

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра журналістики та нових медіа

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**СТВОРЕННЯ ТА РОЗРОБЛЕННЯ САЙТУ У СФЕРІ ЕСТЕТИЧНОГО
БІЗНЕСУ**

Здобувача другого
(магістерського) рівня вищої
освіти групи МКм-1-24-1.4з. галузі
знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.04
Медіакомунікації
Катерини Вячеславівни
Пацьори

Використання чужих ідей,
результатів і текстів мають
посилання на відповідне
джерело

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник:
Погребняк І.В.,
завідувач кафедри журналістики та
нових медіа; кандидат філологічних
наук, доцент.

Розширена шкала _____

Кількість балів: ____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК
_____ І.В. Погребняк,

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ ТА ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ САЙТУ У СФЕРІ ЕСТЕТИЧНОГО БІЗНЕСУ	5
1.1 Актуальність дослідження	5
1.2 .Теоретичні підходи до розроблення вебсайтів у сфері послуг	6
1.3 Сайт як інструмент комунікації та просування в естетичному бізнесі	7
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ПРОЄКТУ ТА КОНТЕНТ-АНАЛІЗ ПОДІБНИХ ВЕБПОРТФОЛІО МАЙСТРІВ У СФЕРІ БРОВІСТИКИ.	8
2.1 Порівняльна характеристика подібних проєктів	8
2.2 Концепція авторського медіапроєкту «HoshBrows»	10
2.3 Процес виробництва проєкту	12
РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПРОЄКТУ «HOSHBROWS».	14
3.1 Платформи для поширення матеріалів та просування проєкту	14
3.2 Результати реалізації проєкту та його перспективи розвитку.....	15
ВИСНОВКИ.....	17
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	19
АНОТАЦІЯ	27

ВСТУП

Актуальність магістерської кваліфікаційної роботи полягає у тому, що у наш час власна платформа в інтернеті — це невід’ємна частина особистого бренду. Соціальні мережі є корисними, але вони не дають повноцінного контролю над змістом, структурою та подачею. Власний сайт є більш професійним, надійним та універсальним інструментом для створення цифрової присутності.

Мета проєкту:

Основною метою мого проєкту було створення сучасного, структурованого та візуально привабливого вебсайту-портфоліо. Він має не лише демонструвати мої роботи, але й служити платформою для професійної комунікації, підвищення впізнаваності та представлення моїх навичок у сфері медіакомунікацій.

Місія проєкту полягає у створенні професійного та сучасного портфоліо, яке демонструє практичні навички в сфері бровістики, сприяє підвищенню впізнаваності майстра та залученню клієнтів через цифрові канали комунікації.

Завдання проєкту:

- Проаналізувати сучасні тенденції у сфері бровістики та методики роботи майстрів, використовуючи літературні джерела, інтернет-ресурси та професійні кейси;
- Створити концепцію вебсайту-портфоліо, що відображає професійний стиль та візуальну ідентичність;
- Розробити комунікаційну стратегію для популяризації послуг і контенту через соціальні мережі;
- Опублікувати інформаційні матеріали та демонстраційні роботи на сайті та в Instagram;
- Провести моніторинг результатів просування та взаємодії з аудиторією.

Практична частина включала підготовку матеріалів про послуги та роботи майстра бровістики, їх структурування на сайті та адаптацію для публікацій в Instagram. Для підвищення професійності контенту проводились консультації та інтерв'ю з експертами у сфері краси, які надали поради щодо подачі матеріалів, ефективного оформлення портфоліо та способів залучення клієнтів.

В процесі роботи були створені фотографії робіт, опис послуг, навчальні матеріали та кейси, які демонструють професійні навички. Вебсайт має сучасну візуальну концепцію, інтуїтивно зрозумілу навігацію та адаптивний дизайн, що підвищує привабливість для потенційних клієнтів.

Новизна проєкту полягає у комплексному підході до створення цифрової присутності майстра бровістики: поєднанні професійного портфоліо, ефективного контенту та стратегії просування через Instagram, що дозволяє не лише демонструвати роботи, а й активно залучати клієнтів та партнерів.

Цільова аудиторія проєкту включає потенційних клієнтів (жінок і чоловіків віком 15–45 років), а також тих, хто цікавиться майстерністю та послугами у сфері бровістики.

Просування та комунікаційна стратегія

Для популяризації вебсайту та демонстрації робіт був використаний Instagram, де публікувалися фотографії робіт, навчальні відео та поради для клієнтів. Важливим елементом стратегії було створення унікальної айдентики, логотипу та візуального стилю для соціальних мереж, що підвищило впізнаваність проєкту та забезпечило ефективну комунікацію з аудиторією.

Сайт реалізовано на платформі Wix. Я створила зрозумілу навігацію, поділивши контент на логічні розділи: Головна, Про мене, Портфоліо, Контакти. Я працювала над дизайном, структурою та адаптивністю сайту, щоб він однаково добре виглядав на всіх пристроях. На сайті розміщені виключно мої роботи, фотографії, проєкти та матеріали.

Оригінальність проєкту полягає в повній персоналізації. Я створила не просто шаблонний сайт, а платформу, яка відображає мою індивідуальність,

стиль і професійну ідентичність. Спеціально підібрана структура, акценти, візуальні рішення та власний контент роблять цей сайт унікальним.

Цільова аудиторія проєкту:

1. Потенційні клієнти — жінки та чоловіки віком від 15 до 45 років, які цікавляться б'юті-процедурами, зокрема оформленням та візуальним виглядом брів.
2. В майбутньому це ще партнери та колаборатори — фахівці б'юті-індустрії, візажисти, косметологи, фотографи або локальні студії, з якими можливе подальше професійне співробітництво.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ ТА ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ САЙТУ У СФЕРІ ЕСТЕТИЧНОГО БІЗНЕСУ

1.1 Актуальність дослідження

Сучасний естетичний бізнес — б'юті-студії, майстри бровістики, косметологи, візажисти, nail-спеціалісти, студії лазерної косметології та SPA-послуг — стрімко цифровізується. Рішення клієнтів дедалі частіше ухвалюються онлайн: через пошук у Google, соціальні мережі та персональні сайти. У такому середовищі власний сайт перетворюється на ключовий інструмент професійної ідентичності, комунікації та просування бренду майстра чи студії.

Проблема полягає у тому, що значна частина фахівців естетичної сфери використовує лише соціальні мережі, що обмежує можливості бренду: відсутність структурованої інформації, нестабільні алгоритми Instagram/TikTok, низька довіра клієнтів через брак офіційної платформи. Натомість сайт забезпечує стабільність, професійний імідж, розширений функціонал (запис, портфоліо, відгуки), повноцінну SEO-присутність та можливість формування довгострокового цифрового сліду.

Крім того, пандемія, конкуренція на ринку та зростання вимог клієнтів до прозорості й сервісу зумовили потребу у створенні платформ, що дають змогу

швидко знайомитися з послугами, цінами та результатами роботи. Це підсилює актуальність розроблення якісного сайту, адаптованого під потреби сучасної аудиторії. Таким чином, **дослідження процесу створення сайту для естетичного бізнесу є важливим як з практичної, так і з теоретичної точки зору**, адже сприяє розвитку локального підприємництва, медіаграмотності фахівців і цифрової культури сфери краси.

1.2. Теоретичні підходи до розроблення вебсайтів у сфері послуг

Створення вебсайту для сфери послуг, зокрема для естетичного бізнесу, спирається на комплекс теоретичних підходів, які визначають логіку побудови, функціонування та зовнішній вигляд цифрової платформи. Вебсайт у цьому контексті виступає не лише каналом представлення інформації, а й повноцінним інструментом комунікації, маркетингу та взаємодії з клієнтами. Тому його розроблення передбачає врахування користувацьких потреб, естетичних характеристик та технічних можливостей.

Одним із ключових є підхід користувацько-центричного дизайну (User-Centered Design). Він передбачає, що всі рішення щодо структури та функціоналу сайту ґрунтуються на зручності та потребах користувача. Для естетичного бізнесу це особливо важливо, адже клієнти очікують швидко знайти необхідну інформацію — опис послуг, ціни, фото робіт, форму запису, контакти та відгуки. Тому сайт має бути інтуїтивно зрозумілим, з простою навігацією та логічно впорядкованими розділами.

Не менш значущим є підхід візуальної комунікації, який акцентує увагу на дизайні як способі передачі стилю та унікальності бренду. Для сфери краси зовнішній вигляд сайту — це продовження естетики майстра. Гармонійні кольори, сучасна типографія, якісні фото та продуманий стиль інтерфейсу не лише покращують користувацьке сприйняття, а й створюють професійний образ спеціаліста чи студії. Таким чином, візуальна мова сайту стає важливим елементом комунікації та формування довіри.

Важливе місце займає маркетинговий підхід, оскільки сайт у сфері послуг має виконувати й функцію просування. Це передбачає використання SEO-оптимізації, якісного контенту, структури, що сприяє зростанню конверсій, та елементів соціального доказу — сертифікатів, відгуків, прикладів робіт, медійних згадок. Усе це підсилює позиціонування бренду, формує експертність і стимулює клієнта до запису.

З технічного боку важливим є технологічний підхід, який охоплює вибір платформи для створення сайту, забезпечення адаптивності під смартфони та планшети, оптимізацію швидкості завантаження й підключення додаткових інструментів. До них належать інтеграції з CRM-системами, календарями онлайн-запису, системами аналітики та іншими сервісами, які підвищують ефективність роботи сайту.

Підсумовуючи, розроблення сайту для естетичного бізнесу вимагає поєднання продуманого дизайну, ефективної маркетингової стратегії та надійної технічної основи. Сукупність цих підходів формує методологічну базу для створення вебресурсу, який відповідає очікуванням сучасних клієнтів та сприяє розвитку професійного бренду в цифровому середовищі.

1.3. Сайт як інструмент комунікації та просування в естетичному бізнесі

У цифровій економіці сайт виконує функції повноцінної медіаплатформи для фахівців естетичної сфери. Він не лише презентує послуги, а й формує довіру, забезпечує професійне позиціонування та структурує інформацію. Основні комунікаційні та маркетингові функції такого сайту:

- **Іміджева:** сайт створює враження надійності, експертності та стабільності бренду.
- **Інформаційна:** надає клієнтам доступ до опису процедур, прайсу, сертифікатів, фото- та відеопортфоліо.
- **Комунікаційна:** дозволяє клієнтам швидко зв'язатися, оформити запис, переглянути актуальні новини або акції.

- **Маркетингова та рекламна:** підтримує SEO-просування, аналітику, збір заявок та підвищення конверсій.
- **Соціальна:** формує культуру прозорості у сфері послуг, підвищує рівень цифрової грамотності клієнтів та спеціалістів.

Таким чином, сайт у сфері естетичного бізнесу — це не лише інструмент зручності, а й платформа для розвитку персонального бренду, цифрової присутності та довгострокової комунікації з аудиторією. Його створення потребує поєднання дизайнерської чутливості, технічної компетентності та розуміння медіаповедінки сучасного споживача.

РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ПРОЄКТУ ТА КОНТЕНТ-АНАЛІЗ ПОДІБНИХ ВЕБПОРТФОЛІО МАЙСТРІВ У СФЕРІ БРОВІСТИКИ

2.1 Порівняльна характеристика подібних проєктів

У Києві функціонує значна кількість студій та майстрів брів, які ведуть власні вебпортфоліо для демонстрації своїх робіт і просування послуг. Для порівняльного аналізу було обрано кілька конкурентів, серед яких BROWi, NOMADE Studio та Lmakeup Studio.

1. **Студія BROWi** пропонує комплексні послуги з корекції, фарбування та моделювання брів, а її вебсайт демонструє портфоліо робіт із фотографіями «до» та «після», детальний перелік послуг та відгуки клієнтів. Перевагою цієї студії є професійна команда майстрів, зручний інтерфейс сайту та наявність онлайн-запису.
2. **NOMADE Studio** спеціалізується на перманентному макіяжі та волосковій техніці, і на сайті представлені фотогалереї робіт, детальний опис методик та послуг. Основними сильними сторонами студії є досвід майстрів і репутація, а також використання сертифікованих матеріалів.
3. **Lmakeup Studio** пропонує корекцію та моделювання брів, пудрове фарбування і демонструє свої роботи у вигляді фотогалерей. Сайт

студії має зручну навігацію, відгуки клієнтів та інформацію про сертифікати.

4. Ще одним конкурентом є студія **Brovitochka** яка пропонує широкий спектр послуг у сфері бровістики та перманентного макіяжу. На сайті представлені фотогалереї робіт, докладний опис процедур, відгуки клієнтів та можливість онлайн-запису. Особливою перевагою є сучасний дизайн та зручна навігація, що дозволяє швидко ознайомитися з послугами та переглянути портфоліо майстрів. Сайт активно інтегрований із соціальними мережами, що підвищує залученість аудиторії та сприяє просуванню бренду в цифровому середовищі.

Аналіз конкурентів показав, що більшість вебпортфоліо мають схожу структуру та контент: детальне портфоліо робіт, інформацію про послуги та методики, акцент на професійний досвід і сертифікацію, взаємодію з аудиторією через соціальні мережі та онлайн-запис, а також сучасний стильний дизайн. Водночас деякі конкуренти мають обмеження, серед яких одноманітність у візуальному представленні, недостатньо інтегрований контент в Instagram для регулярного залучення аудиторії та менший акцент на персональному бренді майстра, storytelling або демонстрації процесу роботи.

Проект «HoshBrows» спрямований на створення сучасного, структурованого та візуально привабливого вебпортфоліо, яке демонструє професійні навички та процеси роботи майстра брів. Основною метою проекту є не лише презентація робіт, а й підвищення впізнаваності майстра, залучення клієнтів і формування цифрової присутності через інтеграцію сайту та соціальних мереж, зокрема Instagram.

Концепція вебпортфоліо передбачає детальне портфоліо робіт із фотографіями до та після процедур, навчальні кейси та демонстрацію різних технік. Крім того, на сайті представлена інформація про послуги, включаючи корекцію, фарбування, ламінування та перманентний макіяж. Значну увагу приділено персональній історії майстра, його досвіду, кваліфікації та підходу

до роботи, що допомагає сформувати довіру потенційних клієнтів. Для підвищення ефективності комунікації передбачено регулярні публікації в Instagram, де демонструються фотографії та відео робіт, а також публікуються короткі поради і навчальні матеріали для клієнтів.

Особлива увага приділяється візуальній айдентиці вебпортфоліо, включно з логотипом, кольоровою гамою та єдиним стилем зображень, що підкреслює унікальність бренду майстра. Адаптивний дизайн та зрозуміла навігація забезпечують зручність користування сайтом, а також можливість швидкого онлайн-запису на процедури.

Таким чином, **проект «HoshBrows» вирізняється серед конкурентів** завдяки персоналізованому підходу, інтеграції сайту та соціальних мереж, продуманій айдентиці та акценту на storytelling, що дозволяє не лише демонструвати роботи, а й активно залучати та утримувати аудиторію.

Аналіз конкурентів показав, що успішність на ринку бровістики багато в чому залежить від сучасного портфоліо та активної присутності майстра в цифровому середовищі.

2.2 Концепція авторського медіапроєкту «HoshBrows»

Авторський проєкт має назву «HoshBrows» і присвячений розвитку особистого бренду майстра бровістики, демонстрації професійних навичок та залученню клієнтів через цифрові канали. У рамках проєкту було створено серію інформаційних матеріалів: фотографії готових робіт, короткі відео та навчальні пости для соціальних мереж, які висвітлюють процес корекції, фарбування та оформлення брів, а також практичні поради для клієнтів. Ідея проєкту полягає у тому, щоб через презентацію робіт і корисний контент підкреслити професіоналізм майстра та залучити потенційну аудиторію.

Під час роботи над проєктом було опрацьовано такі аспекти:

- демонстрація етапів роботи майстра від консультації клієнта до фінального результату;

- пояснення методик та особливостей виконання корекції та фарбування брів;
- психологічні аспекти спілкування з клієнтами і побудови довірчих відносин;
- організація роботи в умовах сучасного ринку б'юті-послуг та управління особистим брендом;
- використання соціальних мереж, зокрема Instagram, для просування послуг і залучення аудиторії.

Для забезпечення достовірності й ефективності просування контент підготовлювався на основі власного досвіду майстра та аналізу успішних кейсів конкурентів, серед яких можна виділити <https://www.brovitochka.com.ua> та інші київські студії бровістики.

Мета проєкту — створити сучасне портфоліо майстра, підвищити впізнаваність бренду в онлайн-середовищі та продемонструвати професійний рівень роботи з клієнтами.

Ціль проєкту — залучити цільову аудиторію до взаємодії з брендом, мотивувати потенційних клієнтів записатися на процедури, а також створити позитивний імідж майстра у соціальних мережах.

Завдання проєкту включали:

- створення та оформлення портфоліо з демонстрацією робіт;
- підготовку постів і візуального контенту для Instagram та інших платформ;
- розробку та впровадження комунікаційної стратегії для просування особистого бренду;
- адаптацію контенту під різні формати публікацій (фото, відео, «сторіз») та залучення аудиторії;
- моніторинг результатів, оцінка охоплень та взаємодії з контентом.

Для реалізації проєкту обрано текстово-візуальний формат: фотографії та відео робіт майстра, супроводжувані короткими описами процесу та

рекомендаціями для клієнтів. Публікація контенту відбувалася на особистому сайті HoshBrows, а також у соціальних мережах Instagram та Telegram.

Обрана платформа дозволила залучити цільову аудиторію, яка активно користується цифровими каналами, та забезпечити стабільну взаємодію з потенційними клієнтами. Публікації на Instagram та Telegram адаптувалися під специфіку цих платформ: у Instagram використовувалися «каруселі» фото, Reels та «сторіз», у Telegram — пости з однією або двома фотографіями та коротким описом.

Для проєкту була розроблена власна айдентика: логотип майстра, фірмові кольори (коричневий, бежевий, білий) і шаблони для публікацій, що підкреслюють професіоналізм і забезпечують впізнаваність бренду. Для кожного посту створювався унікальний макет, що відповідає загальному стилю проєкту, але відрізняється деталями, які підкреслюють специфіку роботи з різними клієнтами.

Текстові матеріали для сайту й соціальних мереж готувалися у Microsoft Word, редагувалися у Online Corrector, а фото- та відеоконтент — у Figma та Canva.

Цільова аудиторія проєкту — чоловіки та жінки віком 18–49 років, які зацікавлені у догляді за бровами та відвідуванні професійного майстра. Географічно аудиторія охоплює всю Україну, з акцентом на міста-мільйонники, де популярність процедур бровістики найвища.

2.3 Процес виробництва проєкту

Процес роботи над проєктом **HoshBrows** варто розділити на два типи: творчий та управлінський.

Творчий процес передбачав безпосередню роботу над підготовкою та публікацією контенту, демонстрацією робіт майстра, розробкою візуальних матеріалів та взаємодією з аудиторією. Алгоритм роботи над творчою частиною проєкту включав:

- 1. Ознайомлення з актуальними трендами бровістики та б'юті-ринку** – аналіз популярних технік, стилів, процедур та форматів контенту в Instagram і Telegram;
- 2. Пошук і відбір робіт для публікації** – підготовка фотоматеріалів і відео з процесом корекції та оформлення брів, а також підбір клієнтів, які дали згоду на публікацію;
- 3. Планування контенту** – складання тематики постів, визначення ключових повідомлень, підготовка підписів та коротких описів для залучення аудиторії;
- 4. Фотозйомка та відеозапис процесу роботи** – оформлення робочого місця, демонстрація етапів процедури, створення коротких відеоуроків та Reels;
- 5. Редагування та обробка контенту** – корекція кольору, ретуш фото, монтаж відео, додавання логотипу та фірмових кольорів для створення єдиного стилю;
- 6. Публікація матеріалів** – розміщення контенту на сайті HoshBrowS і в соціальних мережах, таких як Instagram і Telegram, з урахуванням особливостей платформ: «каруселі», Reels, «сторіз» в Instagram та короткі пости з фото у Telegram;
- 7. Оптимізація контенту для соціальних мереж** – підбір часу публікації, інтеграція хештегів і геоміток, формування підписів, які мотивують аудиторію до взаємодії;
- 8. Залучення аудиторії** – відповідь на коментарі, проведення опитувань, взаємодія з підписниками для підвищення лояльності та впізнаваності бренду.

Управлінський процес розпочинався до творчого й передбачав планування стратегії, аналіз конкурентів та організацію просування контенту. Основні завдання включали:

- 1. Розробку стратегічного підходу** для побудови особистого бренду майстра та збільшення конкурентоздатності на ринку б'юті-послуг;

2. **Організацію контенту та комунікацій** — підготовка фотоматеріалів, відео, текстів для публікацій, а також їх адаптація під різні платформи;
3. **Моніторинг взаємодії з аудиторією** — аналіз охоплень, лайків, коментарів, збережень постів та реакцій підписників;
4. **Формування зворотного зв'язку** — робота з побажаннями клієнтів, відгуками та питаннями щодо процедур;
5. **Планування та контроль робочого процесу** — визначення графіку публікацій, контроль підготовки контенту, управління бюджетом на рекламу та просування, комунікація з партнерами та клієнтами.

Для реалізації проєкту були чітко визначені: тема, мета, цілі, завдання, цільова аудиторія та інструменти просування. На основі концепції розроблялися макети публікацій, а також формувався детальний контент-план із зазначенням тем, типу матеріалу та платформи для розміщення.

Під час усієї тривалості проєкту здійснювалося постійне залучення аудиторії: моніторинг результатів публікацій, аналіз переглядів, взаємодії з постами, коментарів та повідомлень від потенційних клієнтів. Одночасно проводилася робота з героями матеріалів — клієнтами та майстрами, узгодження формату фотосесій і відеозаписів, а також контроль дотримання фірмового стилю і єдиного візуального оформлення.

Таким чином, поєднання творчого й управлінського процесів дозволило забезпечити ефективне просування бренду **HoshBrows**, створити сучасне портфоліо майстра та налаштувати стабільну взаємодію з цільовою аудиторією у соціальних мережах.

РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПРОЄКТУ «HOSHBROWS»

3.1 Платформи для поширення матеріалів та просування проєкту

Для просування проєкту HoshBrows обрана соціальна мережа Instagram, яка є найпопулярнішою платформою для візуального контенту серед цільової

аудиторії. Instagram дозволяє ефективно демонструвати роботи майстра, створювати естетично привабливі пости, розповідати історії через фотографії та короткі відео, а також підтримувати комунікацію з підписниками.

Пости в Instagram обмежені за кількістю символів, тому текстові описи робляться короткими та інформативними, залишаючи акцент на візуальній складовій. Для підвищення інтерактивності використовуються «сторіз», пости та коментарі. Також платформа надає можливість проводити опитування, що допомагає отримувати зворотний зв'язок від підписників. Публікації у форматі «карусель» дозволяють демонструвати кілька фотографій або ілюстрацій в одному пості, що сприяє більшому охопленню і залученню аудиторії.

Особливістю Instagram є алгоритм просування популярного контенту, який враховує кількість вподобань, коментарів і збережень. Це стимулює створення якісного та цікавого контенту, який користувачі активно взаємодіють. Недоліком платформи є те, що текст у постах не можна форматувати та додавати гіперпосилання, тому ключова інформація часто розміщується безпосередньо на зображеннях.

3.2 Результати реалізації проєкту та його перспективи розвитку

Проект Hosh Brows має значний потенціал для подальшого розвитку, що зумовлено зростанням попиту на beauty-послуги та активним переходом індустрії в цифрове середовище. На даному етапі платформа функціонує як онлайн-візитівка майстра, однак у перспективі вона може поступово перетворитися на повноцінний професійний ресурс, який поєднуватиме сервісну, навчальну і комунікаційну функції.

Наразі Instagram-сторінка має близько 40 підписників, а Telegram-канал використовується як платформа для запису клієнтів. Після розширення контенту, оптимізації сторінок і запуску рекламних інтеграцій у соцмережах можливе суттєве збільшення аудиторії. Для охоплення нових користувачів доцільно впровадити таргетовану рекламу, співпрацю з локальними блогерами та колаборації з іншими beauty-фахівцями. Це дасть змогу формувати довіру,

підвищувати впізнаваність особистого бренду та збільшувати кількість реальних клієнтів.

Окремий напрям розвитку — розширення функціональності сайту. Серед найближчих планів — впровадження онлайн-запису, створення блогу з порадами для клієнтів, додавання розділу з рекомендаціями з догляду, а також SEO-оптимізація всіх сторінок, що дозволить підвищити позиції сайту у пошукових системах. Сайт може стати платформою не лише для демонстрації робіт, а й для продажу авторських продуктів: методички бровіста, чек-лістів, платних гайдів чи міні-курсів.

Проект також має перспективу масштабування освітнього напрямку. На основі власного досвіду та вже створеної методички можна розробити онлайн-курс, проводити індивідуальні консультації, вебінари або майстер-класи. Навчальні продукти дозволять не лише розширити професійну діяльність, а й створити додаткове джерело доходу.

Ще один можливий вектор розвитку — партнерство з косметичними брендами, студіями краси або постачальниками професійних матеріалів. Це можуть бути партнерські дописи, рекламні кампанії, амбасадорські програми чи спільні зйомки. Така співпраця допоможе підвищити статус бренду та залучити нову аудиторію.

З погляду цифрової присутності, проект може розширюватися на нові платформи — TikTok, Pinterest, YouTube Shorts — де формати “до/після”, експертні поради та короткі відео мають високий потенціал для вірусного охоплення.

У майбутньому сайт може стати центральною платформою бренду Hosh Brows, де поєднуюватимуться онлайн-запис, портфоліо, навчальні матеріали та консультації. Розширення аудиторії, розвиток особистого бренду й створення якісного контенту відкривають можливість масштабувати проект і перетворити його на повноцінний професійний beauty-ресурс.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи роботу над проєктом, можу сказати, що створення цього сайту стало не просто технічним завданням, а повноцінним етапом професійного становлення та самопізнання. Цей процес дав мені можливість поєднати власні знання у сфері медіакомунікацій із практичним досвідом роботи у б'юті-індустрії та трансформувати їх у зрозумілий, продуманий і сучасний цифровий продукт.

Розробка сайту дозволила систематизувати мої послуги, оформити їх у чітку структуру, створити презентабельний портфоліо-розділ та сформувати перше враження, яке потенційні клієнти отримують ще до особистої зустрічі. Завдяки цьому проєкту я змогла побачити власну діяльність зі сторони, переосмислити сильні та слабкі сторони свого бренду, а також визначити напрямки для подальшого розвитку.

Окремим важливим результатом стало усвідомлення того, наскільки значущою є роль особистого бренду в сучасній beauty-сфері. Створення сайту допомогло мені зрозуміти, як саме я хочу позиціонувати себе в онлайн-просторі: які цінності передавати, який стиль комунікації вибудовувати, якими візуальними та текстовими рішеннями підкреслювати свою професійність.

Цей проєкт також навчив мене більше працювати з цифровими інструментами, орієнтуватися в особливостях платформи Wix, адаптувати дизайн під потреби різних користувачів, враховувати базові принципи UI/UX та SEO. У результаті я отримала не лише готовий сайт, а й досвід, який буде корисним у подальшій роботі — як у beauty-сфері, так і в медіакомунікаціях.

У ширшому сенсі цей проєкт став доказом того, що сучасний фахівець має бути гнучким і багатофункціональним: володіти цифровими навичками, вміти працювати з контентом, розуміти свою аудиторію, аналізувати поведінку користувачів та візуально грамотно презентувати свої послуги.

Попереду — вдосконалення сайту, розширення його можливостей, впровадження онлайн-запису, запуск блогу чи освітніх продуктів. Але вже

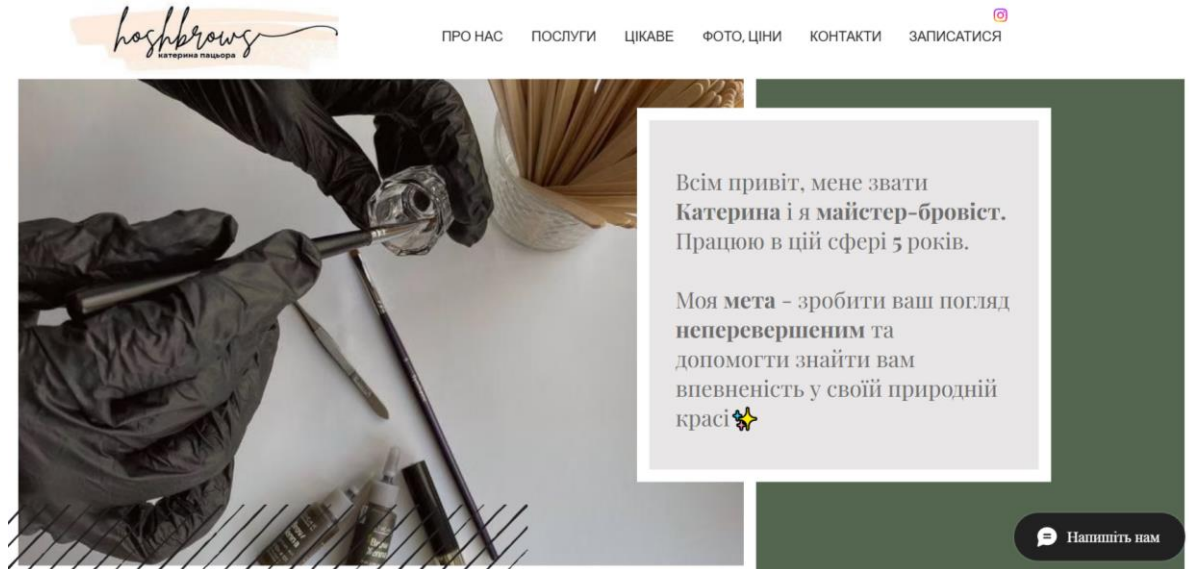
зараз цей проєкт є важливим кроком у формуванні мого професійного шляху та інструментом, який допомагає рухатися далі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Як зробити сайт на Wix: покрокова інструкція URL:
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjB19i6y4aRAxWXIRAIHc2yBCAQFnoECD0QAQ&url=https%3A%2F%2Fvmb.net.ua%2F575-yak-zrobyty-sajt-na-wix%2F&usg=AOvVaw1QvIgwBYZIZG566vaKZNpo&opi=89978449>
2. Wix.com: Конструктор сайтів | Створіть сайт безкоштовно... URL:
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjo6NaAzIaRAxWHIBAIHZ9yIX4QFnoECA4QAQ&url=https%3A%2F%2Fuk.wix.com%2F&usg=AOvVaw2ZhyvoABdUodmdngKSkfzP&opi=89978449>
3. Конкуренти:
 - BROWi — <https://browi.com.ua/>
 - NOMADE Studio — <https://nomade.top/>
 - Lmakeup Studio — <https://lmakeup.com.ua/>
 - Brovitochka — <https://www.brovitochka.com.ua>
4. Створений сайт: <https://hoshbrowskateryna.wixsite.com/hoshbrow>
5. Веб-сайт як документально-інформаційна система:
<https://api.dspace.wunu.edu.ua/api/core/bitstreams/8d717153-3676-409c-8175-ba875a3cc839/content>
6. Аналіз підходів до створення сайтів та вимог щодо їх інформаційного наповнення :
<https://con.dut.edu.ua/index.php/communication/article/view/1991>
7. Корпоративний сайт як інструмент маркетингових комунікацій
<https://destra.link/blog/korporativnij-sajt-yak-nstrument>
8. Сайт для салону краси чи косметолога у 2025 році — що потрібно для залучення клієнтів: <https://webmastera.kiev.ua/sajt-dlya-salonu-kрасy-chy-kosmetologa-u-2025-roczy-shho-potribno-dlya-zaluchennya-kliiyentiv/>

9. SEO просування салону краси та вебсайтів: чому важливо для beauty-салонів: <https://sprava.ua/services/seo-dlya-sajtu-salonu-kraasi>

ДОДАТОК А



Головна сторінка сайту, де представлено вітальний текст, коротку інформацію про досвід, мету роботи та візуальний контент, що формує перше враження про бренд і послуги.



[ПРО НАС](#)
[ПОСЛУГИ](#)
[ЦІКАВЕ](#)
[ФОТО, ЦІНИ](#)
[КОНТАКТИ](#)
[ЗАПИСАТИСЯ](#)


Фарбування брів — це косметична процедура, під час якої брови фарбують спеціальною фарбою або хною, щоб надати їм виразного кольору, форми та густини.

Процедура підходить для тих, хто хоче виглядати доглянуто без зусиль або змінити відтінок брів для гармонії з волоссям чи образом.





Корекція брів — це процедура, спрямована на зміну та вдосконалення форми брів шляхом видалення зайвих волосків (пінцетом, ниткою або воском).

Ця процедура допомагає підтримувати доглянутий вигляд брів і пасувати до індивідуальних рис обличчя.



Сторінка з описом послуг, де подано короткі пояснення процедур фарбування та корекції брів, доповнені ілюстративними фото.



[ПРО НАС](#) [ПОСЛУГИ](#) [ЦІКАВЕ](#) [ФОТО, ЦІНИ](#) [КОНТАКТИ](#) [ЗАПИСАТИСЯ](#)

ФОТО, ЦІНИ



Сторінка з ілюстративними фото робіт та актуальними цінами на послуги, на які можна записатися.



[ПРО НАС](#) [ПОСЛУГИ](#) [ЦІКАВЕ](#) [ФОТО, ЦІНИ](#) [КОНТАКТИ](#) [ЗАПИСАТИСЯ](#)



ОБЕРІТЬ ПОСЛУГУ І НАПИШІТЬ НАМ У ЧАТ



Корекція брів

30 хв

250 грн

ЗАПИСАТИСЯ



Корекція брів+ботокс

1 год

300 грн

ЗАПИСАТИСЯ



Фарбування брів

30 хв

400 грн

ЗАПИСАТИСЯ

 [Напиши](#)

Розділ сайту, де можна записатися на послугу, яка цікавила. Також доданий орієнтовний час виконання процедури.



Сторінка, де прописані «міфи» про догляд за бровами і поради від мене, як саме ж потрібно доглядати за бровами.

ДОДАТОК Д

1

Зволожуйте шкіру навколо брів — це сприяє їхньому здоров'ю.

2

Використовуйте олії (касторову або реп'яхову) для зміцнення волосків.

3

Не забувайте розчісувати брови спеціальною щіточкою.

4

Уникайте надмірного вищипування.

5

Регулярно відвідуйте майстра для підтримки форми.

Хочеш дізнатися більше?

→

СКАЧАТИ ПОСІБНИК

Сторінка, де можна завантажити мою власну методичку бровіста, яка має повністю безкоштовний доступ.

АНОТАЦІЯ

Пацьора К. В. Створення та розробка сайту у сфері естетичного бізнесу .

Ключові слова: сайт, Wix, естетичний бізнес, бровістика, цифровий контент, персональний бренд, вебдизайн.

Магістерська кваліфікаційна робота присвячена створенню, структуризації та практичній реалізації вебсайту для майстра з оформлення брів, що працює в естетичній сфері. У роботі досліджено особливості digital-просування beauty-послуг, формування особистого бренду та роль онлайн-платформ у взаємодії між майстром і потенційними клієнтами.

У першому розділі розглянуто теоретичні засади створення персональних сайтів для фахівців beauty-індустрії, принципи роботи з платформою Wix, а також аналіз особливостей естетичного контенту та digital-комунікацій у соціальних мережах. Другий розділ містить докладний опис авторського проєкту — сайту *Hosh Brows*: визначення цільової аудиторії, створення структури ресурсу, розробку дизайну, підготовку текстового та візуального контенту, інтеграцію з Instagram і Telegram. Також описано процес налаштування адаптивності сторінок та базових SEO-інструментів. Третій розділ присвячений аналізу ефективності створеного сайту, його ролі у презентації послуг майстра, а також визначенню перспектив подальшого розвитку — впровадження онлайн-запису, запуску блогу, розширення освітнього контенту та комерційного використання ресурсу.

Результатом виконання магістерської роботи стало створення функціонального сайту на платформі Wix, який виконує інформаційну, рекламну та комунікаційну функції. Сайт представлений як інструмент розвитку особистого бренду та залучення клієнтів, а також має потенціал подальшої трансформації у повноцінну професійну платформу з освітніми матеріалами й розширеними сервісами.

SUMMARY

Patsora K. Creation and development of a website in the aesthetic beauty industry.

Keywords: website, Wix, aesthetic beauty industry, brow styling, digital content, personal branding, web design.

The master's thesis is devoted to the creation, development, and practical implementation of a professional website for a brow artist, aimed at promoting beauty services, strengthening the specialist's personal brand, and improving communication with potential clients. The work explores the specifics of digital promotion in the beauty industry, analyzes online behavior of the target audience, and examines the role of websites as key tools for presenting services in the modern media space.

The first section of the thesis provides the theoretical basis of the research, including an overview of the principles of developing personal websites for beauty specialists, the specifics of working with the Wix platform, and the features of visual and textual content in aesthetic digital communication. The second section presents the author's project — the Hosh Brows, website. It describes the stages of its creation: defining the target audience, designing the structure, developing the interface, preparing text and visual content, integrating Instagram and Telegram, and ensuring mobile adaptability and basic SEO settings. The third section focuses on evaluating the effectiveness of the created website, analyzing its role in shaping a professional image, and identifying prospects for further development, such as implementing an online booking system, launching a blog, expanding educational content, and enhancing SEO promotion.

The result of the master's qualification work is a functional and visually coherent website developed on the Wix platform, which performs information, promotional, and communication functions. The project demonstrates the author's practical skills, contributes to the development of a personal brand, and has significant potential for further commercial use, scaling, and transformation into a comprehensive professional digital platform.