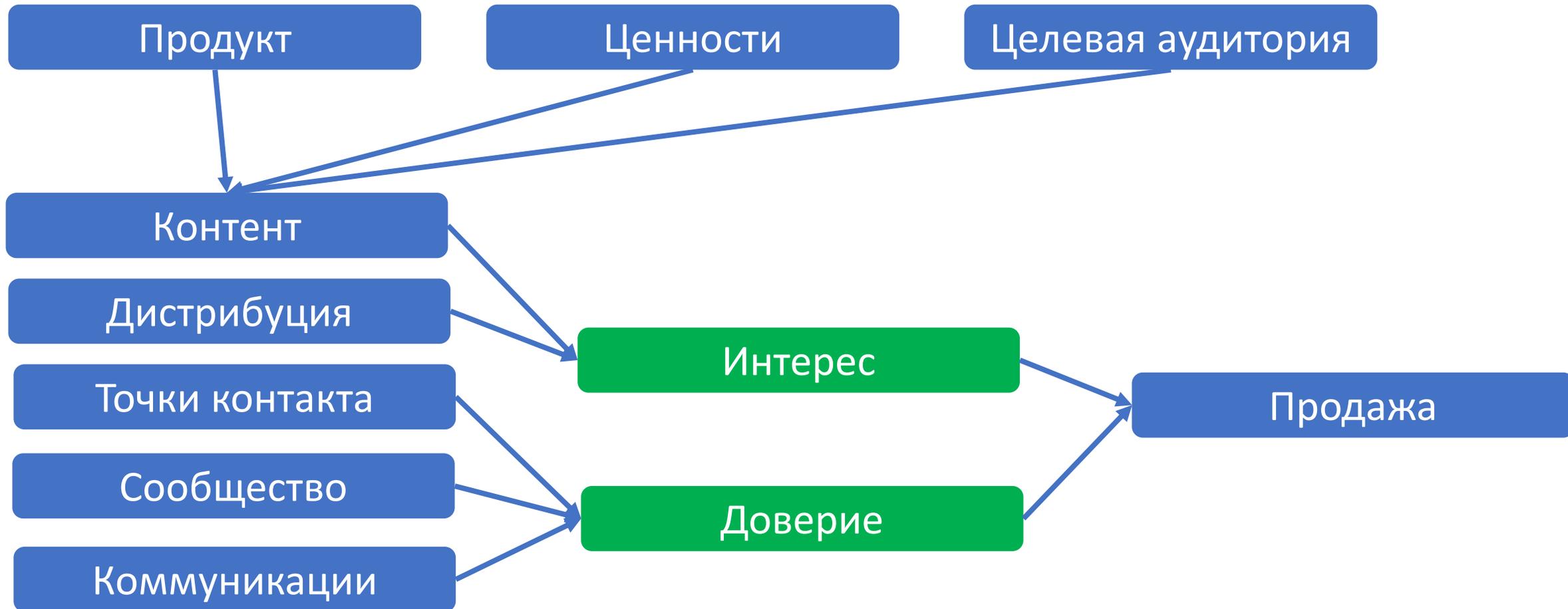


Технология запуска эффективной фабрики контента для фитнес-клуба

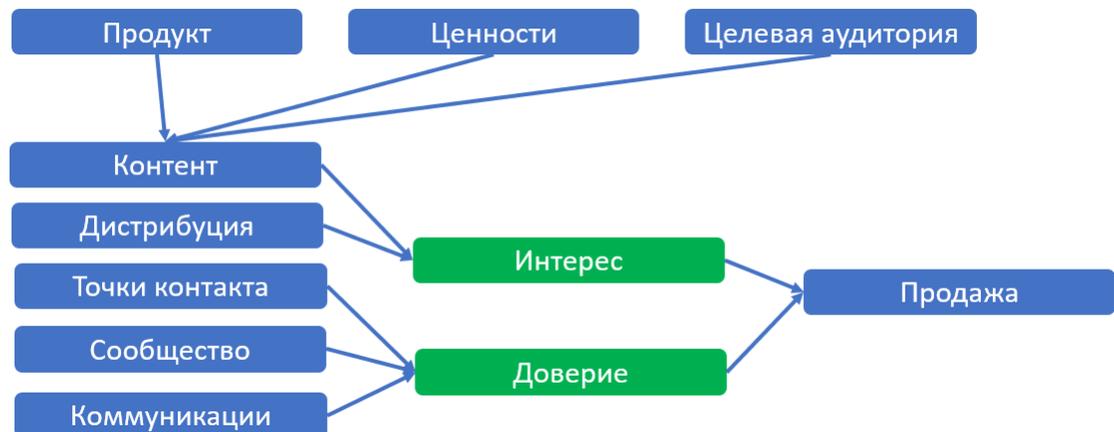
#БЕРИИКОПИРУЙ

Илья Коноплев.





Принципиальные роли «П» и «М»



Задача продаж – вступить в коммуникации, сформировать доверие и конвертировать его в выручку

Задача Маркетинга сделать Продукт и обеспечить касания с сегментами «ЦА», чтобы зацепиться за триггер



Чем ближе больше пользователей в клубе, тем глубже с точки зрения продукта должны быть оферы и тем их должно быть больше



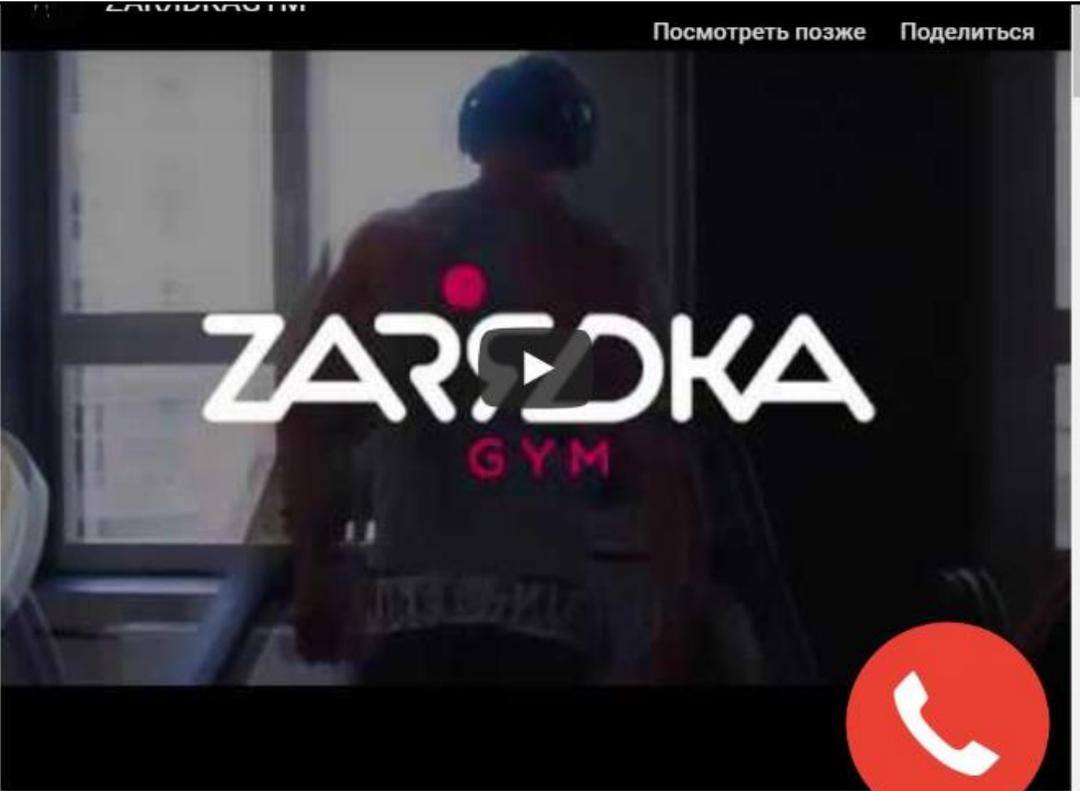


ЗАХОДИТЕ К НАМ

Мы настроили десятки источников света, которые разливают мягкие волны по всему пространству студии. Подобрали отделочные материалы так, чтобы они гармонировали с освещением и между собой. Заказали полный набор тренажёров и спортивных снарядов.

Теперь здесь не хватает только вас.

[Хочу клубную карту](#)





AGYM
сеть фитнес-клубов

**«ТРЕТИЙ
ЛИШНИЙ
ВЕС» В
ОТНОШЕНИЯХ**

Клубная карта AGYM
за **833** руб./мес.

The advertisement features a cartoon illustration of a woman in a black dress touching the belly of a very large, balding man. The background is a light green circle on a dark green background. The text is in bold, yellow and white fonts on black and blue backgrounds.



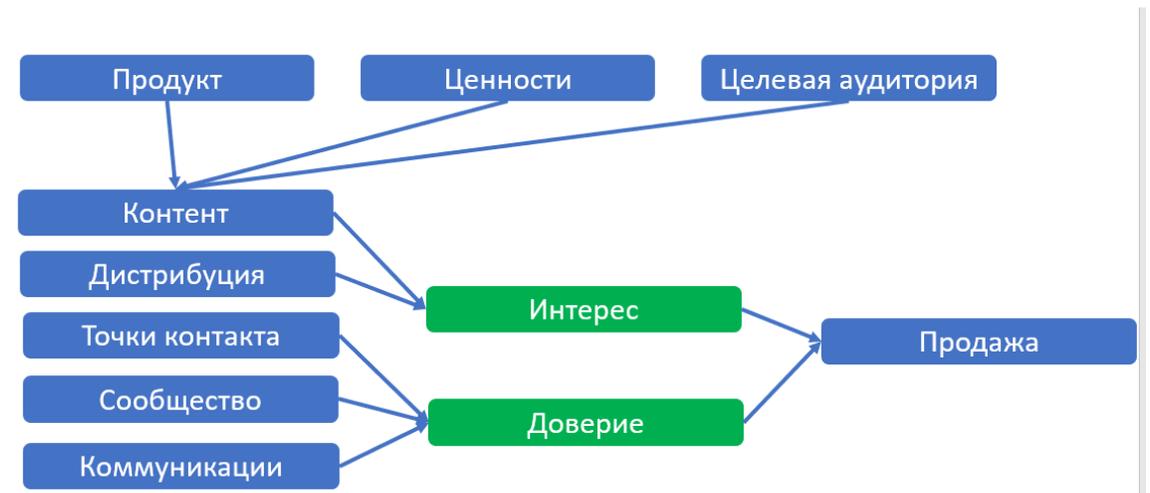
**BODY
CLUB
ФИТНЕС**

**МЫ ДЕЛАЕМ
ЛЮДЕЙ
СЧАСТЛИВЫМИ**

636•646 ☎

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

Доходы – это выручка от новых карт + продления + дополнительные услуги



Задача маркетинга №1 – это уметь организовывать выдачу контента по каждому продукту клуба.

Под каждую задачу бизнеса

Цех производства контента

Отдел планирования контентных цепочек

Служба распределения контента по
точкам контакта.

Департамент контроля коммуникаций в
местах концентрации контента.

Контент-матрица. Инструмент классификации продуктов клуба.

A	B	C	D	E	F
	Продукты	Технологии (тренировки, оборудование)	Аватары клиента	Проблемы, которые могут решать технологии	Мотивы людей, которые привлекать
Студия Сайкла	Сайкл для начинающих	Музыкальная система	Девушки, 25-40, активно работающие, интересующиеся выносливостью	Недостаток общения (комнатная работа)	Улучшить выносливость.
Студия Сайкла	Тренировки для продвинутых	15 станков с их характеристиками	Мужчины, 30-40, укрепление кардиосистемы.		Общение и коммуникации новыми людьми
Студия Сайкла	Соревнования с пульсометром	светоизоляция			
Студия Сайкла	Корпоративные заезды и игры				
Студия единоборств	Единоборства для всех возрастов	Полностью оборудованный зал с татами, грушами и восьмиугольником	подростки в возрасте от 14 лет до 16 лет, матери мальчиков в возрасте от 25 до 40 лет, отцы мальчиков в возрасте от 25 до 40 лет.	Боязнь травм и недостаток опыта	Найти единомышленников улучшить навыки самооборонения антистресс
Клуб в целом	Современный фитнес-клуб + 5 независимых студий в центре города	Новые тренажеры и высококвалифицированный тренерский состав	Подростки в возрасте от 14 лет до 16 лет, мужчины и женщины в возрасте от 16 до 60 лет	Отсутствие средств на оплату абонемента на год	Хорошая фигура, здоровье, положительные эмоции и причастность к красивым людям

Контент-матрица. Инструмент классификации продуктов клуба.

Для каждого продукта клуба даем характеристики по следующим направлениям:

- Используемые технологии, оборудование.
- Аватары клиента;
- Проблемы клиента, которые решают технологии/продукт
- Мотивы людей, которые могут привлекать аудиторию на продукт;
- УТП и фишки. То, что есть только у нас;
- Команда продукта и компетенции персонала/Тренеров

Контент-матрица. Инструмент классификации продуктов клуба.

Классифицированные продукты и ценности дают нам огромное поле для генерации контента. Мы можем формировать истории про продукты практически в неограниченном количестве, рассказывая о том или ином продукте в соответствии с задачами бизнеса.

•  Orange Fitness Вчера, 16:37
Кому: вам

Фитнес-реабилитация в Orange Fitness

Мы помогаем вам чувствовать себя лучше, выглядеть моложе и быть здоровее.



[Узнать детали](#)

SMM – Менеджер/маркетолог

Сотрудники – тренеры, менеджеры.

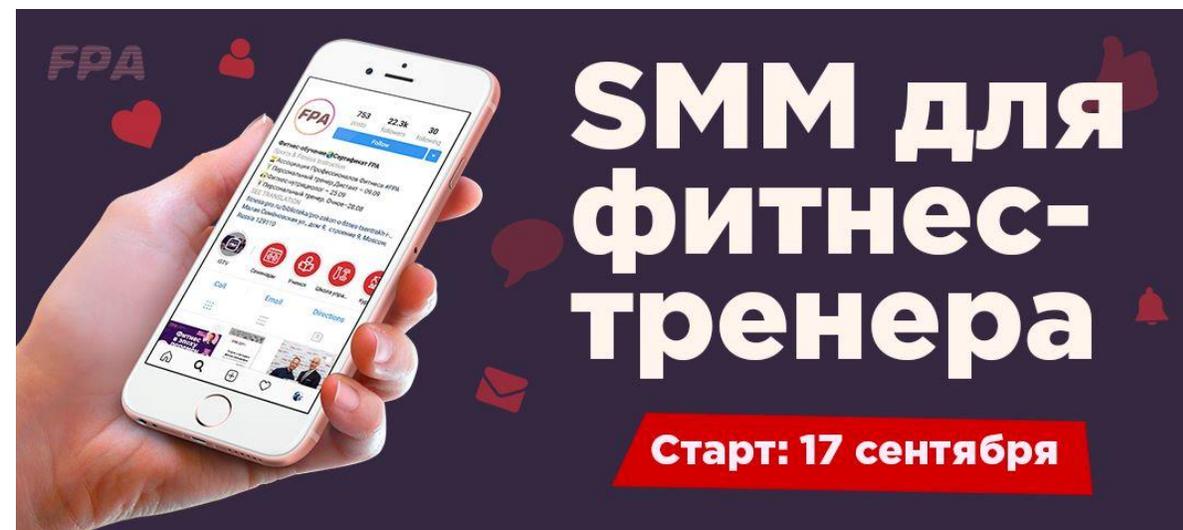
UGC

Как вовлечь персонал

Учите их. Многие сотрудники фактически являются инфлюенсерами собственных компетенций. Им интересно самим развивать свои аккаунты и когда компания им в этом помогает, они вовлекаются.

Это могут быть лекции по маркетингу для тренеров, лекции по мобиллографии, правила работы с социальной сетью, обзоры и разборы интересных аккаунтов, мастер-классы по приготовлению видео-роликов из своих компетенций.

Учить может первое лицо, маркетолог, специалисты по бартеру – идеальная схема.



Рассказывайте истории про них. Прямые эфиры, публикации на страницах клуба о том, чем живут, в чем сильны, чем увлекаются сотрудники.

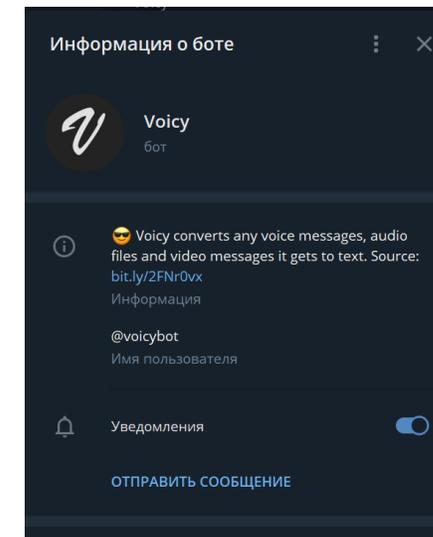
Используйте карточки сотрудников.



Репостите и тегайте сотрудников с их публикациями. Когда сотрудники пишут что-то в рамках сопоставимых с клубом ценностей, репостите или цитируйте их с тегированием. Это показывает то, что клуб популяризирует сотрудников в своих социальных сетях и приводит к тому, что они начинают больше писать о транслируемых ценностях.

Создавайте внутренние чаты поддержки – аналоги лайк-чатов.

Делайте текстовые посты из их видео (переводим голос в текст и создаем посты)



Как вовлечь клиентов

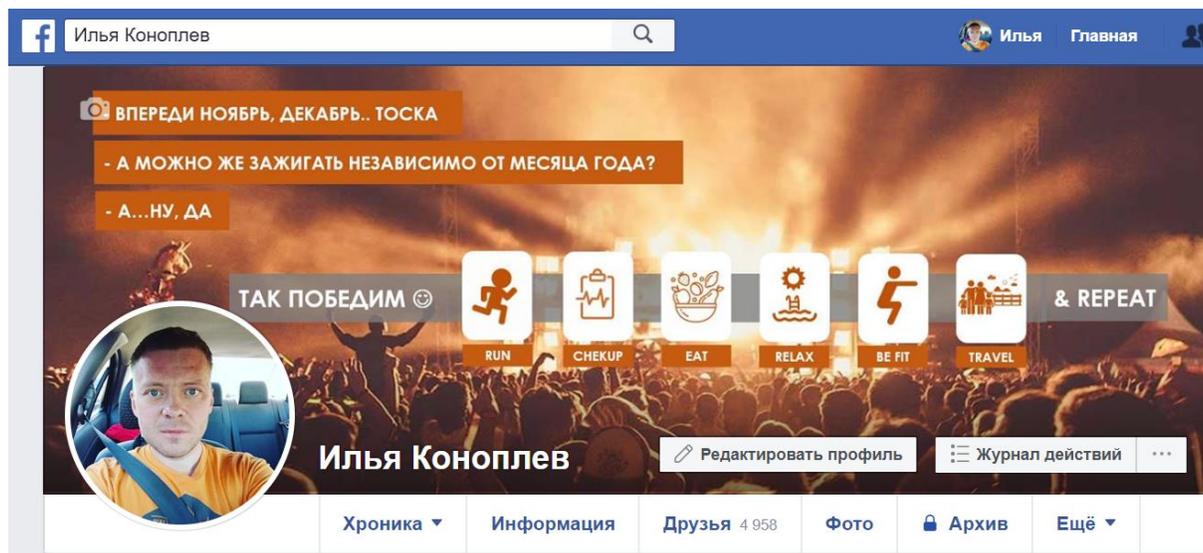
КОГДА ВЫ САМИ ЧТО-ТО ПОСТИТЕ?



Фитнес Уикенд на крыше by Pride fitness



Проще всего на Facebook



Изнанка - сообщество участников фитнес-отрасли на Facebook: 79995174727@Yandex.ru
<https://Facebook.com/groups/iznankafit>