

# Pain Point & Hurdle

## Pain Point 개요

현재 뷰티 산업에서 K-뷰티는 세계적인 영향력을 가지고 있습니다. 2010년대 초까지 K-뷰티는 K-pop 팬들 또는 아시아 국가들에서만만의 전유물이었지만 현재는 더 대중적인 인기를 누리고 있습니다.

하지만 이러한 국제적 인기에도 불구하고 K-뷰티, 특히 헤어/네일 등의 분야는 다른 분야의 산업들과는 달리 디지털/전산화가 부족한 모습을 보여주고 있습니다.

많은 산업들에서 솔루션/디지털화로 기존 비효율적인 업무를 개선해왔듯, 뷰티 분야 또한 솔루션을 통해 세계적인 위상에 걸맞는 더 효율적이고도 고도화 된 모습으로 변모하리라 생각합니다.

## 가장 흔하지만, 가장 폐쇄적인 산업

헤어샵, 피부미용샵, 네일샵 등 뷰티관련 업장은 서울 압구정부터 지방 읍내까지 어디서나 흔하게 볼 수 있는 업장입니다. 2024년 기준 생활서비스업종으로 분류된 산업 중 1/3 정도인 120,000개의 업장이 뷰티관련 업장으로 등록되어 있습니다. 이는 부동산보다도 많은 숫자입니다.

이렇게 활발한 산업임에도 많은 곳들은 예약관리에 집중된 획일화 된 솔루션을 사용하고 있습니다. 사용자들은 예약관리 이외의 관리 업무, 홍보 및 마케팅, 기자재 소싱 등의 중요 업무 대부분을 별도로 관리하고, 이를 위한 비용도 각 분야별 업체에 지불합니다. 이러한 비용은 결국 디자이너 서비스 품질 관리에 소요되는 비용의 절감, 더 저렴한 재료의 사용, 더 자극적인 마케팅으로 이어지고, 이는 나아가 소비자에게 전가 되는 피해가 됩니다.

샵 유목민이라는 표현처럼 소비자는 만족할 수 있는 샵을 찾는 것이 매우 어려운 현실입니다. 노터스타일은 어느때보다 활발한 K-뷰티 산업의 지속을 위해서 샵을 서포트 할 수 있는 적절한 기술력의 뒷받침이 꼭 필요하다고 믿습니다.

## Viscious Cycle

### Excessive Marketing Expenses

전국 헤어샵 중 잘 관리된 프랜차이즈 가맹점이 차지하는 비율은 매우 적습니다. 따라서 샵 운영자와 직원의 역량에 따라 서비스의 퀄리티 또한 천차만별일 수 밖에 없습니다.

이러한 부분을 숨기고 소비자에게 좋은 모습만을 어필하기 위해 각종 포탈과 앱에서의 리뷰와 리뷰사진에 대한 의존도가 높아지게 되었습니다. 예쁘고 멋진 인플루언서들에게 지불하

는 시간과 노력, 마케팅 비용은 수익을 창출해야하는 샵의 입장에서 부담스럽습니다. 이는 서비스 단가의 상승이나 디자이너 급여, 기자재 비용 절감으로 이어지기 마련이고 소비자에게 부정적인 영향을 미치게 되었습니다.

좋은 서비스를 하는 디자이너들이 개인 샵을 오픈하더라도 광고 없이 자연적으로 유입되는 고객만으로는 쉽지 않은 시간을 보내야 합니다. 직원을 고용하고 확장 하기 위해서는 직원들이 담당하고 수익을 낼 수 있는 고객의 유입이 필수적이고 이를 위해 마케팅이 필요합니다.

현재 블로그 리뷰, 카페 리뷰, 지도, 인스타그램, 페이스북, 유튜브까지 너무나도 많은 채널에서 광고가 이루어 지고 있습니다.

일부 정말 실력있고 열정있는 디자이너들은

여러 방면에서 발전 대신 답보하는 모습을 보이고 있습니다.

외국인 내국인 가리지 않는 바가지 시술 사례

부족한 전문성으로 인한 소비자의 피해

비전문적인 고객관리 방식

실력 검증이 어려운 디자이너들

디자이너를 착취하는 점주의 계약 부조리

가격 정보의 부족으로 합리적인 구매가 어려운 기자재 시장

일부 기자재 판매처의 바가지 상술

이러한 문제는

개선을 위해서는 업계 스탠다드의 수립이 필요합니다.