



Beauty na **kliknięcie**

jak *technologie*
zmieniają branżę?

booksy

Spis treści

Wstęp	3
Najważniejsze wnioski z raportu	5
1. Beauty przyszłości – rezerwacja jednym kliknięciem	6
• Korzystanie z usług beauty i zdrowie	7
• Rezerwacja online jako nowy standard	8
2. Płatności w salonie – rzeczywistość i oczekiwania	9
• Nawyki płatnicze klientów	10
• Kryteria wyboru metody płatności	14
3. Cyfrowy komfort – płatność w aplikacji	16
• Płatności w Booksy a demografia	18
4. Głos klienta – postrzeganie branży i doświadczenie użytkownika	21
• Źródła informacji i inspiracji	23
• Ocena usługodawców	24
• Karty podarunkowe jako atrakcyjny prezent	26
Branża w transformacji – kierunek: cyfrowa przyszłość	27



Branża beauty nadrabia zaległości: czas na cyfrowe przyspieszenie

Granica między światem cyfrowym a rzeczywistym zaciera się. Dziś traktujemy je jako uzupełniające się części rzeczywistości. **Wielu z nas nie potrafi sobie nawet wyobrazić dnia bez aplikacji mobilnych. Kilka kliknięć wystarczy, by załatwić sprawy, które jeszcze niedawno wymagały czasu, wysiłku i kontaktu z drugim człowiekiem. To podejście stało się szczególnie charakterystyczne dla młodszych pokoleń, które oczekują od każdej sfery życia tej samej wygody i szybkości, jakiej doświadczają w świecie online.** Anonimowość i brak bezpośrednich interakcji, to nie tylko udogodnienie, to dziś standard, który decyduje o wyborach konsumenckich.

Branża beauty w naturalny sposób polega na bezpośredniej relacji ze stylistą, kosmetyczką czy fryzjerem. Ten kontakt stanowi równie ważną część wizyty jak sama usługa. Jednak rzeczywistość wokół nas nieustannie się zmienia. **Rośnie liczba osób, które cenią prywatność i niezależność – doceniają możliwość zdalnego zaplanowania wizyty – bez konieczności telefonicznego omawiania szczegółów czy zajmowania się płatnościami na miejscu.**

Twarzą w twarz spotykają się nie tylko style, ale również potrzeby: jedni chcą relacji i kontaktu, drudzy komfortu i autonomii. Trzeba rozumieć oba te światy i konsekwentnie budować pomost pomiędzy nimi.

Booksy od początku wyznacza kierunki cyfrowej transformacji sektora beauty i zdrowia, stając się pionierem digitalizacji salonów i gabinetów nie tylko w Polsce, ale także na największych rynkach tej branży na świecie. To właśnie dzięki tym innowacjom rezerwacja wizyty w ulubionym salonie sprowadza się dziś do jednego kliknięcia, a właściciele mogą zarządzać swoim biznesem z dowolnego miejsca, o każdej porze dnia i nocy – bez ograniczeń, bez zbędnych formalności, bez barier.

Teraz, słuchając głosu użytkowników, idziemy o krok dalej i otwieramy zupełnie nowy rozdział. Wprowadzamy usługę Booksy Pay, dzięki której świat płatności mobilnych staje się integralną częścią usług beauty. To rozwiązanie, które rodzi się z potrzeby wygody, szybkości i bezpieczeństwa – odpowiada na oczekiwania klientów, którzy pragną mieć pełną kontrolę nad wizytą – od etapu rezerwacji, aż po jej zakończenie.

Stefan Batory

CEO i współzałożyciel platformy Booksy



Booksy Pay

płatności, które upraszczają każdą wizytę

Booksy Pay to nowa funkcja w aplikacji, która pozwala klientom opłacić usługę **przed, w trakcie lub po wizycie**, bez gotówki i bez stresu. Kilka kliknięć w aplikacji i płatność BLIKIEM, kartą, Apple Pay, Google Pay lub poprzez płatności odroczone Klarna jest gotowa – szybko, wygodnie i bezpiecznie.

Dla klientów oznacza to **pełen komfort i spokój** – brak kolejek do kasy, pełna kontrola nad płatnością i możliwość dodania napiwku w kilka sekund.

Dla właścicieli salonów to **oszczędność czasu, mniej zmartwień o pieniądze** i większa pewność przychodów, bo płatność z góry zdecydowanie zmniejsza ryzyko odwołania wizyt. Booksy Pay to nie tylko nowa funkcja – to filozofia obsługi oparta na zaufaniu, bezpieczeństwie i zrozumieniu potrzeb użytkowników.

Włączenie Booksy Pay otwiera też dodatkowe możliwości – **specjalne oznaczenie w aplikacji** wyróżnia salon wśród klientów, a wybrane usługi mogą wziąć udział w promocjach od Booksy, np. cashback.

Chcesz sprawdzić, jak działa w praktyce? **Dowiedz się więcej w Booksy Biz.**

Najważniejsze wnioski z raportu

Wygodne i szybkie rezerwacje

Dokonywanie rezerwacji jednym kliknięciem, daje swobodę działania. A branży beauty gwarantuje większy ruch. **Osoby korzystające z Booksy częściej odwiedzają salony niż tradycyjni klienci.** To rozwiązanie, które działa na korzyść obu stron.

Prawie połowa badanych rezerwuje wizyty przez aplikacje mobilne. To wygoda, dostępność i oszczędność czasu – aplikacje umożliwiają umawianie wizyt o dowolnej porze, bez konieczności bezpośredniego kontaktu.

Potrzebne, bezpieczne i łatwe płatności

Polacy chcą płacić za usługi beauty w nowoczesny i bezpieczny sposób. **Prawie dwie trzecie ankietowanych przyznaje, że chętnie wybraliby wygodne i cyfrowe formy płatności, jeśli tylko salon dałby im taką opcję.**

Respondenci chcą mieć wybór. **Ponad 40% uważa, że w salonach wciąż króluje gotówka, choć jedynie dla 18% jest to preferowana metoda płatności.**

Ponad trzy czwarte klientów płaci za usługę zazwyczaj kartą lub telefonem – to sygnał, że bezgotówkowość nie jest już luksusem, ale oczekiwanym minimum.

Płatność w aplikacji wzmacnia doświadczenie klienta. To realne udogodnienie dla salonów beauty. Rozliczenie powinno być **szybkie (60%), bezpieczne (57%) i łatwe w obsłudze (55%)** – tak, żeby móc w pełni skupić się na wyglądzie i efektach wizyty, a nie formalnościach.

Budowanie relacji z klientem

Nowoczesne płatności stają się sposobem na budowanie lojalności. Klienci lubią, gdy technologia „daje im coś więcej”. **Benefity, jak rabaty czy cashback, docenia co drugi respondent (48%).**

Styl życia Millenialsów i Zetek ma coraz większy wpływ na rynek usług. Młodzi traktują płatność w aplikacji jako oczywistość. Brak takiej możliwości może ich skłonić do wyboru innego salonu. **Prawie trzy na cztery osoby w wieku 18–29 lat chciałyby płacić za usługi beauty bezpośrednio w aplikacji.**

Relacja i poczucie bezpieczeństwa przekonują do płatności w aplikacji również starszych – **48% klientów między 50. a 64. rokiem życia skorzystałoby z tej opcji w salonach, które już znają.**

Wyznacznikiem jakości obsługi nie jest dziś tylko sąsiedni salon, ale cały świat usług online. **43% ankietowanych uważa branżę beauty za mniej innowacyjną niż inne sektory działające w e-commerce.**



01

BEAUTY PRZYSZŁOŚCI

rezerwacja jednym kliknięciem

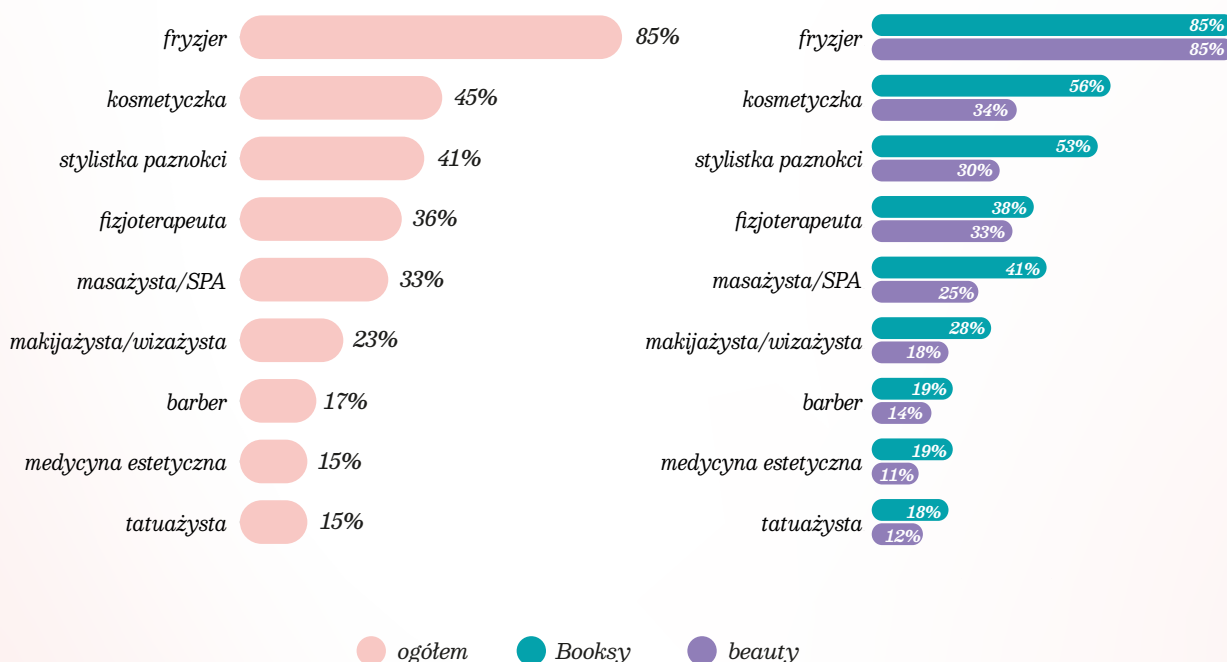
Korzystanie z usług beauty i zdrowie

Stare przysłowie mówi: *Jak cię widzą, tak cię piszą*, dlatego rynek usług beauty dynamicznie się rozwija. Numerem jeden pozostaje naturalnie fryzjer – aż 85% badanych odwiedziło salon w ciągu ostatniego roku. Z jego usług korzystają wszyscy: kobiety, mężczyźni i dzieci. Zaraz za salonami fryzjerskimi uplasowały się kosmetyczki (45%) i stylistki paznokci (41%), do których chodzą przede wszystkim kobiety.

Coraz częściej klienci szukają bardziej specjalistycznych usług. Fizjoterapia czy masaże stają się sposobem na złapanie oddechu i zadbanie o ciało – w ostatnim roku wybrała je ponad jedna trzecia ankietowanych. Barberzy, choć na polskim rynku to stosunkowo nowa branża, już zdobyli 19% klientów i rosną w siłę. Co piąty ankietowany skorzystał z zabiegu medycyny estetycznej, co pokazuje dynamiczny rozwój również tego sektora.

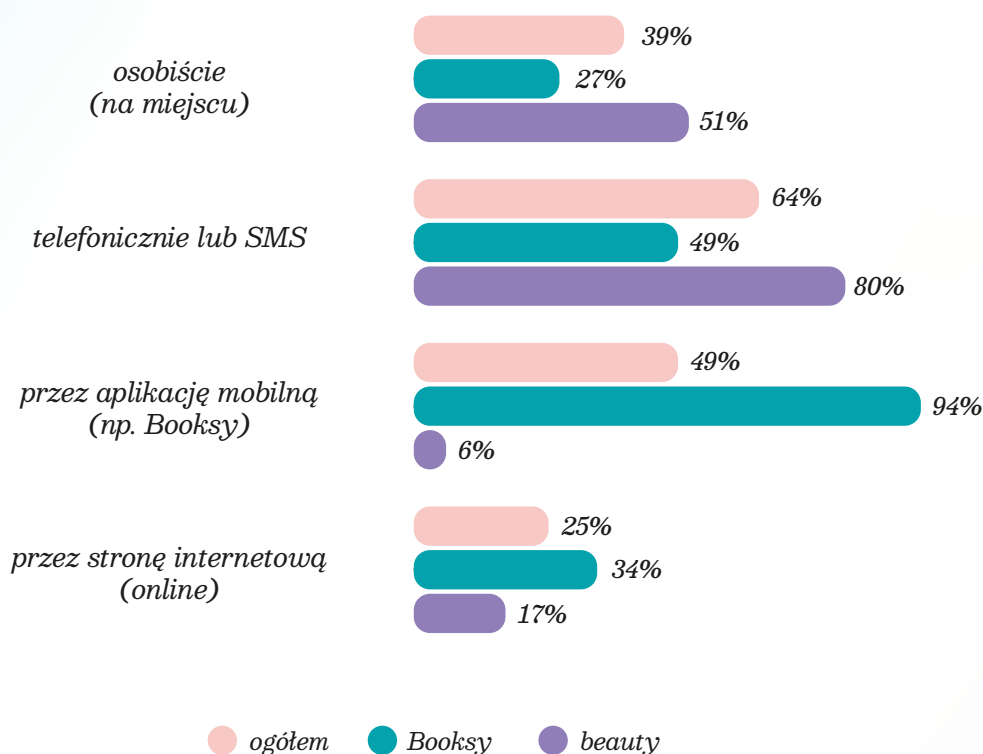
Wygodne zapisy w aplikacji robią różnicę. Użytkownicy Booksy pojawiają się w różnorodnych salonach częściej niż ci, którzy rezerwują tradycyjnie – i to bez względu na rodzaj usługi. Dlaczego? Aplikacja ułatwia samodzielne, wygodne umawianie wizyt o dowolnej porze, redukuje ryzyko zapomnienia o terminie dzięki przypomnieniom oraz pozwala na szybkie zmiany rezerwacji. Zastępuje papierowy kalendarz czy karteczkę z zapisanym terminem. Ponadto możliwość porównania usług, cen i dostępności w czasie rzeczywistym daje klientom poczucie kontroli, motywuje do częstszych wizyt i ułatwia ich planowanie.

Z których usług korzystałeś(aś) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



Rezerwacje online jako nowy standard

W jaki sposób umawiasz się na usługi z kategorii uroda i zdrowie (np. do fryzjera, kosmetyczki, fizjoterapeuty)?



Lubimy wygodę i szybkie rozwiązania, dlatego technologia staje się naturalnym sposobem umawiania wizyt. Choć tradycyjnie najczęściej rezerwujemy telefonicznie lub SMS-em (64%), już niemal połowa Polaków korzysta z aplikacji mobilnych, które oferują błyskawiczne i proste umawianie terminów. Obie te metody uzupełniają się.

02

PŁATNOŚCI W SALONIE

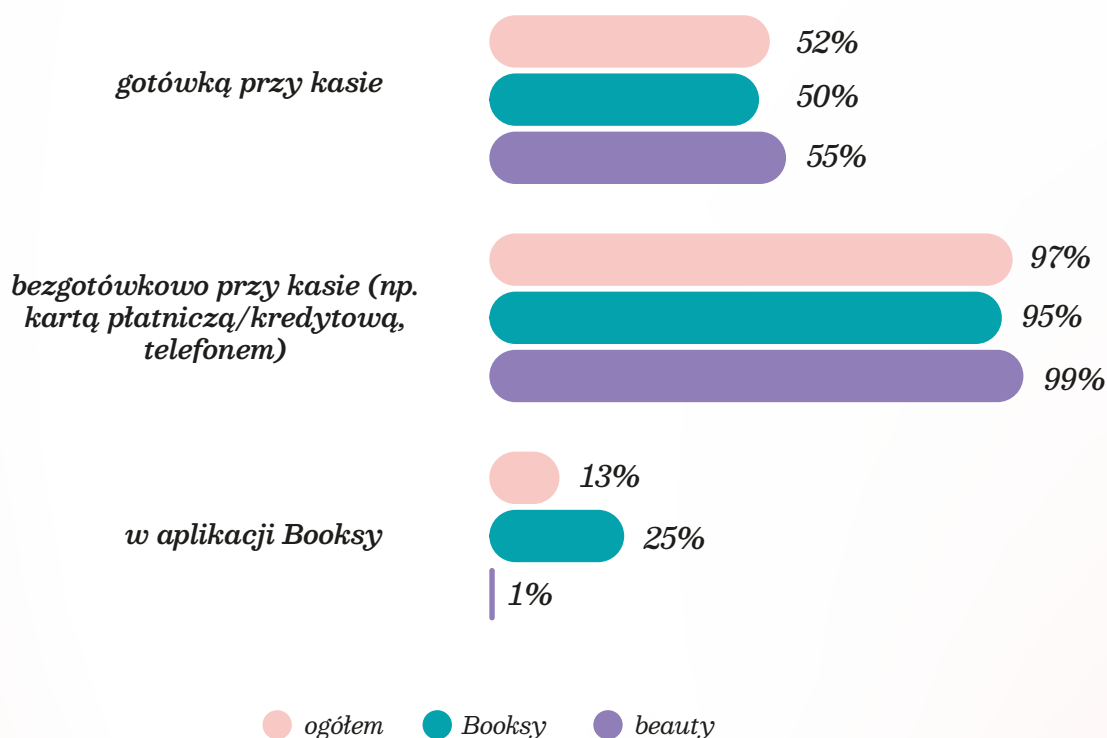
rzeczywistość i oczekiwania

Nawyki płatnicze klientów

W jaki sposób płacimy za usługi beauty i zdrowie? **Nowoczesne formy płatności coraz wyraźniej kształtują zwyczaje klientów usług beauty, ale gotówka wciąż ma się dobrze – niekoniecznie z wyboru klientów.** Tam, gdzie dostępne są terminale lub aplikacje, aż 97% osób w ostatnim roku wybierało płatności bezgotówkowe. Mimo to połowa badanych nadal musiała płacić gotówką – często z powodu braku alternatywy.

To pokazuje, że przed branżą wciąż stoi wyzwanie, by zapewnić wygodne, bezgotówkowe rozwiązania w każdym salonie. Wysoki odsetek płacących gotówką respondentów nie oznacza bowiem, że robią to z własnej woli.

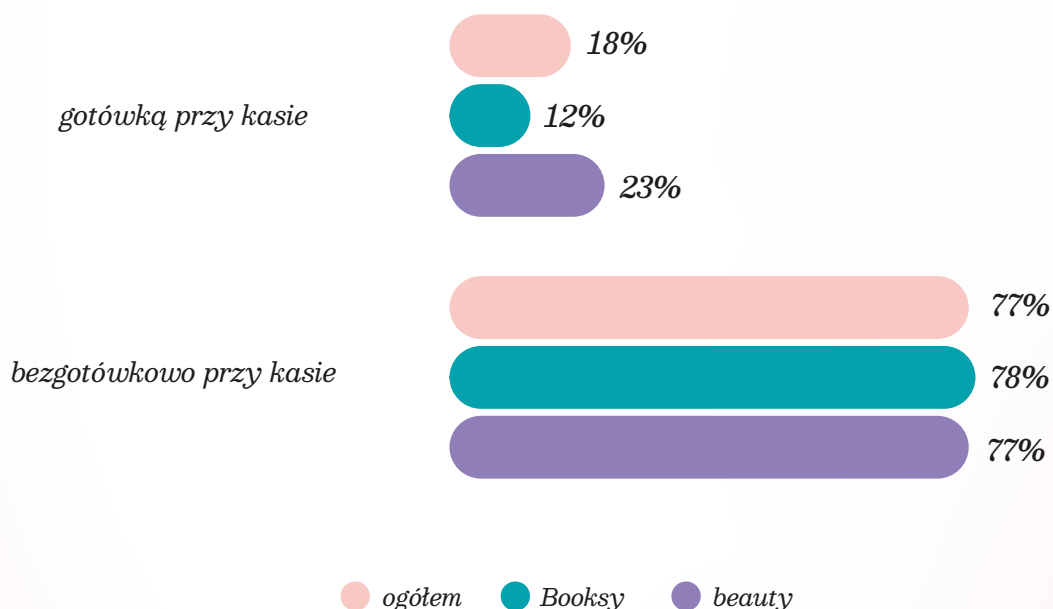
W jaki sposób płacisz za usługi z branży uroda i zdrowie? Wybierz wszystkie, których użyłeś(aś) w ciągu ostatniego roku



Liczy się przede wszystkim wygoda. Ponad trzy czwarte klientów sięga po kartę lub telefon przy kasie, a gotówkę jako główną metodę wybiera już tylko 18%. To wyraźny sygnał – **jeśli klienci mają możliwość wyboru, stawiają na nowoczesne rozwiązania.** Tym bardziej, że z płaceniem gotówką bywają problemy. Co piąty respondent przyznał, że zdarzyło mu się, że salon miał problem z wydaniem reszty, a 17% nie miało przy sobie wystarczającej ilości pieniędzy, by zapłacić za usługę.

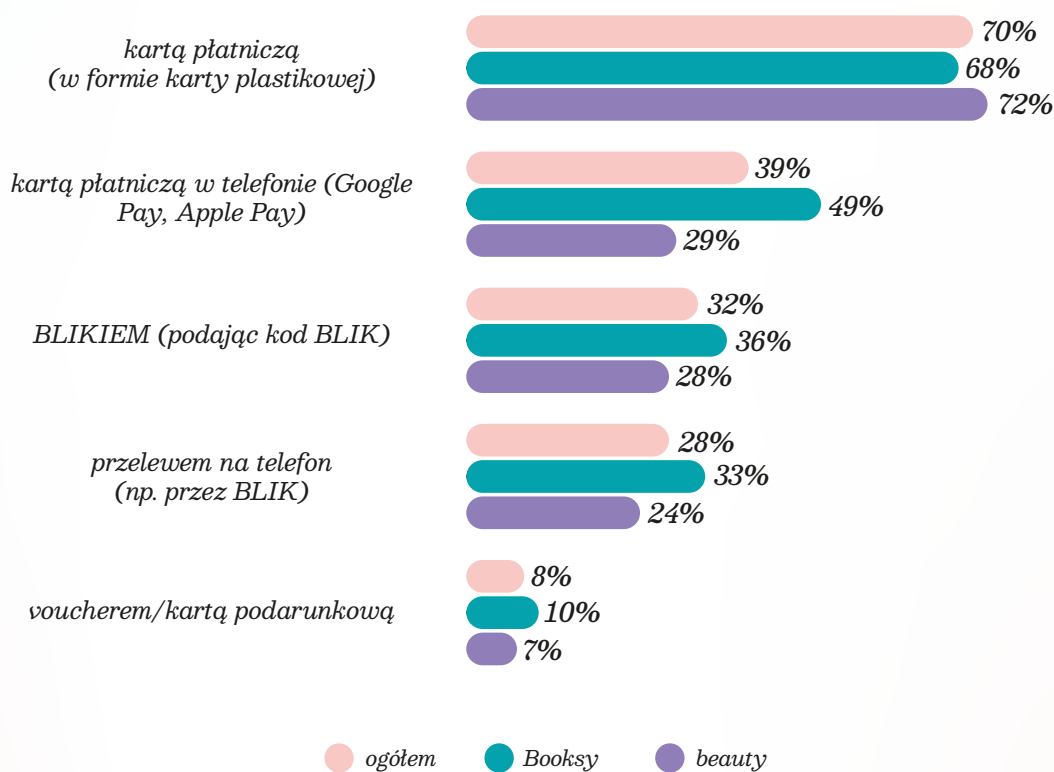
Salony i gabinety, które oferują płatność tylko gotówką, ryzykują utratę klientów na rzecz tych, które wdrażają elastyczne, cyfrowe systemy ułatwiające zakupy i podnoszące komfort obsługi. Nowoczesne rozwiązania powinny iść w parze z respektowaniem różnorodności preferencji.

A którego z tych sposobów używasz najczęściej do płacenia za usługi branży uroda i zdrowie?



A jeśli już płacimy w salonach bezgotówkowo, to jak? Możliwości jest wiele. Na szczycie jest tradycyjna karta płatnicza – aż 70%. Klientów płaciło za jej pomocą w ostatnim roku. Dwóch na pięciu klientów sięgnęło po telefon (np. Google Pay, Apple Pay). Co trzeci badany rozliczał się za pomocą BLIKA, a 28% przelewem na telefon.

W jaki sposób płaciłeś(aś) bezgotówkowo przy kasie za usługi z branży uroda i zdrowie w ciągu ostatniego roku?



Konsumenci oczekują dziś możliwości wyboru metody płatności oraz rozwiązań intuicyjnych i bezpiecznych, które pozwolą im płacić dokładnie tak, jak chcą. **Wygoda i szybkość, w połączeniu z bezpieczeństwem płatności, stają się kluczowymi czynnikami wpływającymi na decyzje zakupowe.** W odpowiedzi na te potrzeby rozwijają się nowoczesne technologie płatnicze, takie jak tokenizacja czy standard Click to Pay, umożliwiające dokonywanie zakupów online jednym kliknięciem. Booksy Pay doskonale wpisuje się w ten kierunek zmian.

Dzięki takim rozwiązaniom klienci mogą korzystać z szybkich, prostych i bezpiecznych płatności, co znacząco poprawia ich doświadczenia zakupowe. Jednocześnie wspiera to przedsiębiorców, umożliwiając lepszą obsługę klientów oraz rozwój biznesu. Jak pokazuje niniejszy raport, blisko dwie trzecie (63%) badanych chętnie korzystałoby z płatności mobilnych, zbliżeniowych lub cyfrowych, gdyby były dostępne w firmach z sektora beauty. To dowodzi, że **inwestycja w nowoczesne rozwiązania płatnicze nie tylko odpowiada na oczekiwania konsumentów, lecz stanowi także realną szansę na wzrost biznesowy.**

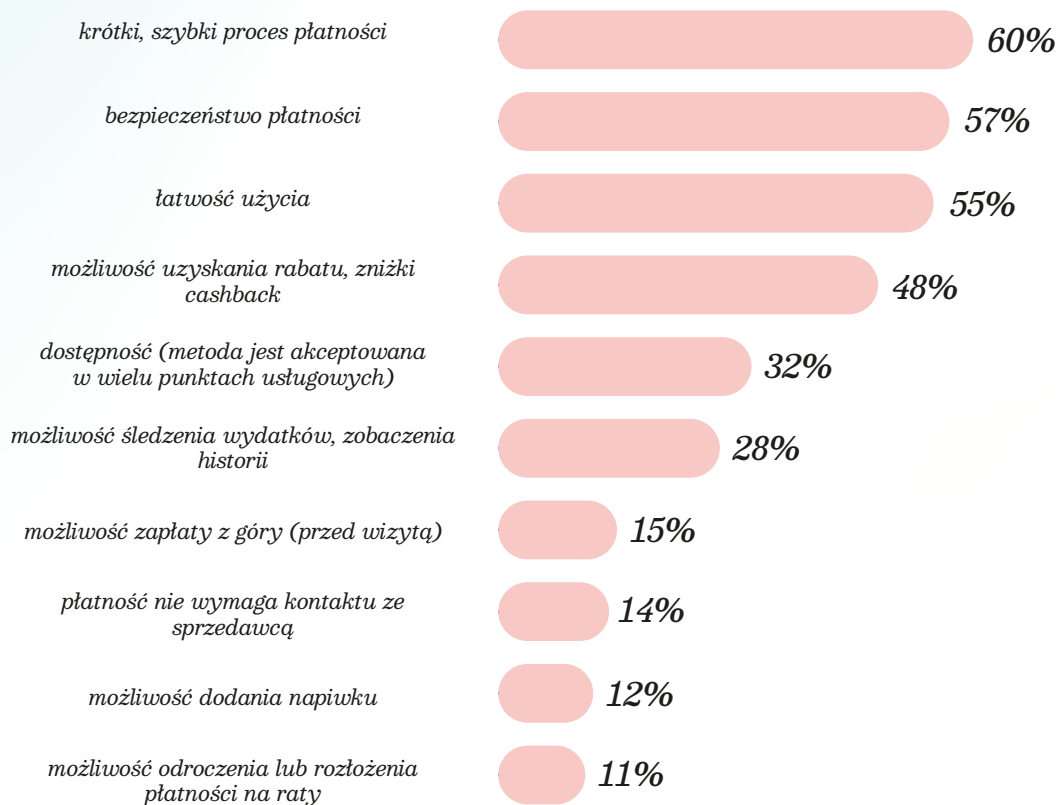
Daria Auguścik

Vice President, dyrektorka ds. rozwoju biznesu
w polskim oddziale Mastercard Europe



Kryteria wyboru metody płatności

Co jest dla Ciebie ważne przy wyborze metody płatności za usługi beauty?



W nowoczesnym salonie każdy detal ma znaczenie – także sposób, w jaki płacimy. A wśród najważniejszych czynników pozostaje komfort. Dla 60% klientów kluczowe jest, żeby wszystko szło szybko i sprawnie, a 57% stawia na bezpieczeństwo. Nie bez znaczenia pozostaje łatwość użycia – jest to istotny aspekt dla 55% badanych. Otrzymaniem rabatów, zniżek lub cashbacku zainteresowanych jest prawie połowa (48%) respondentów. Z kolei dostępność – czyli to, że dane rozwiązanie jest akceptowane w wielu punktach, liczy się dla co trzeciej osoby (32%).

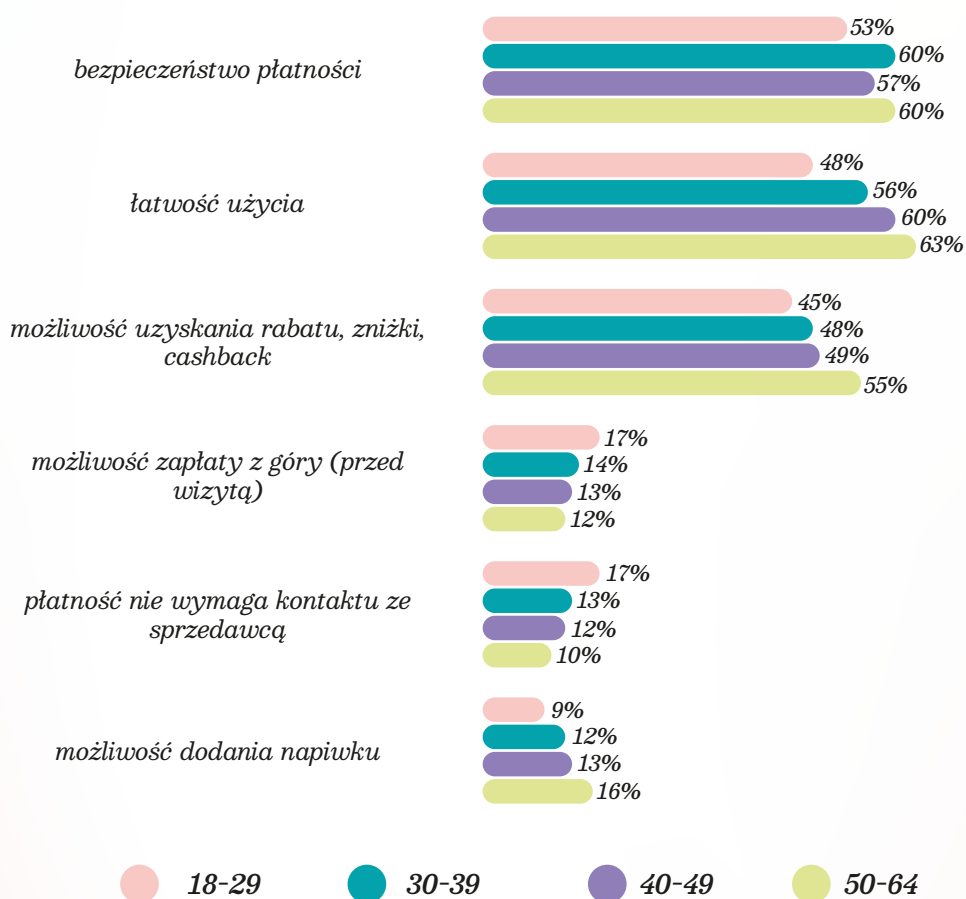
Tam, gdzie klienci mają już dostęp do płatności w aplikacji, aż 87% wybiera rozliczenie z góry przez Booksy Pay, a 13% decyduje się zapłacić tą metodą dopiero po wizycie. Co ważne – wszystko dzieje się głównie mobilnie, bo aż 90% transakcji realizowanych jest przez telefon.

W praktyce oznacza to jedno: klienci chcą, żeby płacenie było proste i bezpieczne, czyli pozwalało w pełni skupić się na efektach wizyty u fryzjera czy kosmetyczki.

Dla przedstawicieli młodszych generacji liczy się jeszcze coś innego. To oni najmocniej podkreślają, że chcą płacić bez kontaktu ze sprzedawcą. Tak jak w przypadku zamawiania jedzenia na wynos czy przejazdu taksówką.

Bezpieczeństwo jest istotne dla wszystkich w podobnym stopniu, ale co ciekawe pokolenie Z jest najbardziej otwarte na możliwość zapłaty z góry, jeszcze przed wizytą w salonie.

Co jest dla Ciebie ważne przy wyborze metody płatności za usługi beauty?





03

CYFROWY KOMFORT

płatności w aplikacji

Dynamiczny rozwój technologii zmienia sposób, w jaki konsumenci wydają pieniądze, zarządzają finansami i korzystają z usług bankowych. Raport, który macie Państwo przed sobą, tylko to potwierdza – **konsumenci oczekują obecnie wysoce spersonalizowanych, intuicyjnych i płynnych doświadczeń związanych z płatnościami** – takich, które umożliwiają im zarządzanie finansami w sposób najlepiej odpowiadający ich indywidualnym potrzebom, niezależnie od tego, czy kupują kawę, płacą za usługi w branży beauty, czy składają wniosek o pożyczkę.

Visa – jako jeden ze światowych liderów płatności cyfrowych – przygląda się uważnie oczekiwaniom i potrzebom konsumentów. Nasze badanie Visa „E-commerce Payment Study (CEE) 2025” dotyczące zakupów dokonywanych online pokazało, że **dla ankietowanych liczy się przede wszystkim bezpieczeństwo płatności oraz że zwracają oni szczególną uwagę na ich wygodę i szybkość.**

To między innymi dlatego oferujemy intuicyjne, szybsze i bardziej wygodne metody płatności, które posiadają dodatkowe warstwy zabezpieczeń (takie jak tokenizacja, która zamienia wrażliwe dane karty w unikalne tokeny). Zależy nam, aby wygodę płatności zbliżeniowych w punktach stacjonarnych przenosić do cyfrowego świata, tworząc bezpieczne, dostępne i przyjazne dla każdego usługi płatnicze oraz finansowe, niezależnie od poziomu sprawności czy kompetencji.

Tym bardziej cieszy nas, że Booksy wprowadza nową możliwość płatności poprzez usługę Booksy Pay.

Małgorzata Ciszeka

dyrektorka ds. kluczowych detalistów w Visa



Płatności w Booksy a demografia

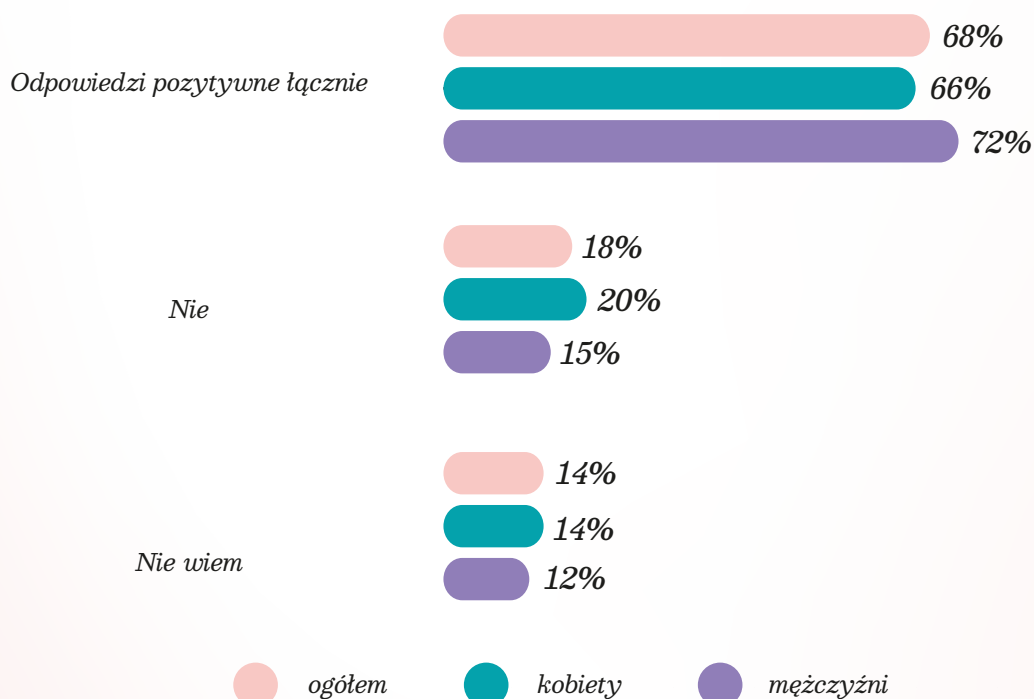
Umówienie wizyty i płatność w jednej aplikacji? Klienci są na tak. Prawie siedmiu na dziesięciu badanych zadeklarowało gotowość do skorzystania z takiej opcji.

Mężczyźni są bardziej otwarci na takie rozwiązanie, natomiast kobiety częściej wskazywały, że wybrałyby je w salonach, które znają. Socjologicznie można to skomentować jako przejaw rosnącej akceptacji technologii szczególnie wśród mężczyzn, dla których nowoczesne rozwiązania są często postrzegane jako sposób na zwiększenie komfortu i autonomii. Kobiety natomiast, mimo ogólnego pozytywnego nastawienia do innowacji, wykazują większą skłonność do korzystania z nich w zaufanych, znanych już sobie miejscach, co odzwierciedla potrzebę poczucia bezpieczeństwa i komfortu w relacji z usługodawcą.

Jak to wygląda w Booksy Pay? Tam, gdzie system już funkcjonuje, klienci korzystają z niego równie chętnie – niezależnie od płci, co świadczy o rosnącym znaczeniu globalnych trendów cyfrowej transformacji, które zacierają granice społecznych oczekiwań i stereotypów.

Co ciekawe opcja opłacenia wizyty w aplikacji cieszy się dużym zainteresowaniem na terenach wiejskich oraz małych i średnich miastach, gdzie otwartych na to jest powyżej 70% klientów.

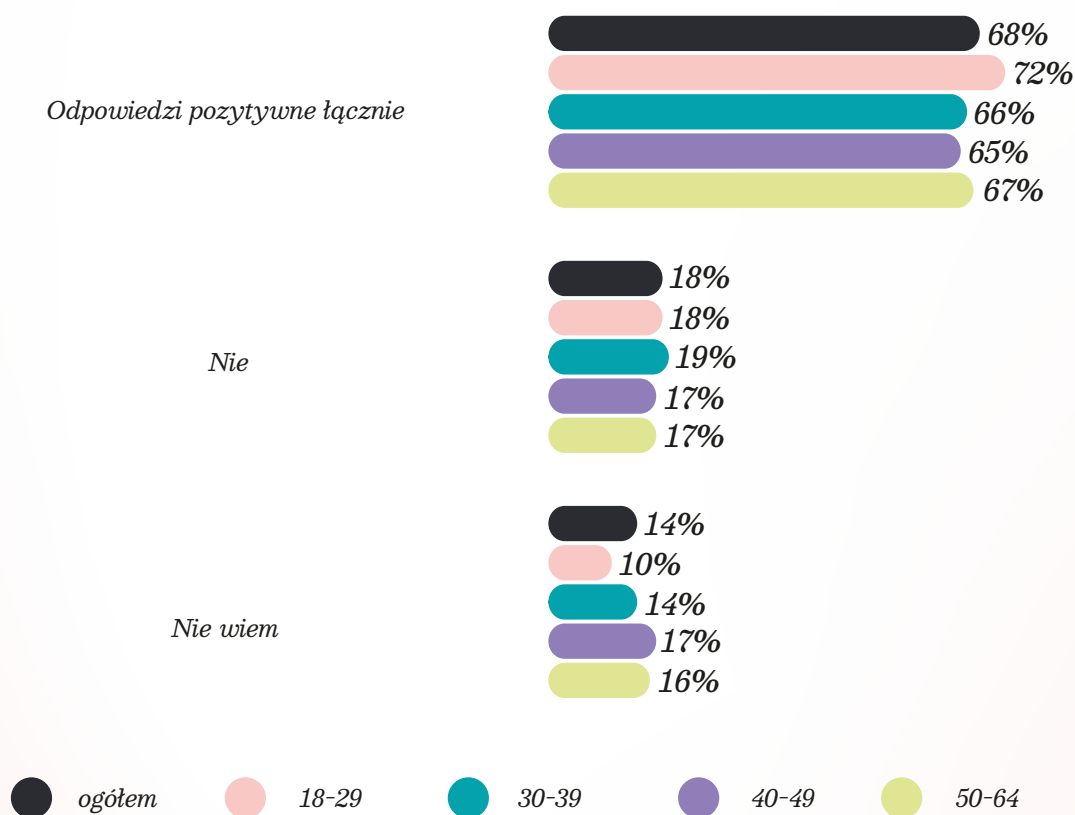
Czy gdyby była możliwość zapłaty za usługi z kategorii uroda i zdrowie w aplikacji, w której umawiasz wizytę, np. Booksy, to chciał(a)byś skorzystać z tej możliwości?



Prawie trzy czwarte klientów w wieku 18-29 lat chciałoby rezerwować i płacić za usługi z kategorii zdrowie i uroda w jednej aplikacji. Starsi podążają ich śladem. Na tak jest 66% ankietowanych w wieku 30-49 i aż 67% osób w wieku 50-64

Młodsze pokolenia, wychowane w erze cyfrowej, naturalnie wybierają proste, zintegrowane rozwiązania, które pozwalają im oszczędzać czas i efektywnie zarządzać codziennymi obowiązkami. Starsi klienci, choć z natury ostrożniejsi wobec nowości, coraz częściej sięgają po narzędzia cyfrowe, o ile korzystają z nich w zaufanym i bezpiecznym środowisku. Pokazuje to, jak ważne są relacje oraz poczucie bezpieczeństwa przy korzystaniu z nowych technologii.

Czy gdyby była możliwość zapłaty za usługi z kategorii uroda i zdrowie w aplikacji, w której umawiasz wizytę, np. Booksy, to chciał(a)byś skorzystać z tej możliwości?



Aplikacje rezerwacyjne zmieniły sposób, w jaki korzystamy z usług beauty. Z jednego miejsca można zarządzić całym doświadczeniem – od wyboru stylistki, przez przesunięcie wizyty, aż po rozliczenie płatności. Wszystko dzieje się w rytmie codzienności: między spotkaniami, w tramwaju, w chwili, gdy pojawia się wolny moment.

To, co kiedyś było zestawem oddzielnych kroków – telefon do recepcji, rezerwacja w kalendarzu, płatność przy kasie – dziś dzieje się w jednym miejscu. Klient przychodzi do salonu z poczuciem, że wszystko jest już zorganizowane. Jeśli zapłacił wcześniej, może skupić się na samej usłudze. Jeśli tylko część, to resztę dopłaci w preferowanej przez siebie formie. Ważne jest nie to, w jaki sposób, ale że **płatność stała się elastyczna i wpisana w proces od samego początku**.

Widać, że takie rozwiązania bardzo szybko wchodzą w nawyk. **Od lipca 2024 roku, gdy w Booksy pojawiła się możliwość przedpłat BLIKIEM, liczba transakcji realizowanych tą metodą płatności rośnie średnio o 21% miesięcznie**. Dziś nie jest to już dodatkiem, ale integralną częścią usługi – równie oczywistą jak wybór godziny czy przesunięcie wizyty.

Historia aplikacji Booksy to przykład szerszego trendu. **Coraz więcej usług zaczyna się i kończy w telefonie, a płatność staje się częścią tego doświadczenia** – nie na widoku, ale w tle, dzięki czemu całość działa sprawnie i bez zakłóceń. **To właśnie taka dyskretna technologia zmienia codzienność najbardziej**.

Magdalena Kubisa

dyrektorka Departamentu Rozwoju Biznesu w
Polskim Standardzie Płatności, operatorze BLIKA





04

GŁOS KLIENTA

*postrzeganie branży
i doświadczenie użytkownika*

Kiedy w wieku 21 lat otworzyłem swój pierwszy salon, wszystkim zajmowałem się sam – od telefonu po prowadzenie grafiku w zwykłym kajecie. Zdarzało się, że na tę samą godzinę zapisałem trzy panie... i wszystkie przyszły punktualnie! Wtedy to był chaos, teraz – bezcenne doświadczenie, które nauczyło mnie, jak ważna jest dobra organizacja i technologia wspierająca codzienną pracę.

To były zupełnie inne czasy – nikt nie wyobrażał sobie wtedy rezerwacji inaczej niż osobiście albo przez telefon, a płatność za usługę możliwa była wyłącznie gotówką.

Dziś w atelier oferujemy klientom znacznie więcej. Tworzymy pełne, dopracowane doświadczenie – od designu i kolorystyki wnętrza, przez indywidualne podejście, aż po detale, które budują klimat: doskonałą kawę czy odpowiednio dobrane zapachy. Fundamentem jest oczywiście profesjonalizm, ale coraz częściej liczy się też wygoda i płynność całej wizyty – od momentu zapisu aż po sposób zapłaty.

Dlatego stawiam na rozwiązania, które dają klientom maksymalny komfort. Dzięki Booksy mogą umówić się o dowolnej porze, bez dzwonienia i czekania, a Booksy Pay pozwala im zapłacić tak, jak lubią – kartą, BLIKIEM, gotówką lub bezpośrednio online. To dla nich więcej swobody i spokoju, a dla mnie – mniej formalności i większy porządek w pracy.

Booksy ułatwia pracę wszystkim moim pracownikom recepcji – porządkuje kalendarz, automatyzuje płatności i sprawia, że cały proces obsługi staje się płynny, nowoczesny i przyjemny – zarówno dla klientów, jak i dla nas.

Piotr Sierpiński

fryzjer/stylista gwiazd

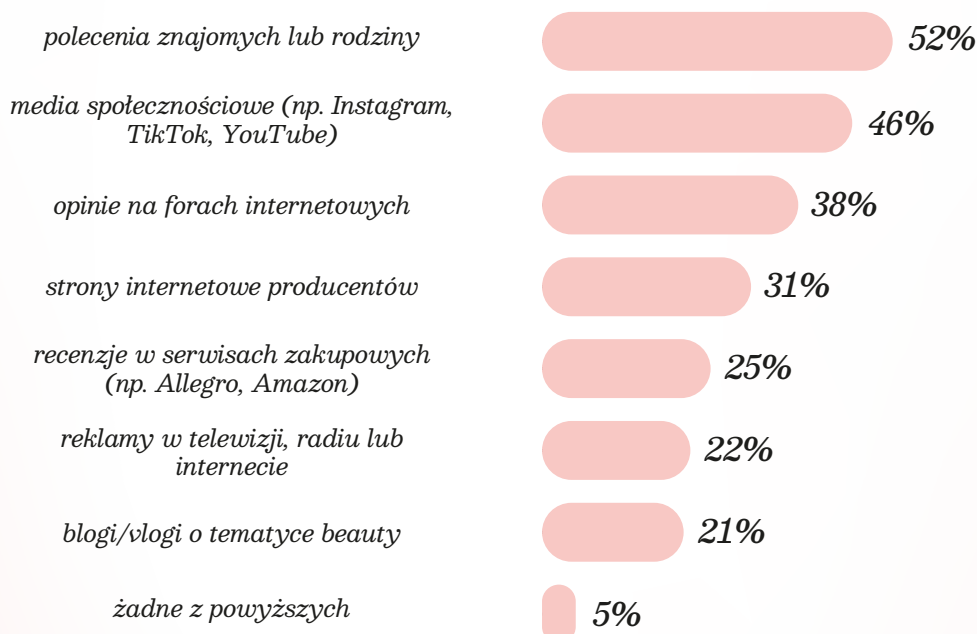


Źródła informacji i inspiracji

Doświadczenie klienta i jego pozytywna opinia na temat obsługi są najlepszą reklamą dla każdego usługodawcy. Zanim skorzystamy z wizyty często szukamy inspiracji i rekomendacji. W tak ważnej kwestii, jaką jest wygląd, zwracamy na to szczególną uwagę. Okazuje się, że wciąż najbardziej ufamy ludziom, których znamy – aż 52% badanych wskazało rodzinę i znajomych jako swoje główne źródło poleceń. Zaraz za nimi na podium wskoczyły social media (46%). Instagram, TikTok i YouTube i działający tam influencerzy to prawdziwe kopalnie pomysłów na fryzury, makijaż czy pielęgnację. Inspirujemy się tym, co bliskie, autentyczne i podane w lekkiej, codziennej formie.

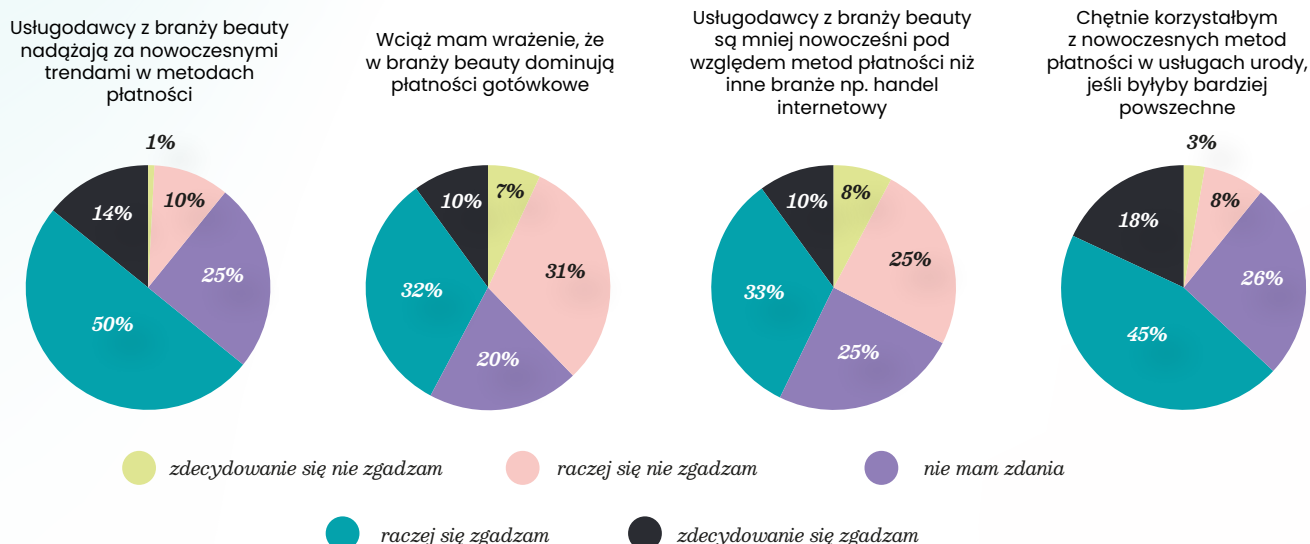
Fora internetowe (38%) i strony producentów (31%) wciąż mają swoje grono odbiorców, ale nie grają dziś roli jako podstawowe źródło informacji i inspiracji. Podobnie jak recenzje w e-sklepach, reklamy czy blogi i vlogi.

Skąd najczęściej czerpiesz informacje o produktach i usługach z kategorii uroda i zdrowie



Ocena usługodawców

Jak oceniasz usługodawców z kategorii beauty pod względem dostępności nowoczesnych form płatności?

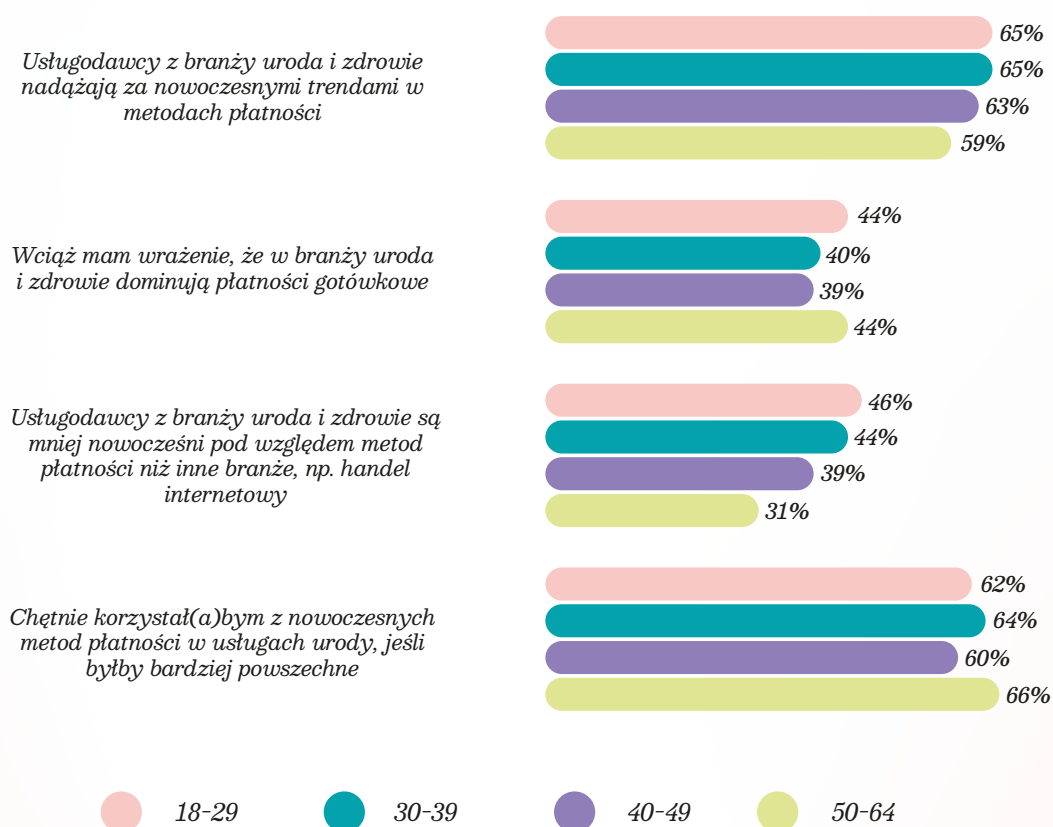


Opinie klientów jasno pokazują, gdzie branża beauty radzi sobie dobrze, a gdzie wciąż jest potencjał do rozwoju i wdrażania udoskonaleń. W kontekście płatności widoczna jest potrzeba wprowadzania nowoczesnych rozwiązań. Co prawda 64% klientów uważa, że usługodawcy nadążają za nowoczesnymi trendami w tym obszarze, jednak 42% ma wrażenie, że w branży beauty wciąż dominują płatności gotówką. W konsekwencji, przeszło dwóch na pięciu z nich (43%) ocenia ją jako mniej nowoczesną w kontekście rozliczeń niż inne sektory.

Blisko dwie trzecie (63%) badanych chętnie sięgnęłaby po płatności mobilne, zbliżeniowe czy cyfrowe, gdyby były dostępne. Co to znaczy? Dla klientów najważniejszy jest efekt – udana fryzura czy manicure – dlatego dziś wielu z nich toleruje konieczność płacenia gotówką. Jednak ten stan rzeczy może nie trwać wiecznie. W dobie dynamicznego rozwoju technologii i rosnących oczekiwań klientów, salony beauty muszą się dostosować i oferować nowoczesne metody płatności, które są szybkie, wygodne i bezproblemowe. Tylko w ten sposób zachowają swój profesjonalny wizerunek i zdobędą lojalność coraz bardziej cyfrowo świadomych konsumentów.

Generacja Z podnosi poprzeczkę – dla nich cyfrowe udogodnienia to codzienność. Tym bardziej zauważają, gdy ich brakuje. Aż 46% osób w wieku 18–29 lat wskazuje, że **beauty wypada mniej nowocześnie niż inne sektory, jeśli chodzi o sposoby płatności.** Dla nich brak cyfrowych rozwiązań to nie tylko niedogodność, ale sygnał, że dany salon nie nadąża za duchem czasu. To może skutkować wyborem innych, bardziej innowacyjnych miejsc. To pokolenie najszybciej adaptuje nowe technologie i kieruje się przede wszystkim szybkością, prostotą i bezpieczeństwem transakcji.

Jak oceniasz usługodawców z kategorii beauty pod względem dostępności nowoczesnych form płatności?

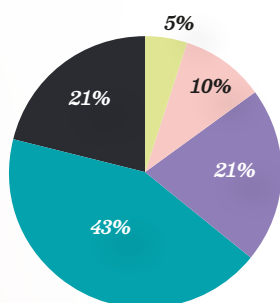


Karty podarunkowe jako atrakcyjny prezent

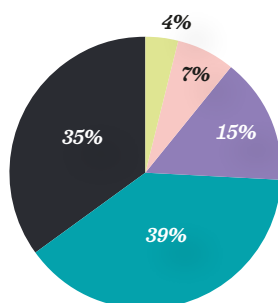
Jednak rozliczanie wizyt to dziś nie tylko karta płatnicza, czy gotówka. Ciekawą opcją rozliczenia wizyty mogą być również karty podarunkowe, które świetnie sprawdzają się jako prezent. Aż 64% klientów chciałoby je komuś podarować, a prawie trzy czwarte badanych chętnie by je otrzymało. Czterech na dziesięciu respondentów planuje skorzystać z nich w tym roku. To dobry sygnał dla salonów – **vouchery to nie tylko praktyczny upominek, ale też sposób, by przyciągnąć nowych klientów i zbudować lojalność tych, którzy już odwiedzają salon.** Jako przedpłacona usługa zapewnia rozliczenie przed przyszłą wizytą. Klienci, którzy obdarowują innych voucherem, bezpośrednio polecają salon i są jego ambasadorami, podczas gdy osoby obdarowane często stają się nowymi klientami.

W jakim stopniu zgadzasz się z poniższym stwierdzeniem?

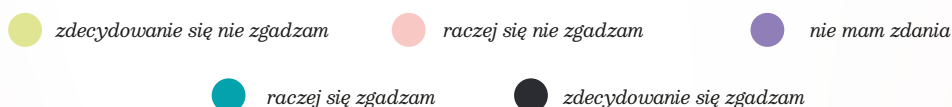
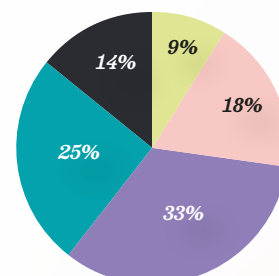
chciał(a)bym podarować komuś na prezent kartę podarunkową na usługi beauty



chciał(a)bym otrzymać w prezencie kartę podarunkową na usługi beauty



w tym roku zamierzam skorzystać z karty podarunkowej na usługi beauty



Branża w transformacji

kierunek: cyfrowa przyszłość

W branży beauty przyszłość zależy nie tylko od perfekcyjnych usług czy designerskiego wnętrza. **Liczy się całość doświadczenia – to, jak płynnie i komfortowo klient może zaplanować wizytę, zapłacić i naprawdę cieszyć się chwilą dla siebie.**

Dane pokazują jasno: klienci przyzwyczajają się do wygody błyskawicznie. Przy pełnym komforcie częściej korzystają z usług, wybierają nowoczesne formy płatności i oczekują bezproblemowego działania. Rytm codziennego życia przenosi się na świat beauty – wygoda, szybkość i komfort stają się tym, co naprawdę buduje zaufanie.

Booksy Pay to kolejny krok w tym kierunku. **Integrując rezerwację i płatność w jednym płynnym procesie, pokazujemy, że branża beauty może być tak samo wygodna, nowoczesna i dopasowana do codziennego życia jak wszystkie cyfrowe usługi, z których korzystamy każdego dnia.** Przyszłość należy do tych, którzy będą kierować się zasadą, że komfort klienta jest dziś równie ważny jak sama usługa – i że prawdziwa innowacja zaczyna się od doświadczenia.

Metodologia badania

Badanie zostało zrealizowane metodą wywiadów on-line (CAWI) przy wykorzystaniu panelu internetowego SW Panel. Próba badawcza objęła łącznie 1559 respondentów, którzy zostali dobrani spośród osób w wieku od 18 do 64 lat, regularnie korzystających z usług beauty i zdrowia, w tym użytkowników platformy Booksy. Badanie miało na celu poznanie opinii, zachowań i preferencji tej grupy w zakresie korzystania z usług wyienionych branż. Realizacja pomiaru odbyła się w okresie od 23 stycznia do 11 lutego 2025 roku.

O Booksy

Booksy to polska firma oferująca aplikację do rezerwacji wizyt online dla użytkowników oraz aplikację do rozwijania biznesu przez usługodawców. Dzięki Booksy użytkownicy m.in. w USA, Wielkiej Brytanii, Francji, Hiszpanii i Polsce mogą umawiać wizyty u swoich ulubionych fryzjerów, barberów, kosmetyczek czy fizjoterapeutów. Tylko w 2024 r. platforma obsłużyła blisko 265 mln wizyt na całym świecie.

