

## **ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ КОСМЕТОЛОГИЧЕСКОГО ЦЕНТРА НА РАЗНЫЕ ПОКОЛЕНИЯ**

За последние несколько лет резко возросла популярность эстетической медицины. Только в Минске насчитывается более 40 медицинских центров [1], которые специализируются на оказании услуг в области косметологии. Следовательно, возникает проблема: как выделиться среди конкурентов и убедить потребителя выбрать определенный центр?

Главная цель нашего исследования — изучить восприятие косметологических услуг разными поколениями и разработать рекомендации по продвижению.

Нами был проведен опрос среди 245 женщин (85 в возрасте до 35 лет и 160 в возрасте старше 35). Основные результаты представлены ниже.

Самыми распространенными ответами на вопрос «На что вы обращаете внимание при выборе косметолога?» среди женщин до 35 лет были: внешний вид врача; материалы, используемые в работе; как врач показывает свою экспертность в социальных сетях. Причины, по которым в этом возрасте обращаются к косметологу, назвали следующие: избавиться от комплекса; замедлить появление первых морщин; выглядеть ухоженно.

А вот среди женщин старше 35 лет самыми распространенными ответами на первый вопрос были: безопасность и стерильность; внешний вид врача; энергетика и комфорт в общении; акции и скидки на курсовые процедуры. Причины, по которым в этом возрасте обращаются к косметологу: улучшение качества кожи; борьба с возрастными изменениями кожи.

Также женщинам был задан вопрос о мужской косметологии. Женщины младше 35 лет в большинстве не видят смысла в том, чтобы их мужчины посещали косметолога, а женщины старше 35 лет в большинстве хотят этого. При этом 56 % женщин не знают, как уговорить мужчину на процедуры.

По результатам опроса, большая часть женщин в возрасте до 35 лет обращают внимание на таргетированную рекламу в «Инстаграме» (85,4 %). А среди женщин после 35 чуть больше обращают внимание на наружную рекламу (89,4 %)

На основании исследования мы сделали вывод, что продвижение данных услуг отличается в зависимости от возраста пациентов.

Рекомендации по продвижению на аудиторию женщин до 35 лет:

- Продвижение через социальные сети. Согласно отчету Digital 2023 самые популярные сети в РБ — это «ТикТок» и «Инстаграм» [2]. Советуем особенно «ТикТок» на начальной стадии продвижения, т.к. органический трафик там активнее набирается, к тому же соцсеть активно растет. В социальных сетях рекомендуем активно демонстрировать экспертность через видеоролики и посты.

- Таргетированная реклама в «Инстаграме». В рекламе делать акцент на более распространенные процедуры, например лазерную эпиляцию, чтобы позна-

комить девушек с центром, и затем они, доверившись врачу, записывались бы на более серьезные процедуры именно в этот центр.

Рекомендации по продвижению на аудиторию женщин после 35 лет:

- Акцент в социальных сетях на то, что аппараты сертифицированы и процедуры абсолютно безопасны, а врачи имеют образование и большой опыт работы.
- Привлечение клиентов-мужчин. Предоставление скидки для девушек, если они приходят на процедуру с мужчинами.
- Введение системы лояльности (скидка на 5-е и 10-е посещение), а также использование наружной рекламы.

#### **Источники**

1. Косметология в Минске [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://surl.li/fxvhn>. — Дата доступа: 22.03.2023.
2. Digital 2023: Global Overview Report [Электронный ресурс] // Datareportal. — Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-belarus>. — Дата доступа: 24.03.2023.