бальнеотерапии, физиотерапии, релаксотерапии и т.п.

В последнее время система SPA рассматривается как часть жизни в стиле "велнесс".

Во всем мире предприятия SPA поражают воображение роскошью и великолепием. В SPA учитываются и используются всевозможные факторы гармонизации человека: окружающий пейзаж, климат, запахи, цвета и звуки, и т.п., т.е. делается все возможное для создания максимального комфорта и удобства. Ведь секрет успеха SPA кроется не столько в уникальных оздоровительных методиках, сколько в создании атмосферы душевного комфорта, расслабления и удовольствия, неисчерпаемых возможностях реабилитации.

Сегодня в России, и в Москве в частности, происходит настоящий бум в стремлении к здоровому образу жизни, а, следовательно, и к SPA-индустрии. В Москве действует порядка 850–1000 различных предприятий, так или иначе позиционирующих в ассортименте своих услуг и SPA-услуги.

Потенциальная емкость только московского рынка составляет не менее 6 500

SPA-предприятий различных форматов, в том числе и на территориях действующих салонов красоты. Общероссийский же рынок SPA-услуг оценивается в полмиллиарда долларов.

Последнее десятилетие ввело в мировой обиход термин «DAYSPA» (курорт одного дня). Это стало возможным при появлении широкого спектра косметологических и аппаратных средств омоложения и оздоровления организма, а также новых технологий и современного SPA-оборудования. Таким образом, SPA очень логично вписывается в условия современной агрессивной жизни, особенно в мегаполисах и городах, где количество нуждающихся в услугах SPA (и готовых платить за эти услуги) максимально.

Традиционно выделяются два подхода к созданию SPA: европейский и американский. Европейский вариант предполагает SPA, в основном, как курорт, американский ? как салон красоты.

Традиционные предпочтения россиян и уже накопленный в России SPA-опыт позволяют говорить о существовании концепции «русского SPA», основанного на отечественных достижениях оздоровительной и восстановительной медицины, народных традициях русской бани и финской сауны, мировых достижениях Старого и Нового Света. Предпочтения российских клиентов тяготеют к микшированию самых различных услуг в комфортном и привычном месте. В данной ситуации реорганизация салонного бизнеса для удержания постоянной клиентуры и расширения предлагаемого ассортимента услуг и, соответственно, повышения эффективности бизнеса является одним из наиболее «безболезненных» выходов в борьбе за клиента.

Сумасшедший ритм жизни, стрессы и ухудшение состояния окружающей среды резко

снижают жизненные силы и внутренние возможности человека, заложенные природой. В результате, намного раньше активируются физиологические процессы старения организма, разбалансировка и функциональные расстройства ведут, в свою очередь, к потере нормальной физиологической активности, как на физическом, так на психологическом и эмоциональном уровнях.

На исправленные с помощью SPA-процедур внутренние «показатели» организм реагирует совершенно адекватно: снижается неудовлетворение жизнью вообще, повышается самооценка, резко улучшается самочувствие, возвращаются почти забытая острота ощущений и быстрота реакции, повышаются способности к оценке текущей ситуации и облегчается процесс принятия решений и т.п. Все это формирует у клиента устойчивую «установку» на постоянное посещение SPA-предприятий, что формирует, в свою очередь, «корпус» поклонников и клиентов SPA-предприятий, которые, собственно, и определяют уровень развития предприятия, его экономическую эффективность.

Лидером в борьбе за право первенства в определенном сегменте индустрии красоты становится предприятие, владеющее не просто сформированной и отлаженной системой организации, а «глобализирующее» свой формат бизнеса, с одной стороны, и сохраняющее гибкость в отношении стремительно меняющейся рыночной ситуации, с другой. Индустрия красоты стремительно набирает темпы. Однако, предприятия, ранее занявшие нишу в конкретном сегменте (салоны красоты), часто оказываются не в состоянии быстро перестроить свой бизнес с учетом всех происходящих изменений.

Создание полномасштабного SPA-предприятия требует больших затрат на профессиональное оборудование и оснащение, значительных площадей и т.п., что могут позволить себе очень немногие. Напрашивается вполне закономерное решение вопроса – реорганизация салонного бизнеса, создание SPA-салонов и SPA-зон на территории

действующих салонов красоты. И, наконец-то, в России появились профессионалы, способные разрешить эту сложную задачу, разработать и воплотить концепции SPA с учетом уже существующего бизнеса, предложить экономичное профессиональное оборудование, вне зависимости от «метража» . Оказалось, что и на очень небольшой территории можно создать «райский» уголок для клиента и высокоэффективную территорию для владельца бизнеса.

Уникальные технологии позволяют предложить широкий ассортимент полноценных SPA-услуг, а владельцу предприятия создать экономически выгодную территорию в рамках существующего бизнеса, повысить лояльность клиентуры, расширить сервисную линейку услуг и привлечь новых клиентов.

Кроме того, в последнее время на рынке представлены индивидуальные экономичные концепты SPA, как для новых, так и для действующих предприятий бьюти-индустрии. Удивительно, что логичность и красота созданных концептов совершенно не соотносятся с предлагаемыми компанией экономическими условиями.

К сожалению, нас уже «приучили» к мысли, что создание современного SPA, на территории России особенно, требует баснословных затрат. И вот теперь миф о баснословной дороговизне создания SPA-предприятия или SPA-зоны и необходимых огромных площадях развенчан.

Благодаря разработанным ноу-хау в области эргономичной организации пространства и модульности формирования рабочих зон, экономичного SPA-оборудования, одно предприятие может выполнять функции сразу нескольких предприятий. Такие перспективы развития салонного и SPA-бизнеса не могут не радовать. Похоже, что объединение европейских ноу-хау, российских технологий и внедрение мировых стандартов сервиса, наконец-то, дало позитивный результат и на российской территории.

Эволюция сферы услуг проходит одновременно с развитием различных областей деятельности человека, и самого Человека, как такового. Взаимодействуя и соприкасаясь с этими направлениями, сфера услуг проходит некий цикл, который имеет свойство обновляться и совершенствоваться по завершении каждого этапа развития.

Концепции предприятий индустрии красоты могут иметь различные форматы, но каждое должно представлять богатейший ассортимент услуг, необходимых для оздоровления, восстановления, улучшения внешности, а также предназначенных для комфортного общения и отдыха клиентов. Именно использование всего спектра возможностей построения нового салонного бизнеса от SPA до аппаратной косметологии дает возможность гарантировать эффективное развитие предприятия и востребованность предлагаемых услуг.