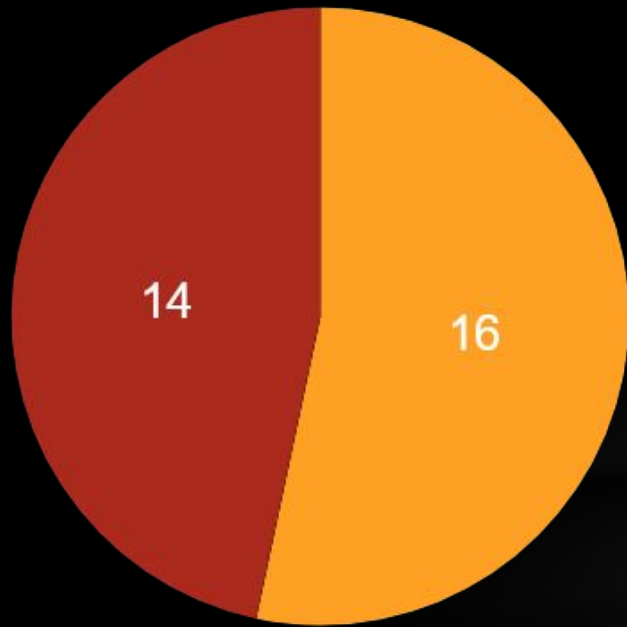


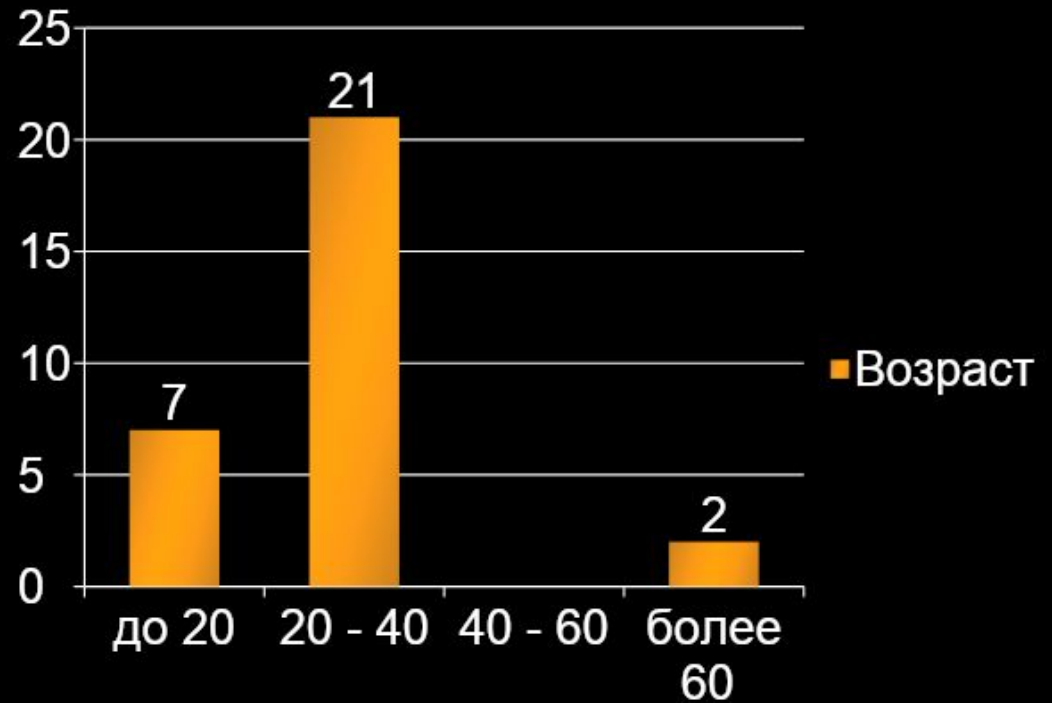
Маркетинговое исследование: Фитнес- центр

Подготовил: Точный Г.М. ДС.02 МЭС

Пол

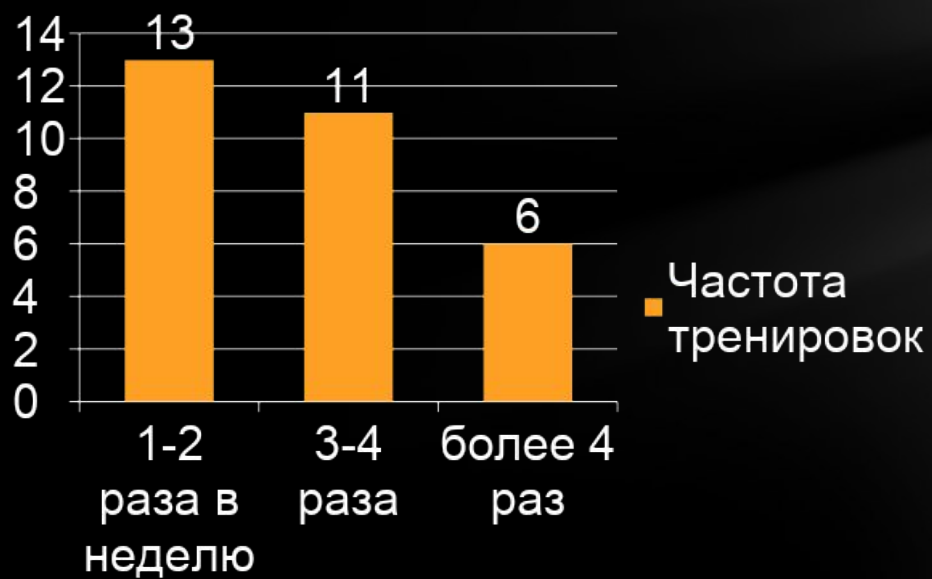


- Мужской
- Женский

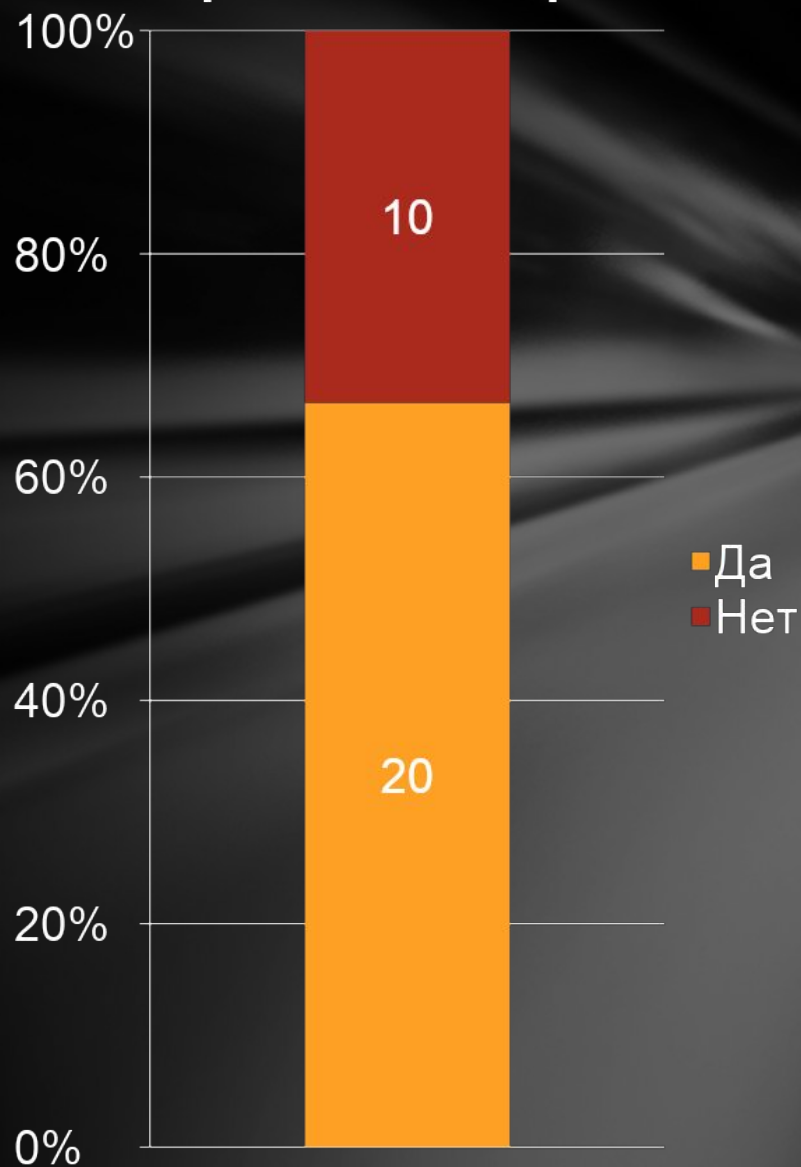


- Возраст

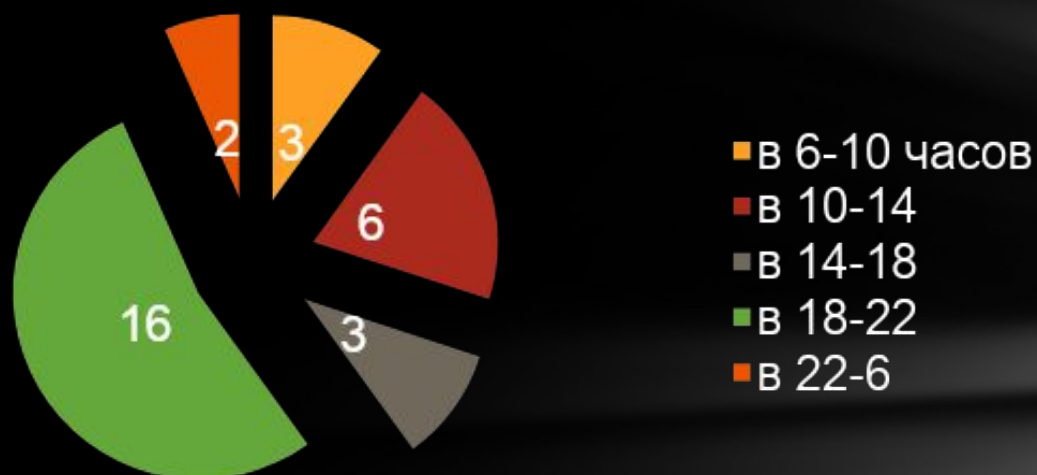
Длительность тренировки



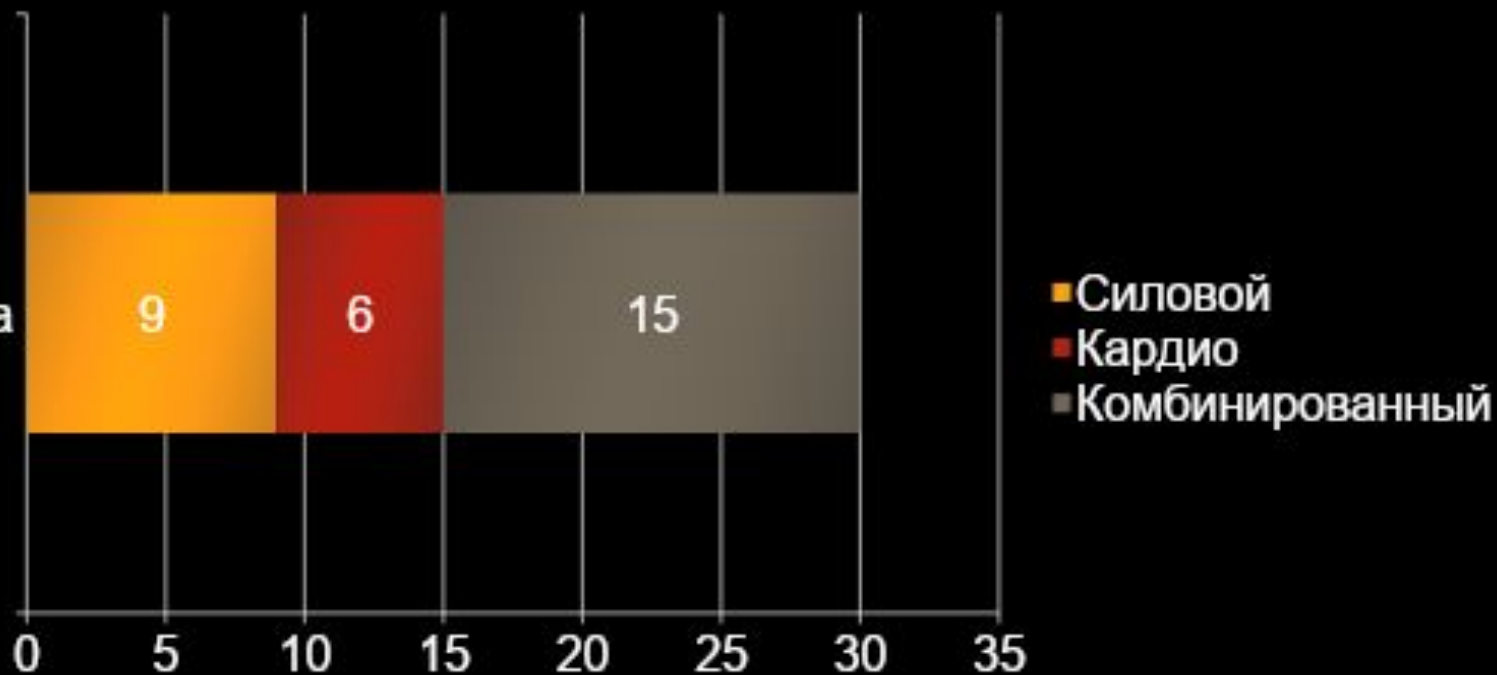
Круглосуточная работа центра



Предпочитаемое время тренировки



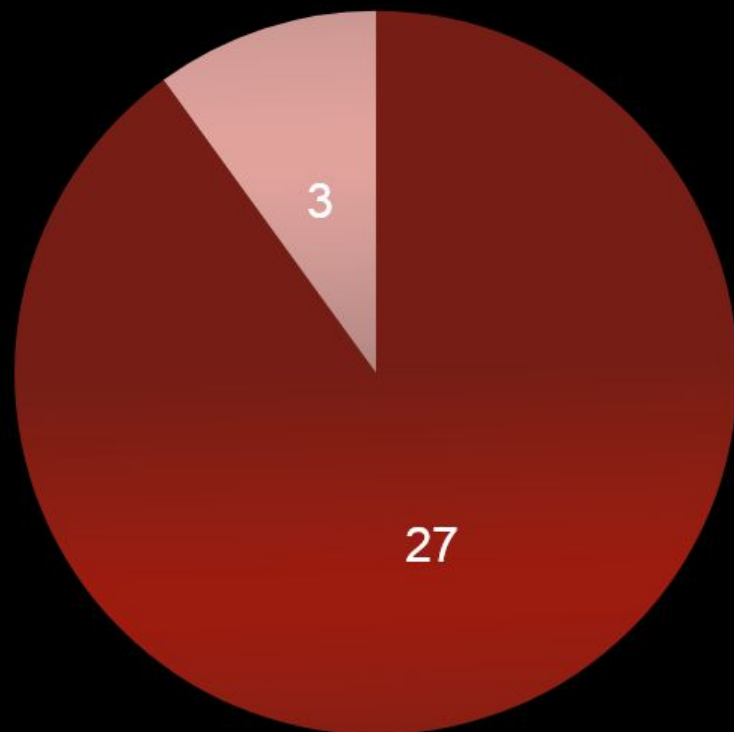
Вид тренинга



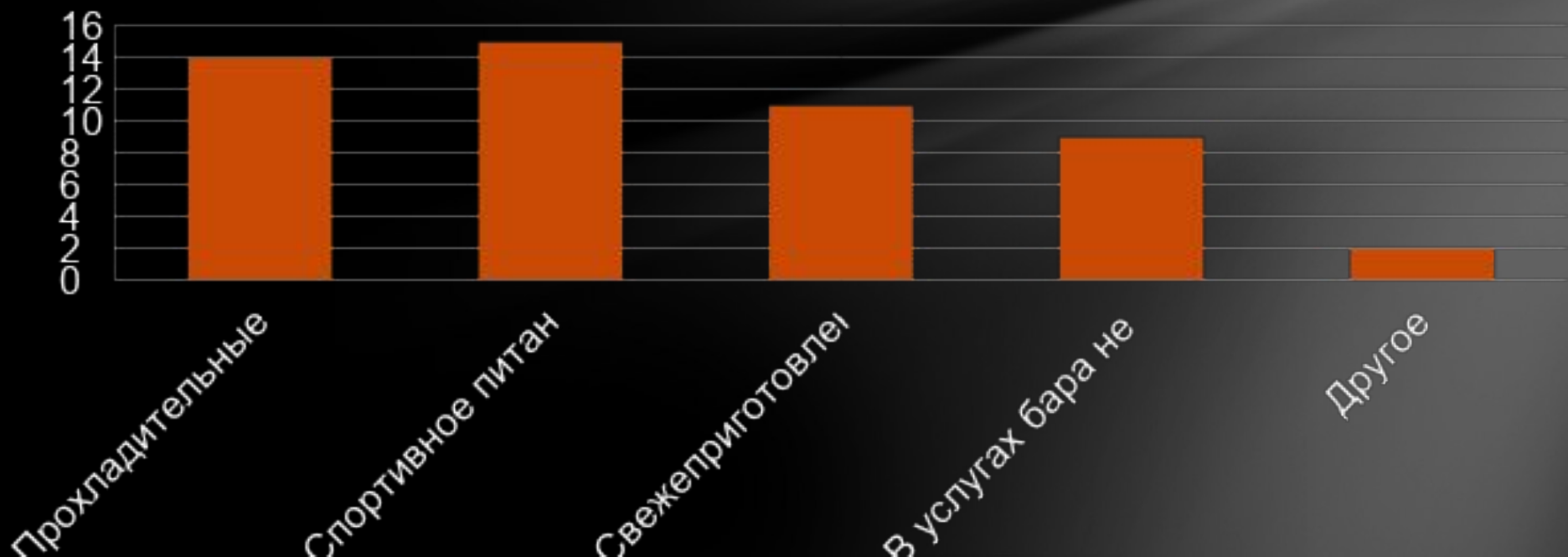
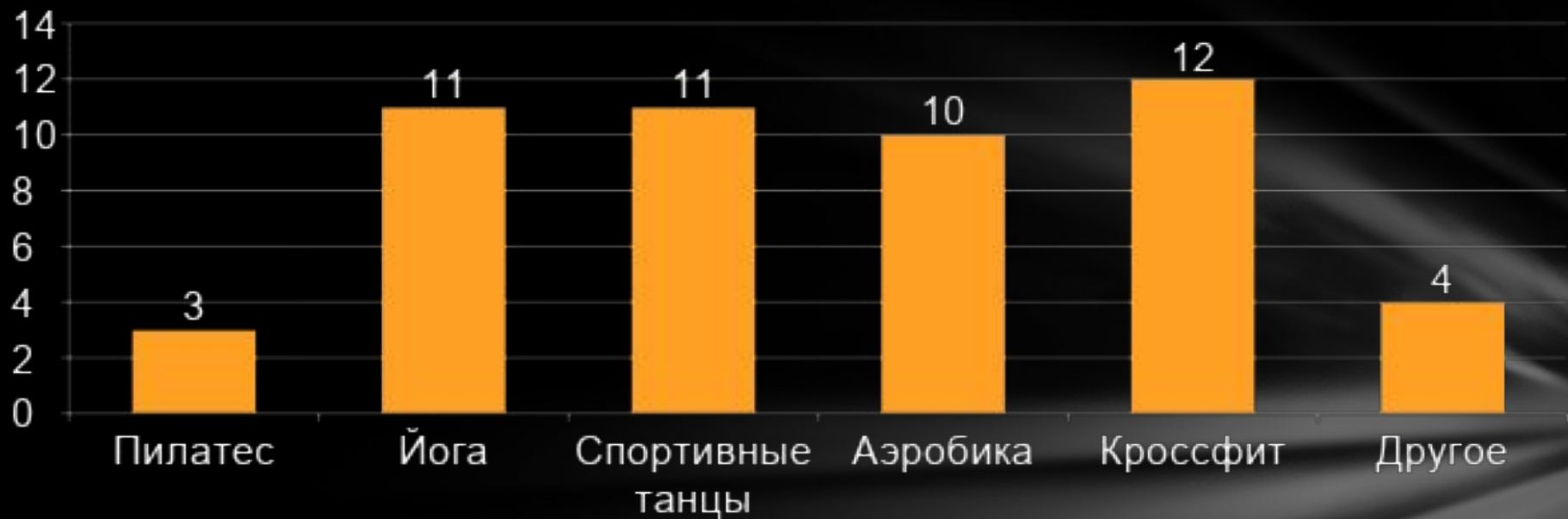
Предпочитаемый уровень оплаты персонального тренера



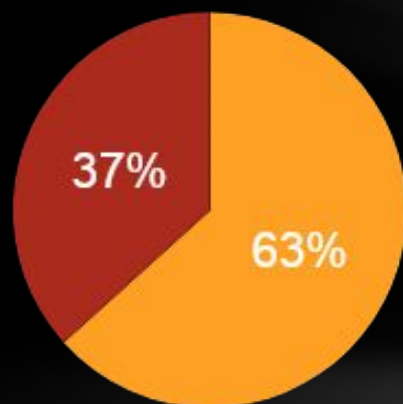
Нужен ли бассейн



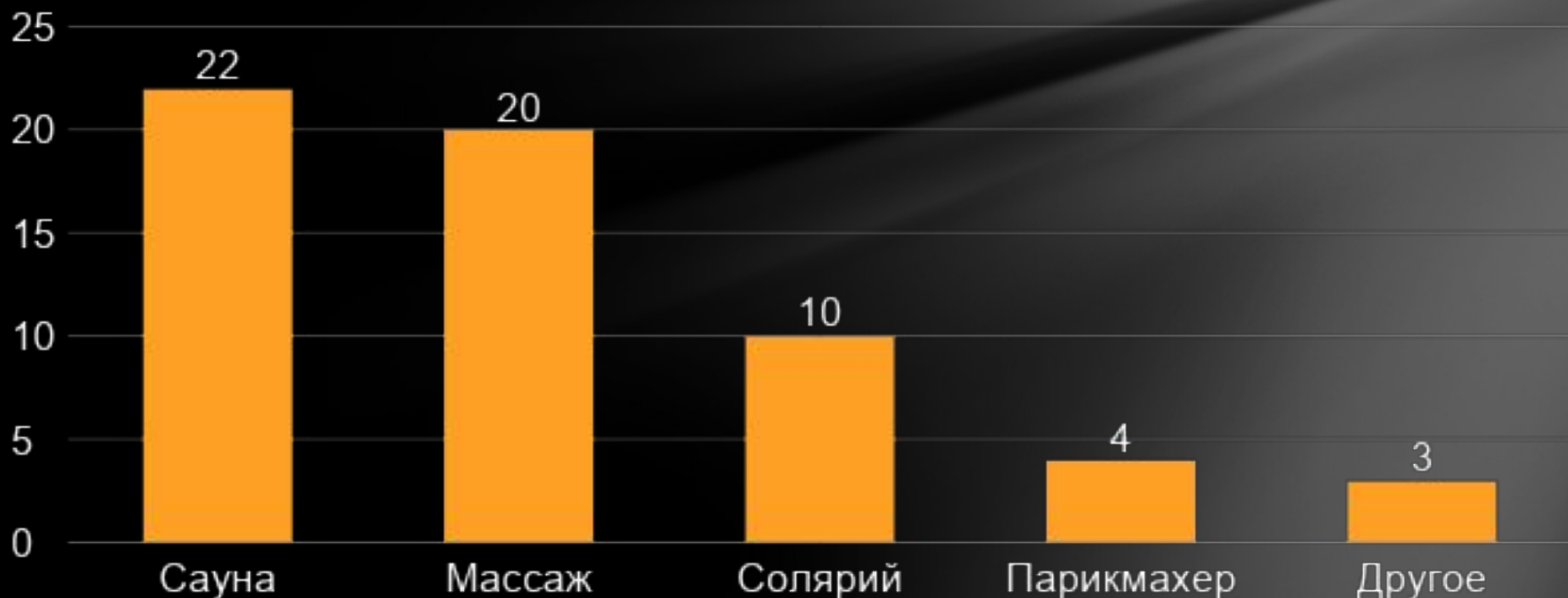
■ Да ■ Нет



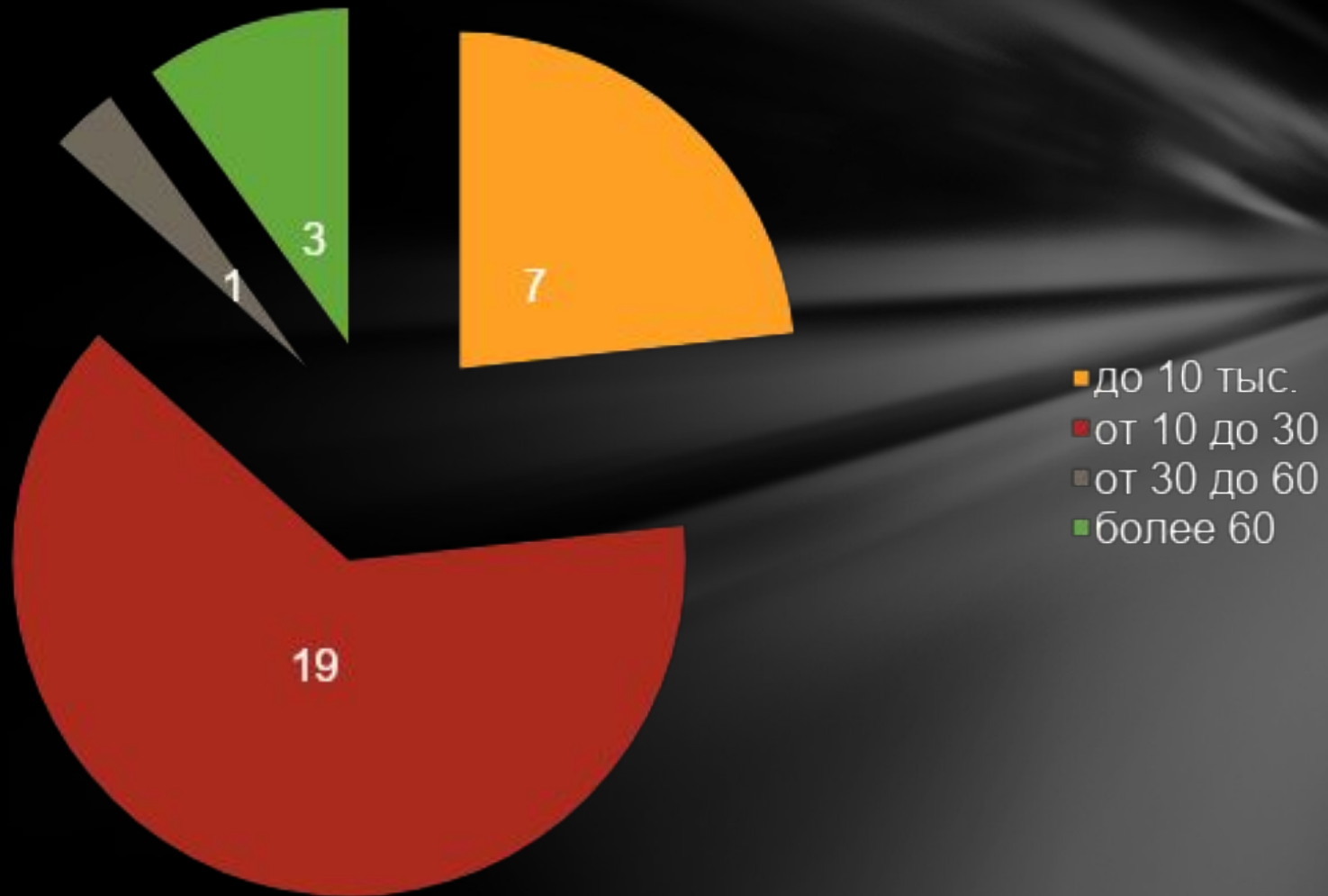
Нужен ли инвентарь для занятий боевыми искусствами



■ Да
■ Нет



Предпочитаемый уровень цен за годовой абонемент



Выводы

Перед открытием центра следует учесть предпочтения потенциальных клиентов.

Во-первых, при проектировке центра необходимо учитывать наличие: бассейна; спорт-бара; помещений для SPA процедур и проведения групповых занятий.

Во-вторых, при закупке инвентаря следует уделить одинаковое внимание инвентарю по свободным весам (штанги, гантели), силовым тренажерам и кардио-тренажерам (беговая дорожка, велотренажер), а также покупке инвентаря для занятий единоборствами (мешки, груши, перчатки, шлемы).

В-третьих, при подборе тренерского следует нанимать тренеров среднего ранга с умеренном уровнем оплаты, количество тренеров должно быть минимальным (2-3).

Результаты опроса показали, что самый высокий уровень загруженности центра будет приходиться на вечернее время с 18 до 22 часов. Имеет место предоставить систему скидок: на утренние абонементы, школьникам и студентам.

При формировании групповых занятий особое внимание следует уделить кроссфиту, йоге и спортивным танцам.

В спорт-баре следует предоставлять прохладительные напитки и спортивное питание.

В SPA процедурах первичное значение имеют сауна и массаж.