

XIV edycja konkursu Najlepsze Zajęcia z Przedsiębiorczości

CASE STUDY – I ETAP

Pierwszy krok do sukcesu już za Wami! Podjęliście decyzję o pobraniu zadania konkursowego. W dalszej części znajdziecie informacje na temat postawionego przed Wami wyzwania. Mamy nadzieję, że okaże się ono przyjemne w realizacji.

"Fit not Fat" to dobrze prosperująca, lubiana i znana w swoim regionie siłownia oraz klub sportowy. Firma chce zwiększyć swoje dochody poprzez wprowadzenie produktów online (nie ma na celu połączenia się z żadną większą marką ani stworzenia franczyzy).

Jako ugruntowana marka *Fit not Fat* gromadzi wokół siebie stałych klientów. Ma zbudowane zaufanie, przez co większość osób dołącza do niej z rekomendacji. Siłownia inwestuje w nowy sprzęt i dobrych instruktorów. Aktualnie ma siedzibę w wynajmowanych pomieszczeniach, które dostosowała do prowadzenia zajęć dedykowanych np. crossfitu i na przestrzeni ostatnich 3 lat wymieniła 35% swojego sprzętu na nowocześniejszy. W ciągu najbliższego roku nastąpi zmiana siedziby firmy – siłownia wykupiła na własność dwupiętrowy budynek i obecnie trwa jego renowacja. Wszystkie sprzęty zostaną tam przeniesione, będzie więcej miejsca na samą siłownię i trzy oddzielne sale do zajęć grupowych.

Głównym źródłem dochodu siłowni jest sprzedaż okresowych karnetów. Na drugim miejscu są zajęcia cykliczne z trenerem. Dzięki zbudowanej sieci kontaktów i dobrym relacjom z klientami, powstał klub sportowy przygotowujący zawodników do konkursów kulturystycznych. Przyjeżdżają do niej nie tylko klienci z miasta, ale też osoby z całej Polski. Siłownia ma też dość nietypową usługę treningu personalnego w dowolnym miejscu wybranym przez klienta, co cieszy się sporym zainteresowaniem, mimo że nie jest to tania forma treningu. Dodatkowo siłownia sprzedaje suplementy, napoje izotoniczne i odżywki sportowe.

Fit not Fat proponuje zajęcia grupowe lub indywidualne m.in.: siłowe, ogólnorozwojowe, aerobowe, cardio, cross fit, taneczne i dla osób z chorym kręgosłupem. Miejsce zatrudnia też dietetyków i rehabilitantów, którzy prowadzą działalność doradczą. W ciągu ostatnich dwóch lat dużym powodzeniem cieszy się praca z trenerem personalnym. Liczba klientów, którzy chcą pracować 1:1 stanowi, to około 12% stałych klientów siłowni. Siłownia zatrudniła 7 trenerów personalnych, jednak najbardziej popularną wśród nich jest Julia – charyzmatyczna mistrzyni fitness i trenerka personalna z niezwykłym podejściem do motywacji i do ćwiczeń. Aż 70% klientów chciałoby pracować właśnie z nią, mimo że pozostali trenerzy są również wysoko wykwalifikowani. W związku z ograniczonym czasem pracy Julii, właściciele siłowni *Fit not Fat* postanowili odpowiedzieć na potrzeby klientów w inny sposób – opracowując z nią produkt

online, który odpowie na wszechobecną modę na bycie fit, pomoże budować dochód w sposób pasywny, a także przyciągnie więcej klientów na zajęcia grupowe do siłowni.

Ma to być kurs treningów online prowadzony właśnie przez Julię, pokazujący jak prawidłowo wykonywać ćwiczenia, jak zdrowo żyć i jak zadbać nie tylko o ciało, ale też o ducha podczas całej drogi do zmiany siebie. Kurs ma być bezpłatny dla odbiorcy i mieć głównie formę angażujących nagrań video. Charakter kursu ma opierać się o kilka modułów, na różne partie mięśniowe. Po przeprowadzeniu modułów zainteresowany ma wyjść z konkretną wiedzą, jak pracować nad spalaniem tłuszczu i kształtowaniem sylwetki. Na koniec kursu będzie można zakupić 3 pakiety:

Pakiet I - daje możliwość pozyskania kalendarza „Zmiany Siebie” z poradami, w którym można wygodnie monitorować zmiany w sylwetce.

Pakiet II - zawiera propozycje pakietu pierwszego i dodatkowy zestaw treningowy oraz dietę zaprojektowaną specjalnie dla osób odchudzających się.

Pakiet III - zawiera dwa poprzednie pakiety oraz roczny kurs online z treningami przygotowującymi pod zawody sportowe.

Informacja o możliwości wykupienia pakietów jest zawarta na początku kursu online.

Wyzwaniem siłowni *Fit not Fat* jest dotarcie do odbiorców kursu online, zebranie grupy nowych klientów siłowni oraz znalezienie adekwatnych kanałów promocji i komunikacji kursu.

Waszym specjalnym zadaniem jest:

Przygotowanie kampanii, która ma na celu dotarcie do odbiorcy kursu w oparciu o: analizę SWOT firmy "*Fit not Fat*", opracowanie strategii komunikacji i dobranie kanałów komunikacji marketingowej w nowych mediach (Internet, social media) z uwzględnieniem cross marketingu.

Powodzenia!

Paulina Rojsak

Menedżer ogólnopolski XIV edycji Projektu
Najlepsze Zajęcia z Przedsiębiorczości