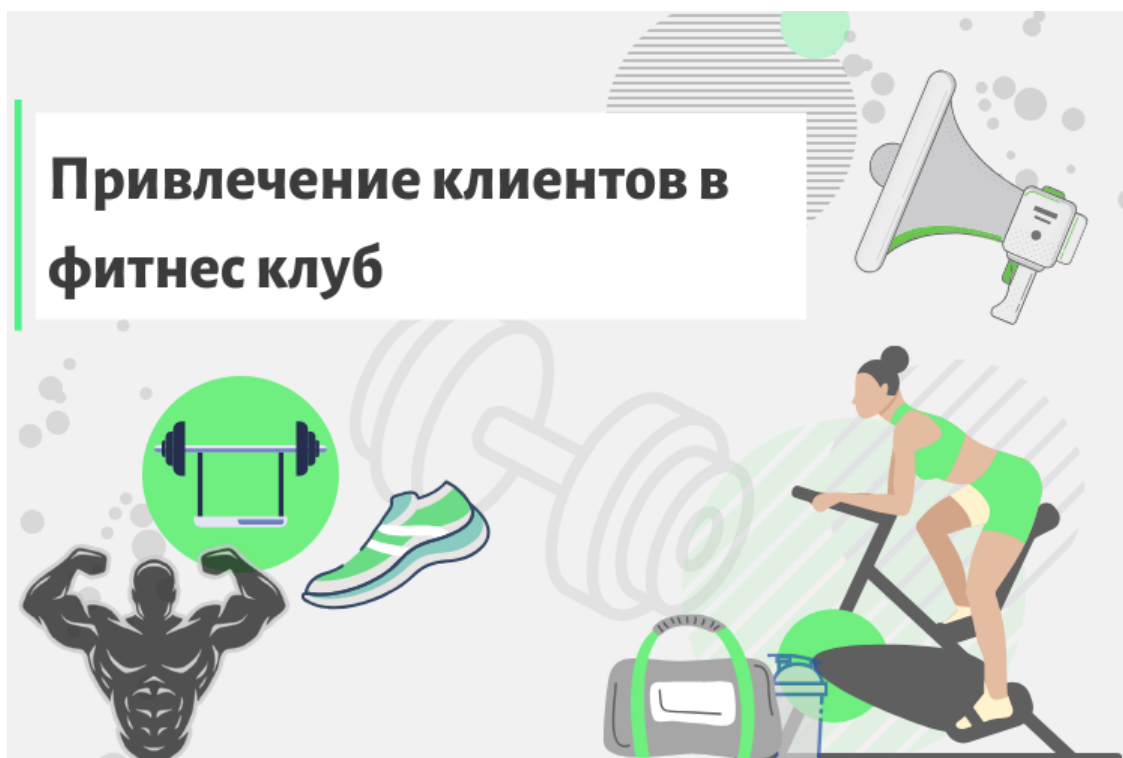


6 инструментов привлечения клиентов в фитнес клуб

Мысль о том, как привлечь клиентов в фитнес-клуб не покидает владельца с первого дня размышлений над реализацией, задуманной бизнес-идеи. На примере западных стран можно увидеть, что методы ведения маркетинга действительно продвинулись далеко вперед. Остается лишь воспользоваться опытом профессионалов, которые достигли успехов. В России этот бизнес только развивается, и найти настоящих мастеров достаточно сложно, хотя системы коммуникаций предоставляют огромные возможности для того, чтобы привлечение клиентов в фитнес было плодотворным. Близкое знакомство с некоторыми способами поможет сделать правильный выбор и достичь максимального результата в поставленной задаче.



Создание сайта или landing page

В XXI веке большинство людей обильно просматривают интернет-ресурсы, прежде чем выйти из дома в поисках лучшего фитнес-клуба для себя. Поэтому создание собственного сайта будет хорошей идеей, тем более что благодаря таким конструкторам как tilda и platformap сделать это можно абсолютно бесплатно. В таком случае не стоит забывать, что на одной из страниц обязательно должна быть размещена информация об акциях, скидках, возможных абонеентах и описание всех услуг. Если на все это времени нет, работу можно заказать у профессионалов,

начнут они трудиться, если бюджет будет не ниже 30 тыс. рублей. Сайт – это активное привлечение клиентов в фитнес-клуб на каждый день.

Польза контекстной рекламы

В данный момент потенциальные клиенты, возможно, уже перелистывают страницы яндекса в поисках подходящего варианта. Из-за недостатка свободного времени люди часто не доходят до второй страницы выдачи поисковика, поэтому первые объявления соберут наибольшее количество желающих. Стремиться нужно не только попасть в первые ряды, но и зацепить интересующего красивым заголовком. Оно обязательно должно содержать информацию о скидках и акциях, которые непременно заинтересуют и вызовут доверие. Со временем усердная работа над продвижением сайта даст свой результат, и фитнес-клуб появится в SEO выдаче каждого из поисковиков, в такой ситуации платить больше нет необходимости. Не стоит забывать о пользе баннерной рекламы, она поможет привлечь клиентов в тренажерный зал, а фирменный стиль и логотип которые в ней используются, останутся в памяти человека надолго. Обязательным пунктом оформления будет размещение адреса, в котором расположено заведение.

Обратившись к профессионалам, можно достичь довольно хороших результатов, описание фитнес-клуба разлететься по всем поисковикам в виде контекстной рекламы и обязательно привлечет клиентов.

Продвижение личного сайта

[Поисковая оптимизация](#) предназначена для того, чтобы цепляющий заголовок и призыв посетить заведение оказался на первой странице в выдаче по запросу потенциального клиента. Это очень важно в борьбе с конкуренцией, работы достаточно много, и она связана с использованием многочисленных тонкостей. Зачастую результат трудов виден в течение 6–12 месяцев, привлечение клиентов в спортзал займет некоторое время, но оно того стоит. Когда пройдет определенный промежуток времени, люди, желающие воспользоваться услугами фитнес-клуба будут доставаться бесплатно.

Узнайте о возможностях интернет-маркетинга в вашей сфере

Средства массовой информации и естественная реклама

Тут речь идет о статьях, в которых прямо или косвенно упоминается нужная информация, новостные блоки также участвуют в этом и приносят плоды. Аудитория довольно большая и шанс что клиент увидит рекламу, а главное, придет в заведение и оформит абонемент, очень высок. Для облегчения работы были созданы онлайн-площадки, они действительно пользуются хорошим спросом.

Соцсети или Ютуб

Контент-маркетинг представляет собой ведение блога на одном из раскрученных каналов или в социальных сетях удаленно. Ролики, которые будут мотивировать людей или уникальные изображения в инстаграм с логотипами фитнес-клуба сделают свое дело. Хорошо зарекомендовали истории известных людей, которые будут рассказывать о том, что именно в этом месте они добились максимальных результатов. Основной упор должен быть на посещение, а не в развлекательном жанре.

Мессенджеры и различные рассылки

Интернет-почта, которую все хорошо знают по названию e-mail, также будет одним из инструментов для привлечения клиентов. По некоторым показателям люди намного чаще посещают мессенджеры и почту, чем соцсети, если среди важных писем по работе человек найдет небольшую, но полезную информацию о хорошем заведении – это будет просто прекрасно. Способ является самым доступным и очень дешевым. Возможно использование приложений для мобильных устройств. Подобная разработка не только будет оповещать заинтересованных людей в спорте, но и покажет, насколько статусное заведение.

Краткий итог

Каждый из вариантов по-своему хорош и успешен, для того чтобы определиться с самым подходящим и доступным нужно тщательно проработать их по одному. Спешить точно не стоит, если времени крайне мало, всегда можно обратиться к опытным маркетологам, которые выполнят работу в кратчайшие сроки. Для внесения ясности мастера своего дела предоставляют индивидуальные планы и объемы клиентов, которые будут гарантированно заинтересованы в посещении заведения.

Об авторе



- Интернет-маркетолог / E-commerce эксперт
- Консультант в ЦРПП при правительстве Санкт-Петербурга
- Внешний эксперт по онлайн программам в АО «Корпорация Развития»
- Преподаватель курсов и индивидуальных программ по онлайн маркетингу
- E-commerce бизнес-тренер в федеральных и международных компаниях
- Опыт работы более 12 лет, 70+ российских и иностранных проектов
- Сертифицированный специалист по многим направлениям
- Автор статей для ведущих бизнес изданий

[Подробнее об авторе](#)

[Портфолио](#)

Закажите бесплатную [консультацию](#)

и узнайте, как продвигать ваш бизнес эффективнее.