



[www.ismss.ru](http://www.ismss.ru)

**Специальность: 080507.00 «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ»  
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

**Курс профессиональной подготовки:**

# **Профи-Wellness**

**Семинар «Пусть меня узнают»**

**Маркетинговые технологии**

**Тема 1 «МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ»**

**«индустрия красоты»**

**«маркетинг»**



Обобщенно про **индустрию красоты**  
**и здоровья** можно сказать, что это  
**деятельность**, направленная на  
**удовлетворение потребностей**  
**конкретного человека**. Потребностей,  
находящихся на стыке его культурных, эстетических,  
социальных и психологических представлений о  
возможностях разумного использования физического  
потенциала своего тела **для повышения**  
**качества и продолжительности**  
**жизни**.

## Сектор B2B

## МАРКЕТИНГ ТОВАРОВ

(сокращение «business-to-business» - бизнес для бизнеса)

- разработка и производство косметических и фармацевтических средств и 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

## МАРКЕТИНГ УСЛУГ

(сокращение «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.

## Сектор В2В

## МАРКЕТИНГ ТОВАРОВ

(сокращение «business-to-business» - бизнес для бизнеса)

- разработка и производство косметических и фармацевтических средств и 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

## МАРКЕТИНГ УСЛУГ

(сокращение «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.



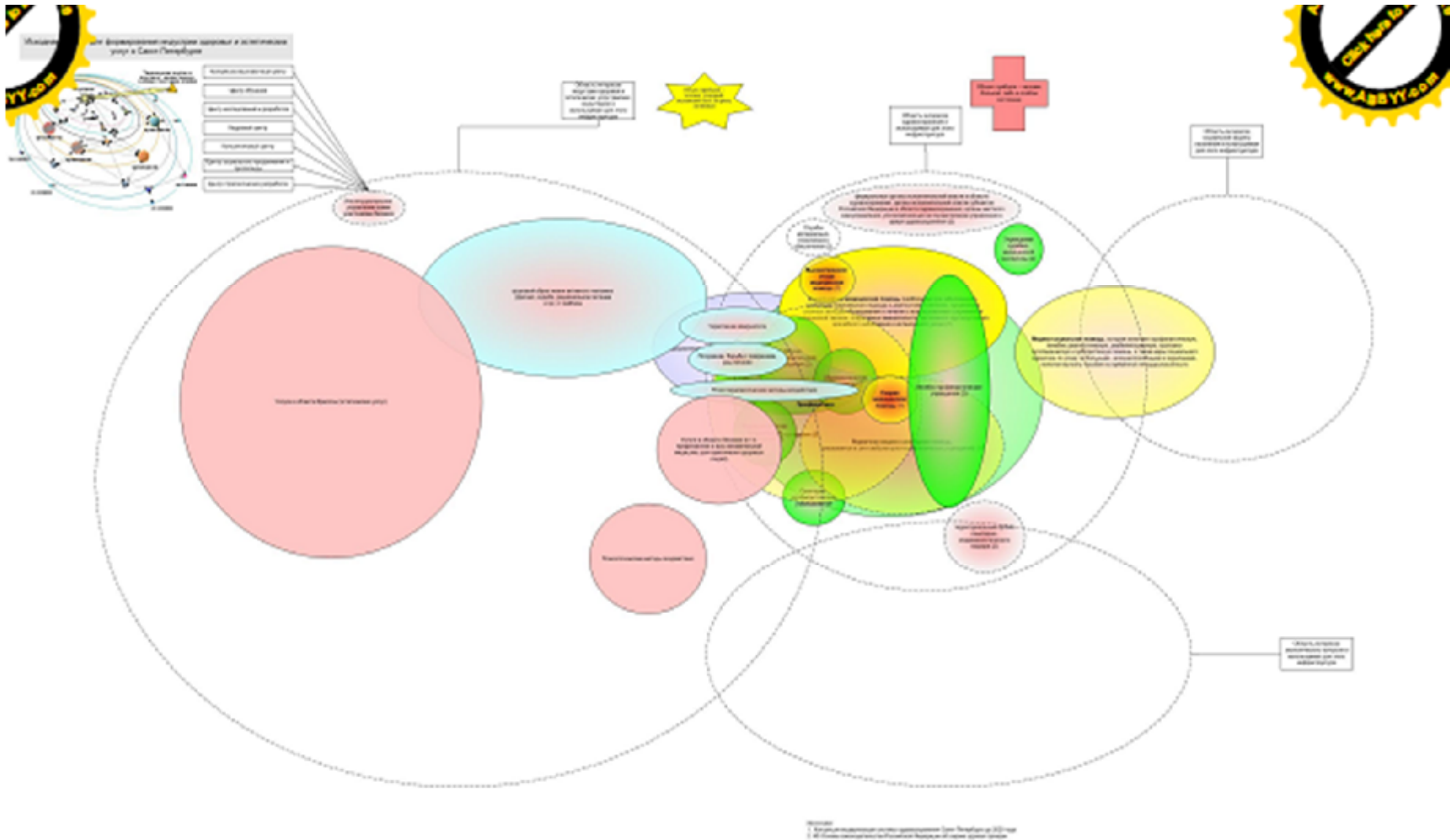
## СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ И ЗДОРОВЬЯ

**ГЛОБАЛЬНЫЙ  
МАРКЕТИНГ ТОВАРОВ**



**ЛОКАЛЬНЫЙ  
МАРКЕТИНГ УСЛУГ**





**Пример построения современной маркетинговой схемы для индустрии**



## **Основные средства коммуникации индустрии красоты и здоровья (глобальный маркетинг):**

### **1. СМИ**

**телевидение; специализированные издания (в т.ч. Интернет)**

### **2. Политика**

**государственные программы; лидеры мнения**

### **3. Культура**

**мода; кинематограф; литература; наука; реклама**

### **4. Элиты**

**лайф-стайл; агенты влияния**

# А какие основные средства коммуникации индустрии красоты и здоровья (локальный маркетинг)?

## 1. СМИ

телевидение;  
специализированные  
издания (в т.ч. Интернет)

## 2. Политика

государственные программы;  
лидеры мнения

## 3. Культура

мода; кинематограф;  
литература; наука; реклама

## 4. Элиты

лайф-стайл; агенты влияния



# В малом и среднем бизнесе

Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Ф.Котлер



## А какие основные средства коммуникации индустрии красоты и здоровья (локальный маркетинг)?

### 1. СМИ

телевидение;  
специализированные  
издания (в т.ч. Интернет)

### 2. Политика

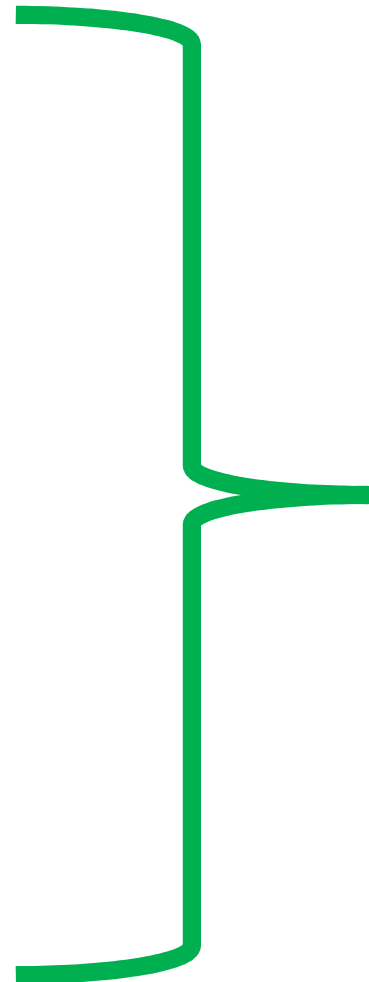
государственные программы;  
лидеры мнения

### 3. Культура

мода; кинематограф;  
литература; наука; реклама  
лич

### 4. Элиты

лайф-стайл; агенты влияния



**ЛИЧНЫЙ КОНТАКТ**

# А какие основные средства коммуникации индустрии красоты и здоровья (локальный маркетинг)?

## Стекхолдер

заинтересованная сторона:  
лицо или группа,  
заинтересованные в деятельности  
или успехе организации. Примеры:  
потребители, владельцы,  
работники организации,  
поставщики, банкиры, ассоциации,  
партнеры или общество

Гост Р ИСО 9000





# ПЕРЕРЫВ

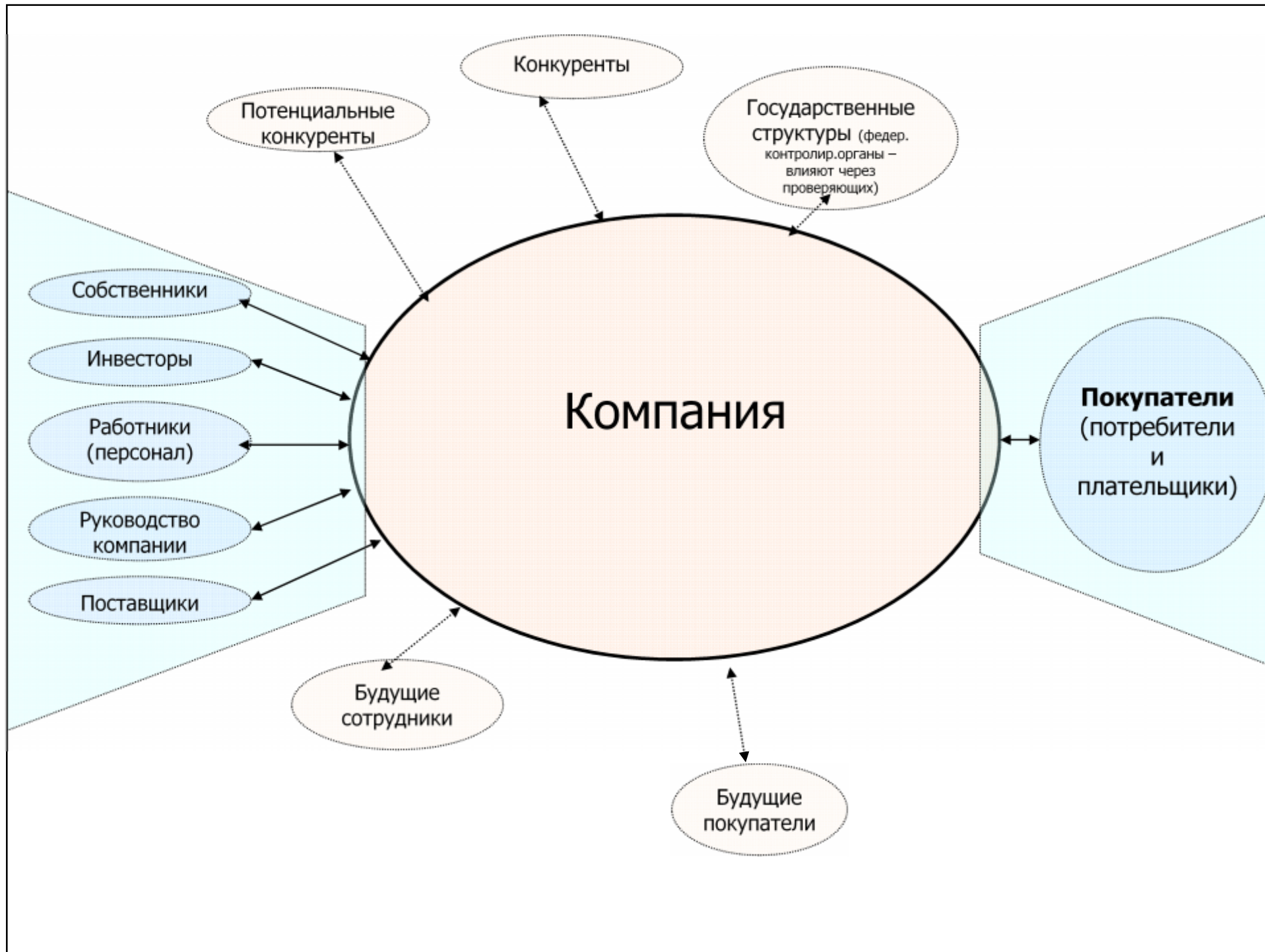
[www.ismss.ru](http://www.ismss.ru)

## Стекхолдер

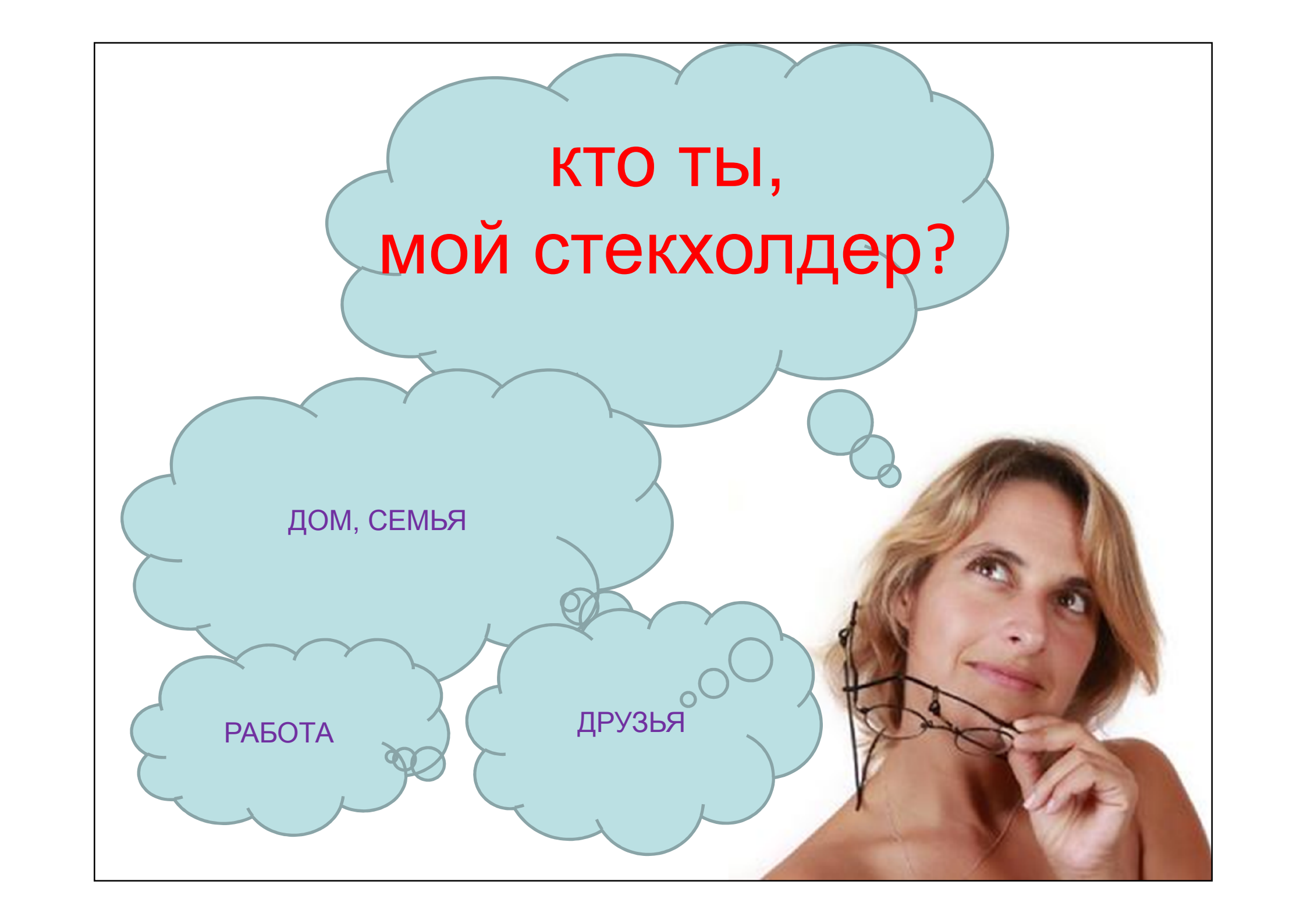
заинтересованная сторона:  
лицо или группа,  
заинтересованные в деятельности  
или успехе организации. Примеры:  
потребители, владельцы,  
работники организации,  
поставщики, банкиры, ассоциации,  
партнеры или общество

Гост Р ИСО 9000









**КТО ТЫ,  
МОЙ СТЕКХОЛДЕР?**

ДОМ, СЕМЬЯ

РАБОТА

ДРУЗЬЯ

## Клиент – заинтересованная сторона?

**КЛИЕНТ** м. лат. покровительствуемый кем, подкрылыш чей.

Толковый словарь Даля, 1863-1866

**КЛИЕ'НТ**, а, м. [латин. cliens]. 1. В древнем Риме — неполноправный гражданин, зависевший в правовом отношении от покровителя-патрона (истор). 2. Лицо, поручившее ведение своего дела адвокату, защитнику.

Толковый словарь Ушакова, 1935-1940

**КЛИЕНТ** (от лат. cliens) — лицо, пользующееся услугами учреждения, организации, предприятия.

Экономический словарь, 2007

**КЛИЕНТ  
ТОТ КОГО  
ВЫ  
заинтересовали**





## КАРТА МОТИВАЦИИ КЛИЕНТА В СФЕРЕ УСЛУГ (вэлнесс)

Позволяет избегать ошибок в ходе маркетинга услуг и продуктов путем:

- разработки индивидуальных критериев успешности исходя из локации;
- проработке идеологии рекламных компаний в эмоциональной соответствии с мотивацией основного потока клиентов;
- формирования критериев результативности акций и мероприятий (ТЗ и брифы) и экономической целесообразности дисконтных программ;
- подготовке персонала к «имиджевым продажам» на всех уровнях и стадиях оказания услуг (сверхсрочное обучение стандартам компании в отношении клиентов).

## РЕШЕНИЕ

Выбор и ведение определенного стиля жизни

Желание поддерживать традиции, принадлежность к определенному кругу, хобби, физическое благополучие

## ЖЕЛАНИЕ

Стремление к удовольствию и релаксации

Желание повторения приятных ощущений, переживаний, состояний

**Основные мотивы  
КЛИЕНТА**

**Wellness**

## НАМЕРЕНИЕ

Необходимость восстановления

Желание устранить косметические дефекты, физический дискомфорт, нервное напряжение

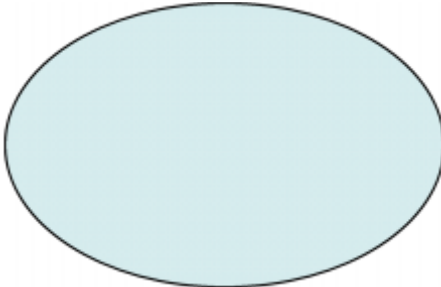
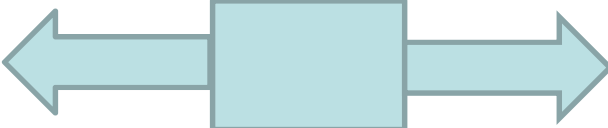
## НАБЛЮДЕНИЕ

Поиск возможных впечатлений, развлечений, удовольствий

Желание получить новый опыт, попробовать изменить себя

Технологии

Маркетинг и реклама



Компетентность

Рынок





# ПЕРЕРЫВ

[www.ismss.ru](http://www.ismss.ru)