

# ПОЗИЦІЮВАННЯ В СЕГМЕНТІ ПРЕМІУМ

*«Глаз ищет безопасности. Этим объясняется пристрастие глаза к искусству вообще... Этим объясняется тяга глаза к красоте, как и само ее существование. Ибо красота утешает, поскольку она безопасна... Когда глазу не удается найти красоту (она же утешение), он приказывает телу ее создать... красота – всегда снаружи; она – исключение из правил. Вот это – ее местоположение и ее исключительность – и заставляет глаз бешено рыскать или – говоря рыцарским слогом – странствовать. Ибо красота есть место, где глаз отдыхает»*  
Йосип Бродський

## ОСНОВА УСПІШНОСТІ

### Формуємо ідею

Першим кроком на шляху побудови власної справи є лаконічно сформована ідея майбутнього проекту, яка стане не тільки лейтмотивом всієї діяльності, але й основним фактором розвитку майбутнього проекту. Також необхідно провести маркетингові дослідження, з урахуванням усіх актуальних тенденцій ринку.

### Прописуємо бізнес-план

Планування й організація нової структури завжди містить опис бізнес-процесів. На цьому етапі складаються бізнес-плани, чітко регламентуються функціональні обов'язки і посадові інструкції тощо. Стандартизація процесів та наявність відповідних протоколів забезпечують досягнення прогнозованого результату, а також підвищують якість надаваних послуг. Якщо ж говорити про преміум-сегмент, то тут необхідне також прийняття європейських стандартів щодо надання профільних послуг і менеджменту.

### Залучаємо професіоналів

На етапі планування вкрай важливим є вибір партнерів, підрядників, постачальників. Зважившись втілити надцінний продукт для надвимогливих клієнтів, варто залучати до співпраці профільні підприємства – загальновишарованих лідерів, які мають накопичений десятиліттями досвід та володіють новими технологіями.

### Піклуємося про репутацію

Бездоганна репутація всього без винятку персоналу та відсутність негативної історії може стати основою розвитку бізнесу. Конкурентоспроможна заробітна плата співробітників, чітко прописані мотиваційні фактори реалізують прагнення власника сконцентрувати й утримати найбільш кваліфікованих фахівців екстра-класу.

### Купуємо обладнання

Впровадження в систему діяльності бізнесу найсучаснішого обладнання та інструментарію експертного класу, своєчасне оновлення конфігурацій – це не похитні істини самого існування бізнесу категорії преміум.

### Дбаємо про безпеку

Важливість дотримання всіх перерахованих вище умов побудови ефективного бізнесу преміум-класу полягає насамперед у гарантуванні всебічної безпеки клієнтів. Суворий режим конфіденційності захищає клієнтів від публічності, система відеоспостереження, парковка з цілодобовою охороною, багаторівневі способи організації контролю доступу до інформації забезпечать фактичну й психологічну безпеку.

### Підвищуємо якість послуг

Обов'язковою умовою щодо досягнення успіху й довіри клієнтів є необхідність враховувати напружений ритм мегаполіса, щільний робочий графік клієнтів. Гідною реакцією на запити є професіоналізм та якісно нові технології, максимальний прояв гнучкості, індивідуальний підхід, випередження запитів найвимогливіших клієнтів.

Постійне підвищення якості пропонованих вами послуг вимагає наявності чітких стандартів і протоколів, згідно із якими будуватиметься робота персоналу, участі у тренінгах, впровадження системи навчання персоналу, а також обов'язкового контролю – безперервного й постійного. Додатковим фактором є автоматизація системи керування – впровадження в систему діяльності специфічного ІТ-продукту, розробленого на основі індивідуальних бізнес-процесів.

### Збільшуємо потік клієнтів

Інтенсифікація потоку клієнтів забезпечується також завдяки розробці й деталізації протоколів надання послуг,

індивідуальному підходу, за рахунок комплексності й широкого спектру надаваних послуг. Розширення продуктової лінійки забезпечує перерозподіл ризиків при певній сезонності бізнесу, задовольняє безперервне бажання новизни, створює конкурентні переваги тощо.

## СЕРВІС ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ

Комплексний ефект для клієнта досягається шляхом поєднання різних послуг. І в цьому багато важить можливість, за бажання клієнта, доповнювати чи замінити одну послугу на іншу без втрати для бізнесу прибуткової складової. Якщо ж все-таки надати послугу, яку вимагає клієнт, неможливо (внаслідок об'єктивних причин), доцільним стане певне партнерство з іншими операторами ринку задля динамічного потенціювання діяльності, крос-маркетингу й просування ексклюзивних продуктів та послуг обома сторонами. Дружні взаємини із загальновишарованими лідерами допоможуть втілити в життя найменше бажання клієнта, задовольнити його найвищі очікування, забезпечити додаткові конкурентні переваги тощо.

Детальна розробка та впровадження маркетингового плану при фокусуванні уваги на відповідній аудиторії, підкріплені високопрофесійним бренд-менеджментом, сприяють інтенсифікації потоку й збільшенню кількості клієнтів.

Сервіс, як оболонка надаваної послуги, створює неповторний, унікальний образ, що сприяє довгостроковим взаєминам із вимогливою аудиторією, яка вже давно звикла до висококласного сервісу. Інтер'єр і затишна атмосфера, як ніщо інше, допомагають формуванню відповідного образу.

Наріжним каменем і стратегічно важливим рішенням є вибір місця розташування салону (клініки). Близькість транспортних магістралей і зручні розв'язки, історичний центр столиці чи мальовнича приміська зона, сусідство з іншими профільними закладами є незаперечними перевагами місця розташування, факторами відповідності високим стандартам побудови бізнесу.

Інтер'єр та екстер'єр будинку, його образ додатково може бути однією з важливих переваг, яка допоможе сформувати атмосферу й близькі, довірчі взаємини між клієнтами й бізнесом. Нагадаємо, що найголовніше у відносинах – це довіра. А довіра формується завдяки репутації.

Співзвучним репутації є образ. Якщо образ приміщення й територія викликає довіру, яка підкріплюється компетентністю, кваліфікацією та освітою співробітників, то разом ці фактори потен-



ціують рівень досягнутого результату. Незаперечною родзинкою побудови образу вашого бізнесу може стати відповідність характеру пропонованих послуг стилю (духу) приміщення.

## ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ З КЛІЄНТОМ

Висока сприйнятливості у сфері спілкування й ефективна взаємодія персоналу й клієнтів на всіх рівнях у системі «бізнес-клієнт» є центральною ланкою в досягненні задоволеності обох сторін. Гарна комунікація персоналу не може розглядатися тільки як інтуїтивний дар, оскільки це професійне вміння, майстерність, якій можна навчитися. Встановлення довірчих взаємин та зниження напруженості в процесі спілкування полегшує саморозкриття клієнта за рахунок усунення формально-рольової взаємодії та встановлення міжособистісного спілкування, усуває бар'єри, які завжди існують між бізнесом і клієнтом.

Фільтр «довіра-недовіра» призводить до того, що цілком щира інформація може виявитися проігнорованою, а помилкова – взятою до уваги. Наявність «фільтру» при спілкуванні з боку бізнесу (маються на увазі всі кадри, які хоча б якимось чином вступають у взаємодію з клієнтом), як правило, пов'язане з упередженим ставленням до певного клієнта, схильністю адекватно реагувати на одні запити та ігнорувати інші. Усі ці фактори стають причиною селективності сприйняття інформації, «деформації» при оцінці отриманої інформації, що призводить до зниження рівня якості надання послуг і сервісу.

У процесі взаємодії мірилом ефективності є те, наскільки співробітникам фронт-офісу вдалося порозумітися з клієнтом, якою мірою клієнт довірився бізнесу, наскільки персоналу вдалося змінити патологічні установки клієнта. Усе це можливе лише за умови успішного подолання бар'єрів, які виникли в процесі взаємодії. Тут доречно навести цитату лауреата Нобелівської премії з хімії Н. Казінса в книзі «Анатомія хвороби», яка буде актуальною для будь-якого роду системної діяльності, спрямованої на отримання результату: «Медицина, яка взяла на озброєння системний підхід до здоров'я, орієнтується на теплоту людських контактів, а не на холодну апаратуру».

\*\*\*

Отже, наявність сформульованої стратегії та чітке підпорядкування діяльності всіх ланок бізнесу певній меті сприяє її досягненню. Фокусування у верхньому ціновому сегменті ринку виключає з конкуренції об'єкти з більш низькими цінами та якістю послуг. Орієнтація на обслуговування клієнтів VIP-категорії зобов'язує встановити надзвичайно високу планку надання послуг, що, у свою чергу, призводить до створення якісно нового продукту, який за своєю бізнес-моделлю буде конкурувати з кращими західноєвропейськими центрами.

Метою власників будь-якого бізнесу є одержання прибутку й капіталізація, головною метою деяких може стати не тільки надання послуг класу преміум, але й якісно новий підхід до ведення бізнесу в індустрії краси. ■

Чіткий вибір стратегії й основних компетенцій, побудова деталізованих бізнес-процесів, дотримання стратегічних цілей і потреб преміум-сегменту при прийнятті рішень, бажання сформувати власні конкурентні переваги (тобто створити новий продукт) – так лаконічно можна описати умови, необхідні для побудови бізнесу в категорії преміум.