



*Александра Халенкова*

*Член Правления «Национального фитнес-сообщества».*

*Инвестор и генеральный директор сети фитнес-клубов «proFRESH®» (г. Таганрог).*

## **Новая эпоха развития фитнес-индустрии: особенности бизнес-моделей и фитнес-продукта в условиях изменений потребительских мотивов и рынка фитнес-услуг.**

Давайте сначала рассмотрим особенности бизнес-модели фитнес-клуба, которые, по моему мнению, будут востребованы в будущем.

Мой опыт ведения бизнеса в сфере фитнес-услуг уже более 10 лет, за это время в стране произошло 2 экономических кризиса, после которых спрос на фитнес-услуги не исчез. Это очень радует и дает возможность утверждать, что и после этого кризиса фитнес-клубы будут и далее востребованы потребителями! Изменится только формат клубов.

На мой взгляд, будут наиболее успешно и массово открываться (сохранятся в кризисные периоды) клубы небольшого формата с площадью 400 кв. м в шаговой доступности от потребителя.

Одни из главных статей расходов фитнес-клубов — это аренда и зарплата сотрудников. Финансовая модель экономически целесообразна, если эти две статьи удалось оптимизировать.

Как можно оптимизировать: помещение должно быть в собственности или площадь под клуб взята на условиях льготной аренды, например — это муниципальное помещение. Количество сотрудников не более 15 человек. На площади 350-400 кв. м прекрасно размещается 2 зала: тренажерный и зал групповых программ, что дает возможность привлекать как женщин, так и мужчин. Это даже может быть один просторный зал, где половина зала отведена под тренажеры, а другая свободна от оборудования и предназначена для групповых занятий. В то время, когда групповые занятия не проходят, свободная зона используется для функциональных занятий со свободными весами клиентами тренажерного зала. Комплект тренажеров составлен из необходимого и достаточного оборудования для проработки всех групп мышц. Раздевалки с ящиками в полный рост, вешалкой, минимум 35 см в ширину; зеркала, душевые, лавочки, фены — это тоже необходимые элементы и в эту площадь входят.

Таких клубов у собственника может быть несколько в разных районах одного города или в разных городах. Управляющая команда одна и работает удаленно!

Поделюсь собственным опытом: у меня 2 клуба, в которых удаленно работают менеджеры отдела продаж, руководитель отдела продаж, маркетолог, таргетолог. Эти сотрудники живут в разных городах, и мы вели скайп-совещания и до режима самоизоляции. Бухгалтер и завхоз территориально в нашем городе, но сопровождают оба клуба. Физически в каждом клубе работают по сменному графику 2 администратора, 4-6 инструкторов, 2 мастера чистоты.

Мы используем программное обеспечение собственной разработки, которое позволяет удаленно вести клиентов, видеть все операции по всем клубам, принимать оплату не только на территории клубов, но и онлайн на сайте; отслеживать все телефонные переговоры менеджеров, заявки клиентов и контролировать бизнес процессы.

### **Особенности фитнес-продукта.**

Стоимость услуг, возможно, упадет, люди отдадут предпочтение абонементам короткого действия: на месяц и на три.

Мои клубы идут в сторону кастомизации клиентов и создания онлайн-контента под «аватар» конкретного пользователя наших клубов. Например, записали видео-курс на территории клуба, где для начинающих рассказываются принципы здорового питания, режима дня, советы и серия базовых упражнений с комментариями: как стоять, сколько раз делать упражнение, на что обращать внимание. На видео добавили графику с углами наклона его тела и т.п..

Клиент, приходя в клуб, проходит тестирование, тренер определяет уровень его физической подготовки, состав тела, выявляет цель, оценивает какая онлайн-программа подходит клиенту и рекомендует ее приобрести. Таким образом, к обычному абонементу мы допродаем онлайн-материал, который подходит именно конкретному клиенту. Тем самым увеличиваем средний чек.

Часть видео уроков в курсе про домашние тренировки. Если человек не успевает приехать в клуб, то не пропускает тренировку совсем, а занимается удаленно. Домашние тренировки клиентов позволяют, несмотря на небольшую площадь клуба, комфортно обслуживать более 1000 членов клуба. На онлайн-тренировках для тренера предусмотрена возможность контролировать по видеосвязи, как клиент занимается, поправлять технику упражнений и поддерживать мотивацию. Так, помимо доступа в зал к тренажерам и групповым занятиям, клиент получает онлайн-материал, который он внедряет за рамками клуба, но под присмотром кураторов-консультантов.

Дополнительно клиент получает материал про рацион питания, сон, здоровые привычки — все без чего тренировки в клубе не так результативны. Таким образом, все только выигрывают) Все легко и комфортно! Все вписывается в жизнь обычного занятого человека.