

Рублевка РУБЛЬ БЕРЕЖЕТ

ВРЕМЯ ЛИШНИХ ТРАТ ЗАКОНЧИЛОСЬ | АВТОР РОМАН САВИКИН

> **«Экономика должна быть экономной – таково требование времени!» Тезис, озвученный в начале 80-х годов, не утратил актуальности и сейчас. А вот еще одно крылатое выражение с годами видоизменилось. Сегодня многие уверены, что красота больше не требует жертв. Объединить два подхода под одной крышей решили основательницы DryBarZhukovka – первого бьюти-заведения на Рублевке, предлагающего гостям услуги премиум-класса в экспресс-режиме и по вменяемым ценам. Экономить снова становится престижно. А делать это в комфортной обстановке и с пользой для души и тела – еще и приятно. В этом мы убедились на собственном примере.**

> **Первые бьюти-бары** появились в США в начале 2000-х годов. Предприимчивые американцы поняли, что тратить на уход за собой сотни долларов и при этом терять драгоценное время – непозволительная роскошь. Именно тогда в Нью-Йорке стали открываться бьюти-заведения, не имеющие ничего общего с классическими салонами красоты. Там в приятной атмосфере можно было быстро и качественно сделать укладку или макияж, параллельно выпив фреша или кофе и поболтав с подругой. Легкий формат этих косметических оупен-спейсов буквально завоевал рынок. Основательница одной из первых сетей парикмахерских бьюти-баров, Алли Уэбб, к примеру, буквально за несколько лет проделала путь от «стилиста по вызову» до владелицы бизнес-империи стоимостью в 70 млн долларов.

> **В России к концепции бьюти-баров**, как и к большинству западных новинок, сначала отнеслись с подозрением. Но вскоре представители индустрии поняли, что подход «Красота не требует жертв» в современном обществе более чем востребован. Ведь представительницы прекрасного пола готовы принести на алтарь внешнего вида не только деньги, но и время. Причем в неограниченном количестве. Запись на процедуры в лучшем случае за две недели, часы, проведенные в бьюти-кабинетах и креслах. И все это под аккомпанемент десятков тысяч рублей, улетающих, как лак для волос... Изменить ситуацию в корне решили авторы проекта DryBarZhukovka.

> **Валерия и Анна** – успешные бизнес-леди, не понаслышке знакомые с индустрией красоты, свою бьюти-революцию решили начать в месте, где экономить долгое время считалось не модным. А именно – на Рублевке, где их заведение стало первым в своем роде.

> **«Знакомые, которые живут в Москве**, откровенно посмеивались над нами. Ведь на Рублевке уход за собой обходился в разы дороже, чем в столице, – рассказывает Анна. – А между тем, это не другая планета. Здесь живут люди, которые тоже хотят получать качественные услуги по приемлемым ценам. И не тратить на это все свободное время».

> **Соотношение цена-качество** легло в основу философии бьюти-бара. Женщина не должна постоянно держать в голове запланированный на следующий месяц поход на маникюр. Выглядеть великолепно каждый день и не тратить на это десятки тысяч рублей и драгоценные часы – вот залог успеха и хорошего настроения. Три-четыре услуги за минимальное время и по приемлемой цене – вот что предлагает гостям первое на Рублевке бьюти-пространство. И всего несколько месяцев его работы уже показали, что считать современные женщины умеют и даже любят. Хотя так было не всегда... «Изначально, конечно, было скептическое отношение к нашим ценам, – вспоминает Валерия. – Люди не могли понять: как это укладка может стоить 2 тысячи рублей? Везде же 6 как минимум... Однако затем уверенности у клиентов прибавилось. Они поняли, что могут за вменяемые деньги получать целый комплекс услуг».

> **Разумеется, не все жители Рублевки** прониклись таким подходом. Основатели бьюти-бара признались нам, что осталось немало людей, которые продолжают ходить в привычные лакшери-салоны и оставлять там целые состояния только потому, что все отделано мрамором. Однако намного больше тех, кто уже сделал выбор в пользу ценностей нематериальных: непринужденной атмосферы и качественного ухода за минимальное время.

> **Мастера DryBarZhukovka** каждый день доказывают, что быстро – не значит плохо. Помогает им в этом еще одна модная «фишка» заведения – эксклюзивный бренд-бук, разработанный при участии специально приглашенных гуру фэшн-индустрии. На выбор гостям предлагается 6 видов классического и 2 вида сезонного макияжа, то есть, по сути, уже готовый продукт. И для преображения нужно просто указать на понравившийся образ. Разумеется, этой выборкой никто не ограничивается. Не нравятся предложенные варианты – придумайте свой. И дальше все сделают за вас.

> **Займется этим один из мастеров**, которых основатели проекта подбирают лично и тщательно. Философия бьюти-баров предполагает создание не просто коллектива, а команды единомышленников – целой творческой семьи. Стилистам предлагают комфортные, буквально домашние, условия для работы. Чтобы они не только трудились над внешним обликом гостя, но и заряжали его позитивом и хорошим настроением.

> **Кстати, слово «гость»** в заведении прижилось куда как больше, чем сухое и официальное «клиент». Еще один нематериальный посыл бьюти-бара – сближение людей. Авторы проекта буквально пошли войной на современную действительность, где люди привыкли прятаться в домах за высокими заборами, часами сидеть в машинах с тонированными стеклами и не расставаться ни на секунду с любимыми гаджетами.

> **Что может заставить человека** отложить смартфон и расслабиться? Комфортная атмосфера, приятная музыка, хороший кофе, руки опытных мастеров и, разумеется, люди вокруг. Живые люди, а не аватарки на страницах в соцсетях! Первый косметический оупен-спейс с самого начала стал для жителей Рублевки настоящим клубом по интересам. Бьюти-пространство открыто для всех – вне зависимости от пола, возраста и толщины кошелька. Такой подход и помогает клиентам превращаться сначала в дорогих гостей, а затем и в друзей заведения. Если человек пришел погруженный в свои мысли, замкнутый и необщительный, а ушел с улыбкой на лице – значит, работа сделана на уровне, – уверены основательницы бьюти-бара. В котором, к слову, проблемы гостей периодически исчезают сами собой. Во время нашего визита случилась интересная история. Девушка, сидевшая на маникюре, по телефону обсуждала с подругой поиск хорошего ландшафтного дизайнера, которого уже давно не могла найти. Еще одна гостья невольно услышала разговор и предложила контакт проверенного человека из этой сферы. Вопрос был решен, а дамы продолжили общение. Это абсолютно нормальная и привычная история для заведения, – говорят его владелицы.

> **Создать позитивную атмосферу** помогает интерьер. Над ними не один месяц «колдовали» дизайнер и архитектор. Действовать по уже надоевшему всем принципу «дорого-богато», конечно же, не стали. Именно поэтому в бьюти-баре нет ни мраморных полов и лестниц, ни мебели викторианской эпохи. Только легкие тона и гордость заведения – барная стойка. Человек не должен чувствовать себя, как в музее, где все хочется посмотреть и потрогать руками. Ставка сделана не на внешний шик, а на внутренний мир. И ставка, как показывает время, сыграла.

> **Очевидно поэтому конкуренции в DryBarZhukovka не боятся.** Сарафанное радио работает лучше рекламного агентства – благодаря этому заведение с утра до вечера буквально жужжит, как пчелиный улей. И «залетают» сюда все, кто хочет: как жители Рублевки, так и люди, которые там работают. Ведь считать умеют все...

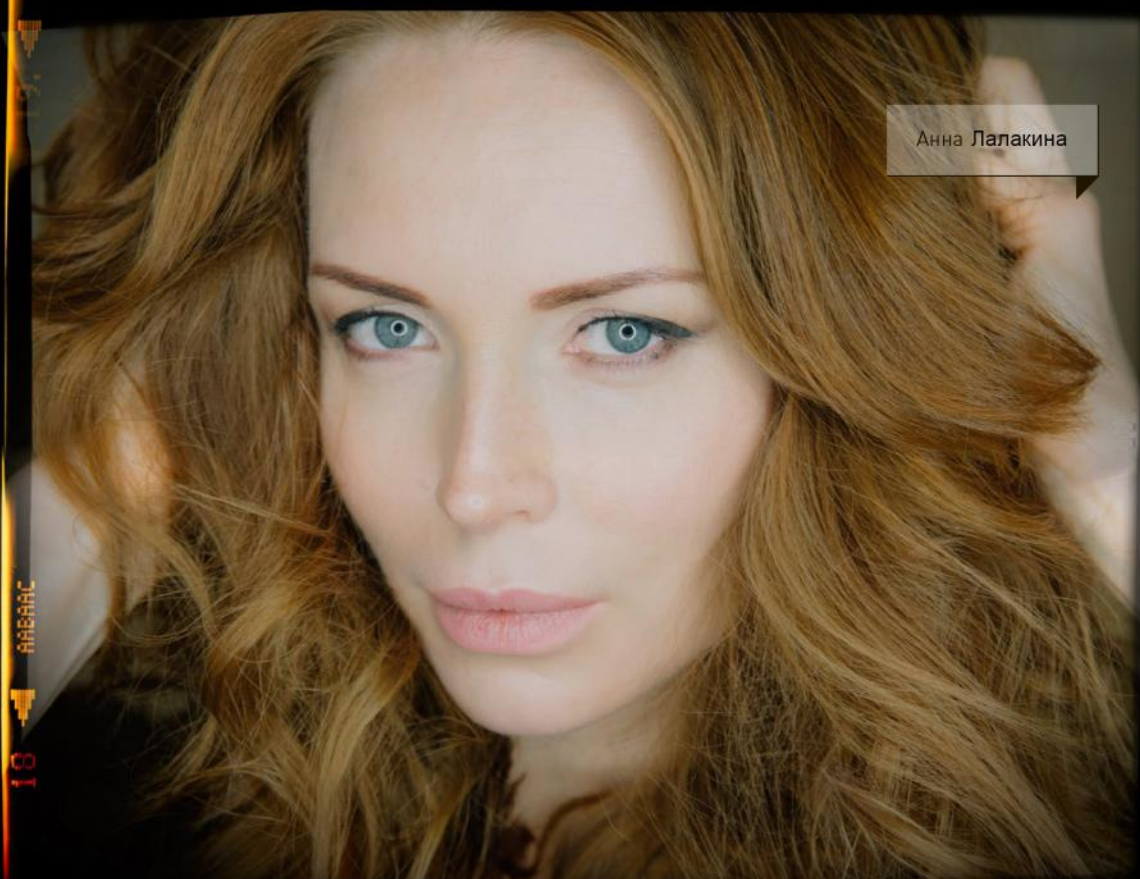
> **Останавливаться на достигнутом Анна и Валерия** не собираются. Гости должны уходить не только окрыленными, но и, хотя бы иногда, удивленными. А значит, в самое ближайшее время жителей Рублевки ждут новые бьюти-сюрпризы. Ну а мы свою порцию удивления уже получили. Убедившись, что, вопреки расхожему мнению, красота не требует жертв. 📍

18 19 АНЕНАС

18 19 АНЕНАС



Валерия Насимова



Анна Лалакина