

ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ УСЛУГ ФИТНЕС-ИНСТРУКТОРА

Абдрафикова Софья Раисовна

студент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, РФ, г. Санкт-Петербург

На данный момент услуги фитнес-инструктора пользуются большим спросом среди населения. Ведь всё больше и больше людей задумываются о своём образе жизни, здоровье и внешнем виде. В связи с этим возникает потребность в выборе фитнес-клуба и фитнес-инструктора, с которым будут проходить тренировки.

В данной работе будет проведен анализ данного вида услуг: определены целевые группы, их основные ценности и доли в общей структуре целевой аудитории.

Для начала, рассмотрим определение данного вида услуг. Услуги фитнес-тренера – деятельность, в ходе которой специалист организывает и проводит групповые тренировки на различные группы мышц, а также обеспечивает безопасность и минимизирует риск травматизма клиентов. С фитнес-инструктором человеку не придётся задумываться над разнообразием тренировок, техникой выполнения упражнений и их интенсивностью. При этом цели тренировки будут достигнуты [1, с. 4].

В ходе исследования были выделены 6 целевых групп для данной услуги. Рассмотрим их более подробно:

1. Люди, желающие похудеть (16-45 лет)

Это люди, пришедшие на тренировки с целью похудения, обычно у них наблюдается сезонный интерес к спорту, осенью (в преддверии нового года) и весной перед пляжным сезоном.

Ценность: они выберут наиболее интенсивные тренировки и тренера, который мотивирует и гарантирует результат. Для них также может быть важен внешний вид инструктора, который для них будет означать эффективность проводимых им тренировок.

Проблемы, с которым чаще всего сталкивается данная целевая группа - быстрая потеря мотивации.

2. Люди, пришедшие с целью оздоровления (40-65 лет)

В основном к данной категории относятся люди в зрелом возрасте. Их целью является – оздоровление. Чаще всего они приходят в фитнес-клуб, покупают абонемент и начинают тренироваться. Т.е. покупка осуществляется без участия фитнес-инструктора.

Ценность: их преимущественно интересуют оздоровительные направления не высокой интенсивности (в силу возраста) (например, растяжка, здоровая спина, йога), невысокая цена (т.к. много пенсионеров).

3. Новички в спорте (16-30 лет)

Люди, которые никогда не занимались спортом. Их цель – попробовать физическую нагрузку различного типа на себе, изучить технику выполнения упражнений под контролем профессионала (за более низкую стоимость, чем услуги персонального тренера).

Поскольку чаще всего спортом начинают заниматься в юном возрасте, эти люди могут следовать трендам правильного образа жизни.

Ценность: невысокая цена, опытный тренер.

4. Люди, которым требуется реабилитация (16-45 лет)

Для таких людей важно, чтобы тренер обладал достаточным опытом и компетенциями, чтобы проводить оздоровительные классы. Показателем для них будет являться стаж работы, а также диплом в сфере спорта и сертификат/ диплом о переквалификации в области реабилитационных тренировок. Также данной целевой группе будет важен индивидуальный подход и возможность проконсультироваться с тренером.

5. Люди, которым нужна эмоциональная разгрузка (25-50 лет)

Обычно это люди, которые приходят после работы или же, чтобы отдохнуть от своих рутинных задач (дети, домашние хлопоты). Их цель – получение положительных эмоций, а не улучшение физической формы.

Ценность: для них в приоритете будет энергичный тренер с хорошим чувством юмора, а не тот, у кого, например, сложные высокоинтенсивные тренировки.

6. Мамы (30-45 лет)

Исходя из того, что возраст детей, у которых может быть полнота и которые могут под давлением мамы пойти на тренировку – это 8-13 лет, то возраст мам – это примерно 30-45. Их целью является хороший внешний вид собственный и своих детей. Они хотят совместно посещать групповые тренировки с ребёнком.

Ценность – отсутствие возрастного ограничения

Рассмотрим доли каждой группы в общей структуре целевой аудитории услуги фитнес-инструктора (Таблица).

Таблица.

Целевая аудитория услуги фитнес-инструктора

Целевая группа	Процент
Люди, желающие похудеть	30%
Люди, желающие оздоровиться	15%
Новички	15%
Люди, которым требуется реабилитация	10%
Люди, которым нужна эмоциональная разгрузка	9%
Мамы	1%
Другие	20%

Далее обратимся, к рисунку, где наглядно проиллюстрирована структура целевой аудитории.



Рисунок. Структура целевой аудитории услуги фитнес-инструктора

Как видно из рисунка, наиболее многочисленная целевая группа (30%) – это люди, которые стремятся похудеть. Это связано с тем, что сейчас многие хотят выглядеть привлекательно и стараются уделять внимание спорту. Второе место в рейтинге занимают те, кто хочет оздоровиться (15%). К данной целевой группе преимущественно относятся люди в возрасте, зачастую пенсионеры, которые часто приходят на тренировки по рекомендациям врачей. Такая же по численности категория людей – это новички (15%). Это связано с тем, что в наше время есть тренд к здоровому образу жизни, поэтому всё больше и больше людей приобщаются к нему. Четвёртая целевая группа – это те, кому необходимо восстановиться после травм (10%). Чаще всего это спортсмены, которые травмировались по тем или иным причинам. Следующая по численности группа – это те, кому требуется эмоциональная разгрузка (9%). Обычно это люди, которые устали от рутинных дел и приходят на тренировки ради положительных эмоций. Самая немногочисленная целевая группа – это мамы (1%). Они ставят перед собой цель – хороший внешний вид своего ребенка. Преимущественно сами мамы являются клиентами этого же фитнес клуба/так или иначе связаны со спортом и считают, что он необходим им детям. Другие 20% ЦА занимают менее многочисленные группы.

Список литературы:

1. Фитнес-тренер. — Текст : электронный // SPORTWIKI : [сайт]. — URL: <https://sportwiki.to/Фитнес-тренер> (дата обращения: 26.07.2023).