



Żaneta Stanisławska

# KONKURENCJA

W BIZNESIE BEAUTY

 stanisławska

# Spis treści:

<b>Dlaczego powstaje konkurencja . . . . .</b>	<b>. 5</b>
<b>Rodzaje konkurencji . . . . .</b>	<b>7</b>
Zdrowa konkurencja . . . . .	8
Niezdrowa konkurencja . . . . .	9
<b>Jak analizować działania konkurencji . . . . .</b>	<b>12</b>
Lokalizacja . . . . .	13
Oferta i usługi . . . . .	14
Polityka cenowa . . . . .	15
Strategia marketingowa . . . . .	15
<b>Kanały konkurencji . . . . .</b>	<b>18</b>
Strona internetowa . . . . .	18
Social media . . . . .	20
Facebook Ads, Google Ads . . . . .	22
Newsletter . . . . .	22
<b>Kiedy konkurencja staje się nieistotna - dobre strony konkurencji . . . . .</b>	<b>24</b>
Skoncentruj się na swoich klientach . . . . .	25
Segmentacja rynku . . . . .	25
Budowanie wartości usług . . . . .	26
<b>Jak się wyróżnić . . . . .</b>	<b>28</b>
Wąska specjalizacja . . . . .	29
Zrozumienie potrzeb klienta . . . . .	30
Współpraca z konkurencją . . . . .	31
Dodawaj wartościowe wpisy na mediach społecznościowych . . . . .	32
Monitoruj media społecznościowe . . . . .	33
<b>Zakończenie . . . . .</b>	<b>35</b>
<b>Formularz analizy konkurencji . . . . .</b>	<b>36</b>

## Wstęp

Pani Kowalska lubi dbać o swój wygląd, więc postanawia wybrać się do salonu kosmetycznego. Zanim jednak zdecyduje komu powierzy pielęgnację swojej twarzy bądź ciała zasięgnie opinii wśród znajomych lub też na forach internetowych, który z salonów będzie najbardziej spełniał jej oczekiwania. Wiadomo, że nie jesteś w stanie zaspokoić potrzeby wszystkich pań Kowalskich, warto jednak dowiedzieć się co możesz zrobić, aby przebić się wśród ciągle rosnącej konkurencji i zdobyć zaufanie jak największej liczby osób korzystających z usług branży beauty.

Prawie na każdym rogu w dużych miastach można znaleźć salon kosmetyczny lub fryzjerski. Dzisiejsza, przystawiona pani Kowalska bez większego problemu jak zechce znaleźć kosmetyczkę, wystarczy, że zajrzy do internetu i kliknie w jedną z dziesiątek reklam jakie pojawiają się na ekranie. Istnieje też mnóstwo aplikacji umożliwiających przeczytanie opinii i wybór takiego salonu jaki klientowi najbardziej odpowiada.

## Jak to naprawdę wygląda, czyli branża beauty w pigułce

W Polsce funkcjonuje pomiędzy 150 tyś. a 300 tyś. gabinetów kosmetycznych, zarejestrowanych w rodzaju działalności według Polskiej Klasyfikacji Działalności - fryzjerstwo i pozostałe zabiegi kosmetyczne (dane obowiązujące na maj 2021 r.). Statystycznie w zależności od miasta na jeden gabinet przypada około 500-1000 osób. Średnie wydatki w gabinecie to około 80-100 zł. Obrót całej branży kosmetycznej to około 127 mln zł rocznie.

Jak to się dzieje, że pomimo tak dużej ekspansji gabinetów kosmetycznych ciągle jest popyt na te usługi. Ma na to wpływ wiele czynników, między innymi finansowy (wzrost średnich dochodów Polaków) oraz poczucie estetyki, czyli większa dbałość o swój wygląd, który jest ważnym elementem wizerunku dzisiejszych kobiet, ale i nie tylko. Ponadto, jako społeczeństwo jesteśmy bardziej ukierunkowani na zdrowy styl życia i schludny wygląd. Kolejnym

z tych czynników jest też coraz większe zainteresowanie klientów kosmetykami naturalnymi i ekologicznymi.

To właśnie Polski przemysł kosmetyczny jest jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się biznesów w Europie – w ciągu ostatnich 15 lat polski rynek rósł w tempie 2 proc. rocznie, podczas gdy największe kosmetyczne rynki odnotowały spadek. Teraz Polska jest szóstym pod względem wielkości rynkiem kosmetycznym w Europie, a siła polskiego przemysłu kosmetycznego tkwi w jego różnorodności.

Powyższe informacje świadczą o tym, iż na rynku branży beauty istnieje duża konkurencja. Dlaczego powstaje konkurencja, jakie są jej rodzaje i jak się wyróżnić na już przepiętnym rynku. Tego Cię nauczę w tym e-booku.



## ROZDZIAŁ I

# Dlaczego powstaje konkurencja

Konkurencja jest naturalnym zjawiskiem, które istnieje w każdym biznesie. A w branży beauty w szczególności nabrała szybkiego tempa. Rywalizacja o klienta trwa każdego dnia. Konkurencja nie śpi z - Tobą czy bez Ciebie – podejmuje stosowne czynności aby wyróżnić się na rynku. Czym, więc jest konkurencja z ekonomicznego punktu widzenia? Według Encyklopedii Zarządzania konkurencja jest to proces, w którym podmioty rynkowe konkurują ze sobą w zawieraniu transakcji rynkowych, poprzez przedstawianie korzystniejszej od innych podmiotów oferty rynkowej dla

zrealizowania swoich interesów. Innymi słowy Konkurencja to stan, kiedy Ty oraz osoby z pokrewnej Tobie branży na przykład beauty macie to samo założenie, podobną misję i chcecie uzyskać jak najwięcej korzyści.

Powodem istnienia takiego zjawiska jak konkurencja jest potrzeba zdobycia jak największej ilości klientów oraz potrzeba bycia rozpoznawalną marką. Każdy właściciel salonu kosmetycznego chce utrzymać się jako topowa marka na tle pozostałych salonów kosmetycznych. Biorąc pod uwagę wcześniej wspomniane statystyki, stanowiące iż w Polsce jest około 150 tysięcy gabinetów kosmetycznych, właścicielom zależy, aby zdobyć swoją pulę klientów. Usługi często są do siebie bardzo podobne pomiędzy salonami, co oznacza, iż klient może skorzystać z tych samych usług w każdym gabinecie i nie będzie to robiło dla nich różnicy. Rosnąca liczba salonów kosmetycznych zmusza właścicieli do personalizacji swoich usług po to, by być bardziej rozpoznawalnym i znaleźć czynnik wyróżniające jego gabinet go spośród tłumu. Znając konkurencję, można odpowiednio sprofilować wizerunek swojego salonu oraz tak dobrać narzędzia marketingowe, aby przyciągnąć do siebie klientów.

# Rodzaje konkurencji

Konkurowanie może się odbywać w oparciu o cenę, jakość, formę płatności i wiele innych. W zależności od struktury rynku, na którym zachodzi proces konkurencji, wyróżnia się różne modele konkurencji. Jednym z modeli jest konkurencja monopolistyczna charakteryzuje się występowaniem względnie dużej liczby niezależnych przedsiębiorstw, które sprzedają wyroby o podobnych cechach, ale nie są doskonałymi substytutami i zaliczają się do nich salony kosmetyczne. Konkurenci z branży beauty koncentrują się na wybranym segmencie klienta, zaspokajając ich potrzeby za relatywnie wysoką cenę. Jako przykład posłużą salony ukierunkowane typowo na zabiegi medycyny estetycznej, lub też tylko stylizację paznokci.

**Konkurencja monopolistyczna** posługuje się takimi działaniami jak zmiana jakości produktu, zmiana ceny i identyfikacja reklamy.

Drugim rodzajem konkurencji jest **konkurencja oligopolistyczna** składające się z kilku przedsiębiorstw oferujących te same bądź częściowo różniące się usługi

To zróżnicowanie może dotyczyć poziomu jakości, szczególnych cech, stylu lub serwisu. Gdy przedsiębiorstwo kosmetyczne produkuje ten sam kosmetyk lub gdy salon kosmetyczny oferuje te same usługi, to nie może ustalić ceny swoich wyrobów na poziomie wyższym od rynkowego, chyba że jest w stanie zróżnicować poziom swoich usług, albo jeśli oferuje towar luksusowy.

Obecnie trudno znaleźć salon kosmetyczny, który funkcjonowałaby w oderwaniu od konkurencji. Bez względu na to, czy jesteś właścicielką rozpoznawalnego brandu, czy dopiero stawiasz pierwsze kroki w branży beauty, ważne jest abyś wiedziała, że konkurencja i analiza otaczającej Cię konkurencji odgrywa kluczową rolę w planowaniu strategii marki swojego salonu kosmetycznego. Pamiętaj, konkurencja jest zawsze czujna i podąża za zmieniającymi się potrzebami klientów, dlatego też właściciele gabinetów kosmetycznych powinni bacznie obserwować ich ruchy i działania.

Konkurencję można również zróżnicować pod względem uczciwości wykonywania zawodu i świadczenia usług. Dlatego też wyróżnia się uczciwą i nieuczciwą konkurencję.

### **Zdrowa konkurencja**

Konkurencja, przede wszystkim, powinna być „przejrzysta” czytelna dla przedsiębiorców i klientów a wyniki jej niezafaszowane. Powinna również opierać się na wzajemnej współpracy, gdyż świadczy to o dużym profesjonalizmie prowadzenia biznesu. W branży beauty stosuje się całkiem sporo form współpracy z konkurencyjnymi ze sobą biznesami. Jedną z najbardziej skutecznych form jest wza-



To jest wersja demo. Pełną wersję możesz kupić  
na stronie [stanislawska.pl](http://stanislawska.pl)