

Стратегия развития индустрии красоты и здоровья ближайшего будущего

Сколь ни впечатляющ прогресс медицины последних десятилетий, общество закономерно выдвигает к ней все более жесткие требования. Сначала мы были рады увеличению общей продолжительности жизни, потом захотели продления преимущественно активного периода - долгая и беспомощная старость нам стала уже не нужна - а теперь, имея солидный паспортный возраст, мы хотим не «только быть, но и казаться» молодыми, красивыми и энергичными. Это, несмотря на долю иронии, так. Меняется наше отношение к жизни, и нас сегодня искренне забавляет словосочетание "сорокалетняя старушка" из классики всего-то XIX века. Фундаментальная наука и биомедицинские технологии призваны решать вопросы радикального продления самого прекрасного периода нашей жизни - молодости. Здоровье, конечно же, ещё не всё, но все остальное без здоровья уже ничто.

Надеюсь, наши усилия и концепции, представлены в этом издании, окажут методологическую поддержку тем организациям и учреждениям, которые хотят добросовестно работать на ниве удовлетворения таких понятных и естественных человеческих потребностей - улучшении качества их жизни, здоровья, работоспособности и красоты.

Бойцов Андрей Александрович, заместитель директора Института стратегического управления социальными системами ГУАП www.ismss.ru

Виноградова Елизавета Александровна, кандидат психологических наук, заместитель директора ООО «Академия персонального сервиса» www.readykit.ru

Здоровье современного человека начинается с разумного отношения к своему телу.
А точнее, с *регулярного* разумного отношения к своему телу.

Изменения российского рынка, произошедшие в период экономического спада 2008-2009 годов, показали, что структура потребления персональных услуг сферы обслуживания по направлениям платная медицина, wellness, эстетические услуги имеет не только колоссальный экономический потенциал, но и свою исключительно российскую специфику. Рынок не только устоял, но начал стремительно расти.

При этом отсутствие сформированной культуры обслуживания и преемственности профессиональных стандартов качества оказания персональных услуг, отсутствие системы специализированной подготовки руководителей данной сферы – являются основным препятствием для роста и развития данных направлений в крупных экономических центрах России.

Применение стандартов управления не адаптированных для данных сфер деятельности снижает эффективность работы предприятий и их экономические показатели. Можно утверждать, что в настоящее время предприятиями малого и среднего бизнеса в России реализуется не более 20-30% потенциала данного сегмента.

Ближайшее будущее наверняка, пусть и не сразу, принесет в эти сферы более проработанную законодательную основу и сделает для потребителей и профессионалов доступными такие инструменты как государственная поддержка и страхование.

Коллектив авторов.

Вновь созданная управляющая и консалтинговая компания «Wellness – Nord – West», объединила специалистов имеющих передовой опыт и практические знания ведения деятельности в данных сферах.

WNW - компания, специализирующаяся на разработках в маркетинге и менеджменте таких направлений как - платные медицинские услуги, медицинские услуги эстетической направленности, wellness услуг, услуг индустрии красоты и здоровья (СПА, салоны красоты), включая подготовку руководящих работников и среднего персонала для данных областей.

1. Инвесторам (компаниям и частные лица)

Управление проектами;

Поддержка в развитии сетей и компаний на территории Санкт-Петербурга и СЗФО (выход на рынок, маркетинговое планирование, управленческое проектирование с учетом конкретной локации);

Перспективные комплексные (инфраструктурные) проекты.

2. Компаниям индустрии сервиса для открытия дочерних предприятий (расширение линейки услуг)

Франшиза по направлениям СПА;

Консультирование (маркетинг, управление);

Тренинги для персонала (продажи, сервис).

3. Компаниям производителям косметологической продукции, БАД, оздоровительного питания

Перспективные комплексные (инфраструктурные) проекты;

Консультирование (маркетинг, система продаж);

Обучение дистрибьюторов (продажи).

4. Руководителям и владельцам действующих организаций и компаний наших направлений

Организация и реорганизация службы продаж с учетом локации организации (компании)

Франшиза по направлениям СПА

Тренинги для персонала (продажи, сервис)

Поддерживающая инфраструктура WNW состоит из двух направлений: учебный и исследовательский центр.

Учебный центр

Все программы обучения специализированные и помимо оптимального состава программы построены на современном подходе к менеджменту в данном сегменте сферы услуг и используют эффективные методы обучения.

Два уровня подготовки слушателей:

1. Подготовка специалистов менеджеров-администраторов для работы в отделах продаж, на ресепшен (контактной зоне), в маркетинговой службе.
2. Подготовка и переподготовка руководящих работников.

Направления подготовки:

1. Профи-wellness: руководители, менеджеры-администраторы
2. Медицинские услуги (платные клиники): менеджеры-маркетологи, менеджеры-администраторы
3. Эстетическая медицина и стоматология: менеджеры-маркетологи, менеджеры-администраторы
4. Профи-salon: руководители, менеджеры-администраторы
5. Профи-studio: руководители, менеджеры-администраторы

Исследовательский центр (на базе Института стратегического управления социальными системами ГУАП):

1. Мониторинг российского рынка wellness услуг, в т.ч. медицинской направленности;
2. Адаптация отечественных бизнес-технологий к рынку wellness;
3. Адаптация зарубежных wellness-технологий для российского рынка;
4. Взаимодействие с научными центрами в России и за рубежом.

К нашей сфере интересов не относятся и нами не осуществляются:

1. Поставки оборудования.
2. Дистрибуция косметологических средств, БАДов, питания.

3. Старт-ап проектов и кризис менеджмент.
4. Сопровождение объектов (организация строительных и отделочных работ).

(!) Так же мы не оказываем услуги по маркетинговому анализу по нашим направлениям деятельности, т.к. нами проводится постоянный мониторинг рынка. С удовольствием окажем вам необходимую консультативную помощь, в любой удобный для Вас момент.

Ситуация в России

Россиян всё активнее призывают вести здоровый образ жизни, т.е. ответственно относиться к себе, своей жизни, своему здоровью.

Воспитание в стиле здорового образа жизни во многом должно опираться и на эстетические ориентиры – более наглядные, чем угрожающие, но абстрактные (особенно с точки зрения молодежи) заболевания.

Ведь современное общество дает однозначный ответ – наши социальные контакты основа нашего благополучия. И встречаются, так же как и раньше «по одежке». Но само понятие «одежки» по которой встречаются, сильно изменилось. Мировые тенденции таковы, что самопрезентация человека всё меньше зависит от стоимости окружающих его атрибутов. Состояние здоровья, ухоженность, энергичность, личный стиль – вот атрибуты благополучия в будущем.

Сегодня аудитория, активно интересующаяся wellness - это люди самого разного возраста, ведущие активную социальную жизнь, ориентированные на успешность и самореализацию.

Но дело не только в здоровье и оздоровлении. Ведь качество нашей жизни определяет не только отсутствие болезней. Качество жизни – это и удовлетворение духовных потребностей, и морально-психологический климат, и душевный комфорт и, конечно же, уровень потребления необходимых товаров и услуг. И wellness-индустрия находится на пересечении всех этих путей.

Современная социальная сфера и инфраструктурные проекты в ней требуют обязательного включения предприятий wellness-индустрии и индустрии красоты и здоровья, в том числе и в формате семейного оздоровительного отдыха.

Сегодня wellness не только меняет мир, но и меняется сам, активно осваивая новые форматы. Это богатая палитра, на которой можно, сочетая творчество, талант специалистов, научный и бизнес потенциал, получать достойные результаты.

Такой подход направлен не только на обеспечение населения комплексными и качественными услугами. Он делает возможным эффективное развитие структур, нацеленных на внедрение новых стандартов и технологий оказания услуг и связанных с ними продукции и оборудования.

Это задача особо актуальна для российского рынка, т.к. большинство получаемых сегодня зарубежных косметологических «новинок», технологий и просто идей часто базируются на разработках наших соотечественников.

Основой успеха на рынке *красивых* услуг является наличие целостной концепции, основанной на структуре, в которой все бизнес-процессы изначально увязаны с маркетинговой стратегией. Ведь именно информация, имиджевые технологии и инновации (матрица «ЗИ»©) делают этот бизнес прибыльным и перспективным для инвестиций.

Перспективы реализации крупных инфраструктурных проектов на примере Санкт-Петербурга.

Город нуждается в развитой системе центров семейного оздоровительного отдыха в разных районах города. Так же ожидается появление разветвленных городских сетевых проектов (салонов красоты, deуSpa) разного уровня и направленности (среднего класса, люкс сегмента и проч.). Так же большая инвестиционная перспектива – развитие активной рекреационной зоны в Курортном районе.

Перспективные концепции: «Северное СПА»© («Russian Northland Spa»), «Советское СПА»© («Soviet SPA», «СПА советских курортов»), «City Life Spa»©.

Все представленные концепции имеют не только проработанную структуру бизнес-процессов, но и имиджевую стратегию (включая и такие элементы как рекомендации по эстетике СПА-ритуалов, названия процедур), а также медицинские обоснования базового состава предлагаемых методик и их сочетаний.

Инфраструктурные проекты (краткое описание)

«Северное СПА»© («Russian Northland Spa)

Подавляющее большинство предлагаемых сегодня рынком СПА-концепций опирается на устоявшиеся образы. В основном это образы: культуры и экзотика разных стран - Греции, Турции, Японии, Таиланда, Индии, Южной Америки; элементы образов традиционного уклада – фермерское (деревенское) СПА, Сибирское СПА; традиционные медицинские школы – индийская аюрведа, китайская и тибетская медицина и т.п.

Очевидно, что в основном представленные подходы зародились в странах с климатическими условиями отличными от российских, особенно севера, Сибири, дальнего востока и средней полосы.

Опыт адаптации северян к годовым перепадам температур, низкой солнечной активности, «маловитаминному» рациону и, имеющему при этом место феномену северного здоровья, всегда вызывал интерес у медиков и ученых. Доказано, что все северные системы оздоровления удачно подходят для поддержания сердечнососудистой и дыхательной систем, сохранения иммунитета и физических сил, особенно в зимний период, имеют выверенный веками годовой цикл, плавно и эффективно проводящий человека через все сезонные изменения здоровым и трудоспособным.

Специфика Северного СПА: использование ягодного и древесного сырья, трав, источников минералов, натуральных мыльных веществ; уход за телом на основе технологий обработки древесной и травяной золы (зольные пасты); технологии подготовки воды для процедур (ванн) с помощью трав и природных минералов. Все СПА-методики разработаны без акцента на банные процедуры.

Материалы, используемые в Северном СПА, не столько кладовая природы, сколько кладовая отечественных технологий обработки природных ресурсов.

«Советское СПА»© («Soviet SPA», «СПА советских курортов»)

Образ советского прошлого пережил период повального отрицания и начал активно романтизироваться, вызывая всё больше позитивных эмоций. К советскому ретро стали относить не

только величественный сталинский ампир, но и скупой минималистский «инженерный» стиль 1980-х.

Концепция Советского СПА является российским ответом на идеологический спор о мировом первенстве в области СПА.

Все основные (базовые) технологии сегодняшнего СПА широко применялись и были поставлены на качественный медицинский уровень уже в советское время. Даже при поверхностном знакомстве можно утверждать, что опыт советских курортов – передовой, и опережает многие подходы, только сейчас получившие развитие в мире, например система медицинского СПА (clinical SPA). Безусловным символом этого первенства в оздоровлении населения является организованная в советское время система всесоюзных здравниц.

Специфика Советского СПА – «солнце, воздух и вода», многократно проверенная эффективность и научная обоснованность предлагаемых методов; конкретика всех воздействий, направленных на результат; использование традиционных материалов и оборудования (лечебные грязи, минеральные источники, гидротерапия, классический массаж и т.д.); тщательное следование медицинским показаниям.

Хочется ещё раз подчеркнуть, что множество технологий, применяемых для оздоровления по всему миру, имеют в своей основе идеи и разработки советских медиков и инженеров.

«CityLife SPA» – городская культура здоровья.

«Города – центры постоянных и необратимых перемен».
Грэгори Дэвид Робертс «Шантарам»

Развитие информационного общества и интеллектуальных видов бизнеса – экономический факт. И сосредоточие этого потенциала – города. Активное развитие городов продолжается во всём мире, требуя не только новых архитектурных форм, но, в первую очередь, **социальных инноваций** и поддерживающих их инфраструктурных решений.

Города – «среда обитания» миллионов людей и количество городского населения постоянно увеличивается. При этом город, как и любое другое место проживания, требует от человека специфических навыков и стиля жизни. Современные СПА-технологии и перспективные разработки в этой области позволяют смотреть на проблему здоровья горожанина с оптимизмом.

Сегодня искать здоровье «на стороне», исключительно в условиях природы - психологический стереотип горожанина, ведь пребывание на природе ассоциируется со временем отдыха и развлечений (дача, отпуск, путешествия).

Регулярно звучащее в СМИ негативное отношение к экологии города, подогреваемое тревожными высказываниями экспертов, похоже на массовую ятрогению (внушенную болезнь), которая служит оправданием безответственности, снимает с людей обязательства по отношению к собственному здоровью и месту проживания.

«CityLife SPA» - СПА городской жизни. Это принципиально новая идеология Day SPA (городского СПА).

Да, городская среда, как и любая другая, дает специфическую нагрузку на организм человека. Но город дает и уникальные условия жизненного комфорта. Расширение этой зоны комфорта за счет

инфраструктуры, позволяющей развиваться городской культуре здоровья, – неотъемлемая часть стратегии развития мегаполисов.

Нам необходимо полюбить наши города не только за красоту зданий и улиц, стремительную и интересную жизнь, но полюбить саму городскую жизнь, как источник сил, вдохновения и здоровья.

Специфика «CityLife SPA»: активная детоксикация и релаксация, формирование объективного отношения к экологии города, снятие ятрогенных состояний; специфические для города навыки ухода за собой; рекреационные зоны в условиях мегаполиса; культура профилактики; система персональной СПА-диагностики «CityLife SPA» (расчет объективной экологической нагрузки, учитывая физиологические показатели и локацию конкретного места проживания); разработка рекомендаций по развитию и планированию социальной инфраструктуры городов и населенных пунктов.

Благодарности

Авторы выражают признательность за искреннюю поддержку, ценные рекомендации и профессиональную оценку:

Астаховой Ольге, сотруднику журнала «Аквапарк», журналистке много лет работающей с индустрией красоты и wellness-тематикой.

Буновой Гаянэ Григорьевне – настоящему профессионалу индустрии красоты, опытному руководителю, ставшему идеологом и организатором Санкт-Петербургского клуба руководителей индустрии красоты (СПБКРИК).

Шепете Александру Павловичу - доктору технических наук, профессору, декану факультета вычислительных систем и программирования ГУАП, Директору Института стратегического управления социальными системами.

Яковлеву Александру Викторовичу – кандидату технических наук, доценту ГУАП.

Всем участникам студии дизайна Klaustroom и, отдельно, Бастракову Николаю за идею обложек для серии изданий об индустрии красоты и здоровья.

Основные термины

Wellness (вэлнесс) – понятие, которое, по мнению ряда источников было впервые введено американцем, доктором **Хэлбертом Даном** в 1959 г. В основе его подхода лежит представление о здоровье человека определяемом помимо физического благополучия, благополучием души и разума. В настоящее время понятие включает в себя всю систему мер по осмыслению, сохранению и поддержанию качества жизни человека.

Индустрия красоты и здоровья - деятельность, направленная на удовлетворение потребностей конкретного человека, находящихся на стыке его культурных, эстетических, социальных и психологических представлений о возможностях разумного использования потенциала своего тела для повышения качества и продолжительности жизни.

Здоровье – состояние полного физического, социального и душевного благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов.

Качество жизни - обобщающая социально-экономическая категория, включает в себя не только уровень потребления материальных благ и услуг, но и удовлетворение духовных потребностей, здоровье, продолжительность жизни, условия окружающей человека среды, морально-психологический климат, душевный комфорт.

Инфраструктура для укрепления здоровья – людские и материальные ресурсы, организационные и административные структуры, политика, регламентирующие правила и положения, а так же стимулы, способствующие обеспечению организованного в плане укрепления здоровья отклика, реагирования на вопросы общественного здравоохранения.

Инфраструктура – совокупность сооружений, зданий, систем и служб, необходимых для функционирования отраслей материального производства и обеспечения условий жизнедеятельности общества.

Основные виды деятельности в wellness-индустрии индустрии красоты и здоровья:

Сектор B2B («business-to-business» - бизнес для бизнеса): разработка и производство косметических и фармацевтических средств, специализированного оборудования; разработка технологий оказания профессиональных услуг; обучение оказанию профессиональных услуг; реклама, маркетинг и дистрибуция косметических и фармацевтических средств, специализированного оборудования и продуктов питания.

Сектор B2C («business-to-consumer» - бизнес для потребителей): эстетические (имиджевые) услуги (парикмахерские услуги, педикюр, маникюр и т.д.); косметологические услуги (уход за кожей тела и лица, депиляция и т.д.); банные услуги; досугово-оздоровительные услуги (фитнес, йога, танцы; бассейны, аквапарки и т.д.); услуги эстетической медицины (пластическая хирургия, инъекционные методики, массажи, аппаратные методы и т.д.); санаторно-курортный отдых; розничная торговля косметическими и фармацевтическими средствами, специализированными товарами и продуктами питания.