



Готовый бизнес-план открытия Авторского фитнес клуба "В-гym"

(Bravoo-gym)

Введение

- В 2017 году фитнес индустрия позиционирует себя в положительной прогрессии. **Около 80% людей** в городах с населением от 1 млн. **занимаются в фитнес клубах.**
- Люди идут в фитнес клуб для того, чтобы улучшить свою фигуру, так же для выработки сератонина (гормон удовольствия) в организме, для возможности баловать себя сладостями (что позволяется при активных занятиях фитнесом), кроме того, появляется легкость в быту (изменения в фигуре, легкость в передвижении, выносливость, ощущение спортивности, упругости тела), а еще возможно снять стресс (выпустить “пар”) и нервное напряжение.
- Согласно статистике последних лет, мужчины и женщины, занимающиеся спортом более успешны в личной жизни, карьере. Поэтому открытие фитнес-центра – популярный и востребованный вид коммерческой деятельности.



Содержание

1. Резюме проекта
2. Маркетинг проекта
 - 2.1. Обзор рынка
 - 2.2. Общая концепция проекта
 - 2.3. План клуба
 - 2.4. Услуги фитнес-зала
 - 2.5. Организационный план
 - 2.6. Требования к помещению
 - 2.7. Оборудование
 - 2.8. Персонал
3. Реклама и продвижение
4. Финансовый план
 - 4.1. Затраты первоначальные
 - 4.2. Затраты ежемесячные
 - 4.3. Планируемая выручка



Резюме проекта

- В данном проекте рассмотрим авторский фитнес-зал премиум-класса по доступным ценам. Расположение клуба на красной линии или в торговом центре.
- В обоих случаях необходимо заниматься оформлением фасада и интерьера, который будет содержать яркие, спортивные цвета.
- **Первоначальные затраты** включают ремонт помещения (устройства систем приточно-вытяжных систем вентиляции и кондиционеров, пожарно-охранная сигнализация, раздевалки, душевые комнаты, отдел продаж, фитнес бар и прочее).
- Кроме этого, закупка оборудования. Заключение договора аренды на 1 год с переходом на договор долгосрочный аренды.
Сроки окупаемости проекта 2 года.



Маркетинг проекта

Обзор

рынка

- Как было сказано ранее в 2017 году фитнес индустрия позиционирует себя в положительной прогрессии. Около 80% людей в городах с населением от 1 млн. занимаются в фитнес клубах.
- А прирост рынка услуг фитнес-клубов составляет 40%, авторских фитнес клубов 5%. Этому способствует пропаганда ЗОЖ, ГТО, стремление выглядеть молодыми, красивыми и подтянутыми.



Маркетинг проекта

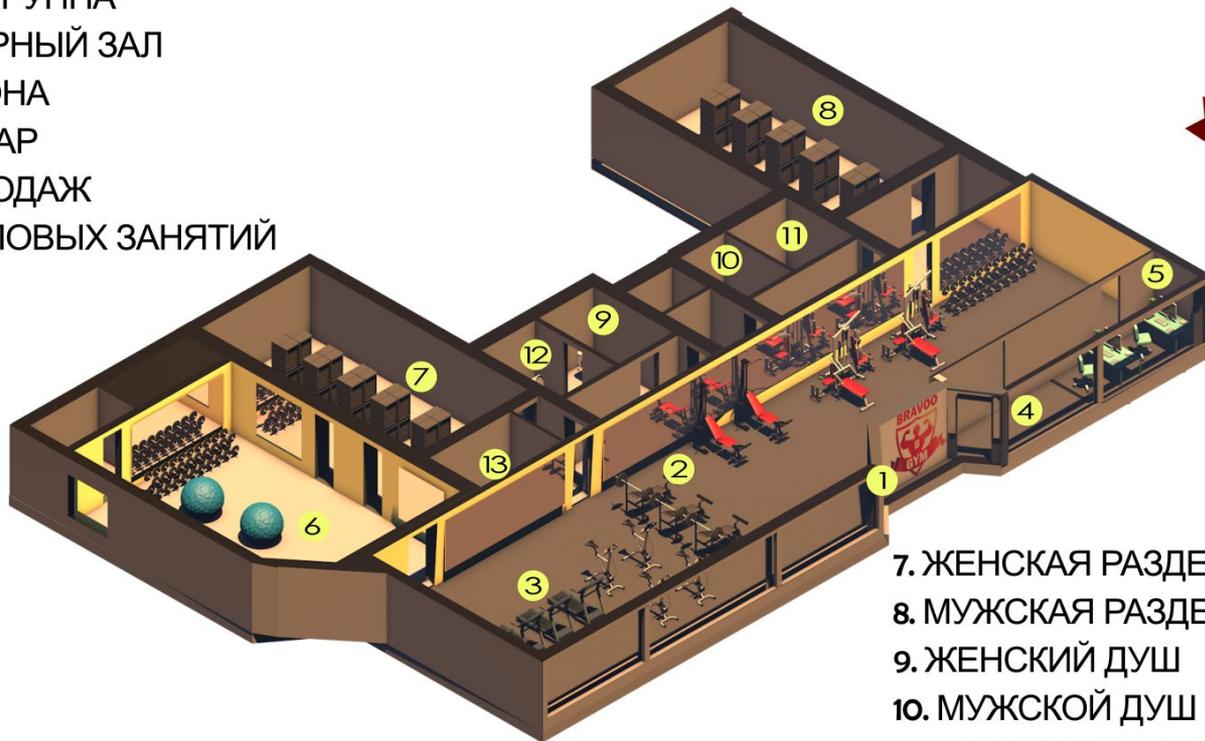
Общая концепция проекта

- Бизнес-план клуба начинается с разработки концепции. В данном проекте мы придерживаемся и рекомендуем **концепцию авторского фитнес клуба**, где целевая аудитория мужчины и женщины со средним доходом и выше среднего.
- Акцент будет сделан на адекватно сниженных ценах на услуги специалистов (фитнес-тренеров) и абонементы в фитнес клуб, на качественном оборудовании и возможных результатах достижений целей клиентов.



Маркетинг проекта План клуба

1. ВХОДНАЯ ГРУППА
2. ТРЕНАЖЕРНЫЙ ЗАЛ
3. КАРДИОЗОНА
4. ФИТНЕС БАР
5. ОТДЕЛ ПРОДАЖ
6. ЗАЛ ГРУППОВЫХ ЗАНЯТИЙ



7. ЖЕНСКАЯ РАЗДЕВАЛКА
8. МУЖСКАЯ РАЗДЕВАЛКА
9. ЖЕНСКИЙ ДУШ
10. МУЖСКОЙ ДУШ
11. ДЕТСКАЯ КОМНАТА
12. МАСТЕР НОГТЕВОГО СЕРВИСА
13. СОЛЯРИЙ

Маркетинг

проекта

Услуги авторского фитнес клуба

Рассмотрим ряд услуг. Кроме дохода с разовой или абонентской платы за посещение зала, необходимо предусмотреть дополнительные услуги: занятия с тренером в персональном формате или в мини-группах, солярий, массажный кабинет, парикмахерский и маникюрный кабинет, фитнес бар. Обобщим перечень:

- тренажерный зал;
- зал групповых занятий;
- кинезиотерапия и тейпирование;
- студия пилона;
- инструкторы тренажерного зала;
- солярий;
- массаж и услуги ногтевого сервиса;
- детская комната;
- фитнес бар.



Маркетинг

проекта

Организационный план

- Поиск помещения (аренда или покупка).
- Регистрация фирмы.
- Ремонт помещения и переоборудования под спортивный зал в соответствии с нормами.
- Закупка оборудования.
- Подбор персонала.
- Реклама и продвижение.



Маркетинг

проекта

Требования к помещению

Необходимо учитывать **следующие параметры:**

- Нахождение в шаговой доступности от жилых домов, крупных офисов, остановок.
- 1 посетитель тренажерного зала из расчета 5 м², 1 посетитель зала групповых занятий из расчета 2 м².
- В среднем площадь клуба от 500 м² (250м² тренажерный зал, 50м² зал групповых занятий и другие комнаты).
- Наличие организации душевых и туалетных комнат, кабинетов для массажиста, мастера ногтевого сервиса, солярия и пр.)



Маркетинг проекта Оборудование

- Этап поиска поставщиков оборудования (поставка, установка, сервисное обслуживание и ремонт).
- Клуб премиум класса должен быть оснащен кардио оборудованием, блочными и нагружаемыми дисками тренажерами, стойками и свободными весами (гантели, диски, штанги) и пр.



Маркетинг

проекта Персонал

Для авторского клуба необходимо подобрать квалифицированных сотрудников. Потребуется **следующий персонал**:

- Администратор рецепции;
- Менеджер по продажам (работа с клиентами, ведение документооборота и отчетности, сопровождение рекламных компаний);
- Инструктор тренажерного зала (занятия с клиентами в индивидуальном формате, в мини-группах. Подбор программ тренировок, питания);
- Инструктор кинезиотерапии и тейпирования (занятия с клиентами с нарушением опорно-двигательного аппарата);
- Инструктора зала групповых занятий (занятия с клиентами в групповом формате);
- Инструктор студии пилона (занятия с клиентами);
- Фитнес няня (работа с детьми в детской комнате);
- Продавец в фитнес бар (продажа спортивного питания и инвентаря, составление диагностики тела с помощью биоимпедансного анализатора тела);
- Массажист (сдача помещения под аренду);
- Мастер ногтевого сервиса (маникюр, педикюр);
- Клининг сервис (уборка залов и дополнительных помещений).



Реклама и продвижение

- наружная вывеска;
- распространение листовок фитнес-клуба на остановках, по почтовым ящикам, по организациям;
- социальные сети (Вконтакте, Instagramm, YouTube, Periscope, Facebook).

Наш авторский фитнес клуб не является сезонным, поэтому мы не зависим от уезжающих или просто отдыхающих людей. Благодаря среднему слою населения, который не выходит в отпуск, а если и выходит, то свободное время больше уделяет фитнес-клубу. Так же благодаря низким ценам, результатам клиентов и сарафанному радио.



Финансовый план

Затраты первоначальные

покупка оборудования для тренажерного зала, групповых занятий и дополнительных услуг	1,4 млн.руб
регистрация предприятия	15 тыс.руб.
ремонт помещений, санузлов и прочего	800 тыс.руб.
система вентиляции	300 тыс.руб
мебель (для рецепции, отдела продаж, раздевалок)	500 тыс.руб.
реклама	100 тыс.руб
менеджеры отдела продаж	30 тыс.руб
коммуникации	30 тыс.руб.
системы видеонаблюдения и контроля учета клиентов	100 тыс.руб.

**Итого 3 275 000
рублей.**



Финансовый план

Затраты ежемесячные

аренда помещений 500-600 м ²	300 тыс.руб
возврат заемных средств	100 тыс.руб.
оплата персонала	80 тыс.руб.
коммунальные и эксплуатационные расходы	80 тыс.руб
затраты на рекламу	100 тыс.руб.

Всего ежемесячные затраты составляют 660 000 рублей



Финансовый план

Планируемая выручка

- При расчете дохода нужно ориентироваться на среднюю цену абонемента города в котором будет располагаться фитнес клуб, в среднем по России ценник составляет 8000-12000 рублей в год.
- Членов клуба в первые три месяца планируется 150-200 человек. Далее, в течение года, можно увеличить до 1000 человек.
- Срок окупаемости проекта **2 года.**



Экономические показатели:

- рентабельность 40%,
- окупаемость 2 года,
- вложение 4 млн.руб.

Условия работы:

- АКЦИЯ: 10 первых франчайзи БЕЗ паушального взноса,
- паушальный взнос 100.000 руб,
- ежемесячный роялти 10.000 руб.

