



TITAN

The power in you

Маркетинговый план

В ходе составления плана были учтены следующие аспекты:

- ✓ Расположение рекламы,
- ✓ Связи с общественностью (PR),
- ✓ Личные продажи,
- ✓ Размещение продукта (услуги),
- ✓ Директ-маркетинг,
- ✓ Тип маркетинговой структуры.

Расположение рекламы

1. СМИ

1) Печатные издания:

□ Газеты («FITNESS One», «Северо Запад»)

□ Журналы («Hardness», «Sport Nutrition Review», «Fitness Nutrition», «Physical Culture Magazine», «Natural Bodybuilding & Fitness Magazine»)

2) Телевидение (каналы такие как: «Живи», «Fitness Channel»)

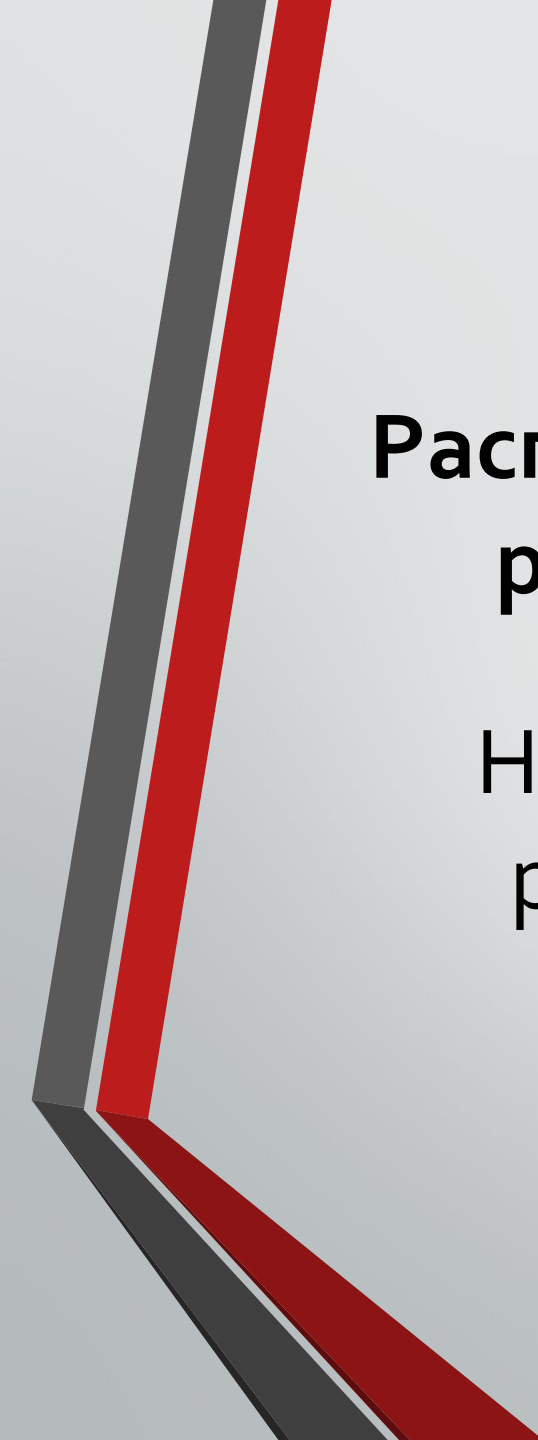
3) Информационные агентства (ООО «Фитнес агентство», «Go Group»)

4) Интернет:

□ Каналы на YouTube: «Fitness24», в роликах некоторых известных ютуберов.

□ Сайт фитнес-клуба

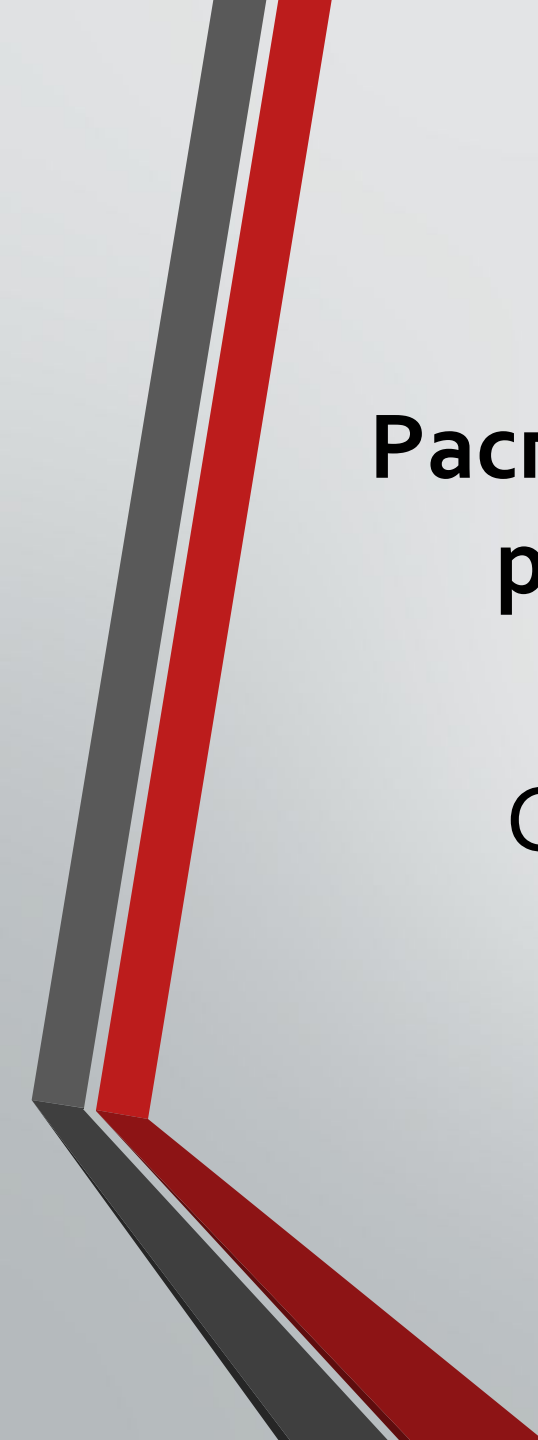
□ Ссылки на сайт с сайтов известных информационных агентств по фитнесу.



Расположение рекламы

Наружная реклама

- Раздача листовок
- Плакаты в спортивных магазинах и торговых центрах
- Вывески перед спортивными магазинами
- Штендеры рядом со зданием фитнес-клуба
- Стикеры, мини-плакаты на столбах, стенах домов, университетах, подъездах
- Реклама в общественном транспорте



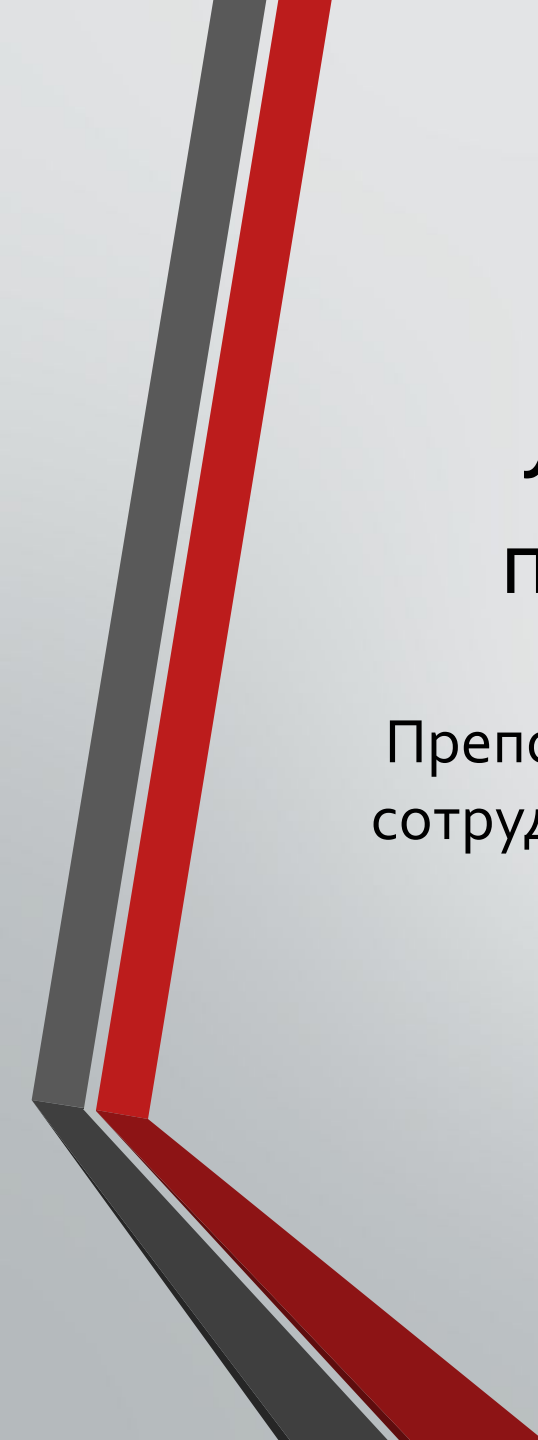
Расположение рекламы

Слоганы

- Слоганы – выделение из массы
- Слоганы – отражение деятельности
- Слоганы – решение (показывающие результат)
- Слоганы – напоминание
- Слоганы - личное обращение
- Слоганы – лозунг (заявление или призыв)

Связи с общественностью

- Привлечение известных людей в фитнес клубы, проведение с ними интервью
- Опросы среди молодежи
- Отзывы на сайте фитнес клуба и на сайтах рекламных агентств
- Привлечение профессионалов, проведение с ними интервью, размещение их мнений и призывов на различных видах рекламы (листовки, стикеры, журналы)



Личные продажи

Преподнесение услуг
сотрудниками фитнес-
клуба

- Убедить людей, занимающихся фитнесом, в качестве предоставляемых услуг
- Предоставить клиентам соответствующий уровень сервиса
- Добиться того, чтобы покупатель остался доволен.
- Проинформировать покупателей о товарах и услугах, которые также предоставляются в фитнес-клубе
- Проводить беседу с потребителями данных услуг при составлении индивидуальных и групповых программ

Размещение Продукта

- ❖ В телевизионных роликах
- ❖ В интернете (в частности, на канале YouTube)
- ❖ Наружная реклама (в частности, цифровые вывески)

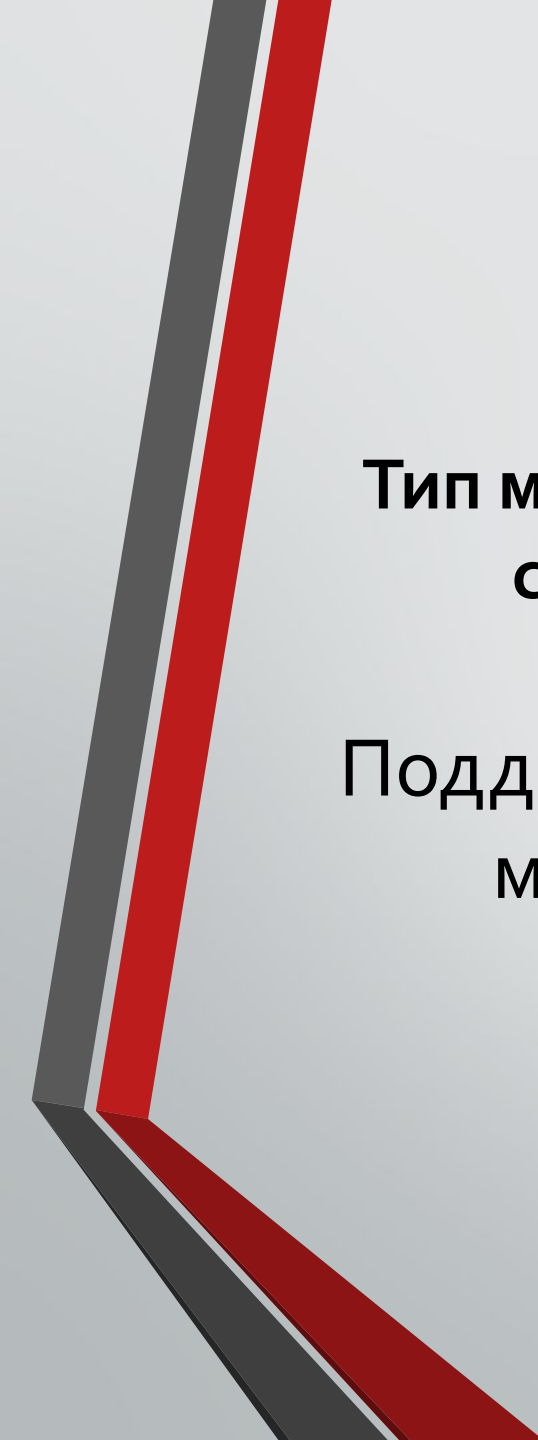
Тип размещения: кинестетический

- Демонстрация надежности оборудования
- Демонстрация качества предоставляемого специального питания
- Демонстрация эффективности проведения групповых и индивидуальных тренировок
- Демонстрация профессионализма сотрудников фитнес-клуба

Директ-маркетинг

- Прямая почтовая рассылка (при заказе спортивного питания и его доставки)
- каталоги((основные услуги, дополнительные услуги, спортивное питания, некоторые другие товары, предлагаемые фитнес-клубом, в частности, спортивные вещи с логотипом клуба)
- СМИ

Интерактивный маркетинг



Тип маркетинговой структуры

Поддерживающий маркетинг

Причины выбора данного типа маркетинга:

- Большое количество прямых и косвенных конкурентов, оказывающие аналогичные услуги
- Изменение потребностей потребителей
- Изменения в поведенческой модели целевой аудитории
- Появление новых конкурентов (возможно наиболее привлекательных) в сфере этой деятельности
- Изменение маркетинговой стратегии настоящих конкурентов



Спасибо за внимание!