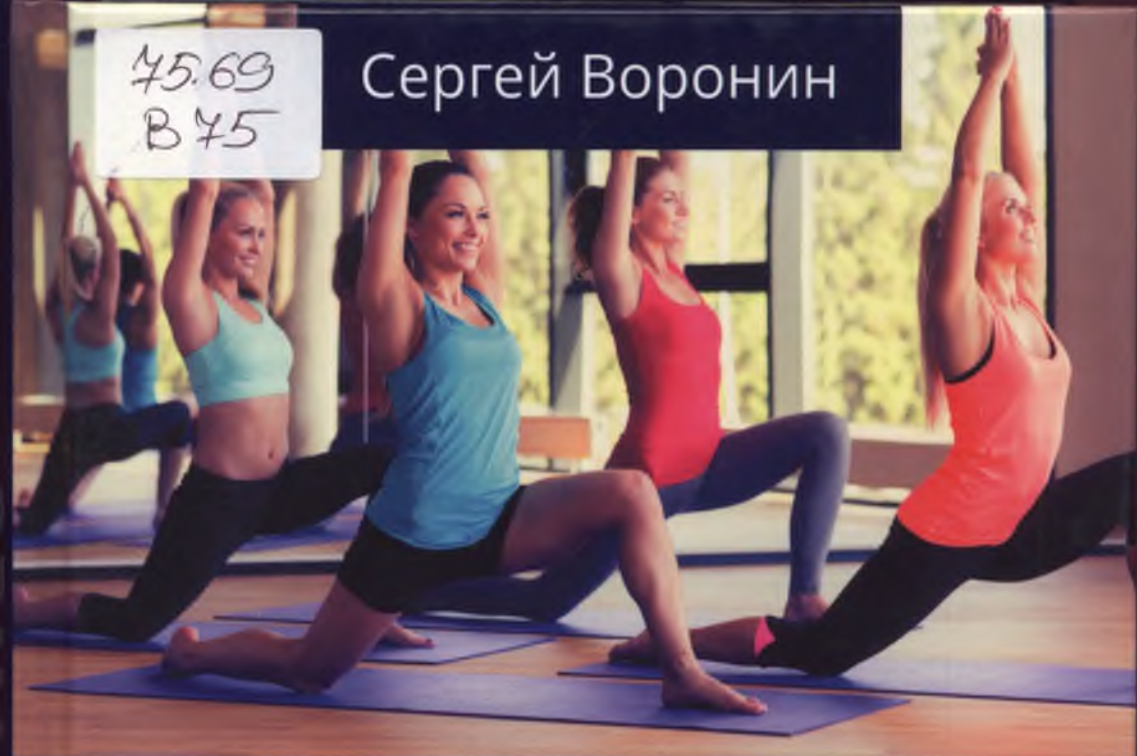


45.69  
B 75

Сергей Воронин



# ФИТНЕС

Основы фитнеса для бизнесменов  
Фитнес для всех возрастов



**СЕРГЕЙ ВОРОНИН**

# **ФИТНЕС**

**ВНЕСЕНО  
В КОМПЬЮТЕР**

Москва 2016  
ИД «ЭНЕРГИЯ»

УДК 339.163.2

ББК 65

**С. Воронин.** Фитнес – М.: Издательский Дом «ЭНЕРГИЯ», 2016. – 326 с.

ISBN 978-5-98908-430-2

Фитнес пришел на смену физкультуре. В самых развитых городах Европы и Америки фитнес–услугами пользуются около половины всех жителей. В России, в среднем, только 2% населения занимаются различными видами фитнеса, а в городах – до 4%. Фитнес–рынок по перспективности является лидером в стране. В Москве и Санкт–Петербурге наибольшее число пользующихся этими услугами. Фитнес уверенно «шагает» по стране. Однако степень охвата населения очень неравномерная. В первую очередь открываются фитнес–клубы для самых обеспеченных. Для служащих, школьников и студентов их совсем мало. Многие методики и оборудование покупаются по франчайзингу в других странах. Однако наши отечественные специалисты необычайно изобретательны и предлагают свои методики и оборудование.

В этой книге рассматриваются основные стороны фитнеса как для бизнесменов по параметрам емкости рынка, ценообразованию и стоимости создания клуба, так и для широкого круга любителей фитнеса, аэробики, аквааэробики, платеса, спортивных танцев, восточных единоборств, гимнастики, упражнений на тренажерах. Кроме того, приводятся методики фитнеса и примеры осуществления услуг разными фитнес–центрами.

ISBN 978-5-98908-430-2



© ИД «ЭНЕРГИЯ», 2016 г.

И. Ф.

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>ПЕРСПЕКТИВНОСТЬ РЫНКА «ФИТНЕС-УСЛУГ»</b> .....	3
СЕГМЕНТЫ ИЛИ СЛОИ НАСЕЛЕНИЯ, ПОЛЬЗУЮЩИЕСЯ ФИТНЕС-УСЛУГАМИ.....	9
ЕМКОСТЬ РЫНКА ФИТНЕС-УСЛУГ.....	13
МОСКОВСКИЙ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ РЫНКИ ФИТНЕС - УСЛУГ.....	15
ПОЛИТИКА ФИТНЕС-КЛУБОВ В ОТНОШЕНИИ КЛИЕНТОВ.....	23
РАЗВИТИЕ ФИТНЕС - УСЛУГ В РЕГИОНАХ.....	26
ЕМКОСТЬ РЫНКА ФИТНЕС-УСЛУГ ПО СУБЪЕКТАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	27
КРУПНЕЙШИЕ ФИТНЕС-СЕТИ.....	33
ТОНКОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ.....	33
ВИДЫ ФИТНЕС ЗАВЕДЕНИЙ.....	36
ПЕРЕЧЕНЬ ФИТНЕС-УСЛУГ.....	39
НОВОЕ В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ФИТНЕС-УСЛУГАХ.....	45
НОВИНКИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ МЕТОДИК ТРЕНИРОВОК.....	47
ВЫГОДНО ЛИ ОТКРЫВАТЬ НОВЫЙ ФИТНЕС-КЛУБ.....	50
<b>О ТЕНДЕНЦИЯХ И ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ ФИТНЕС-ИНДУСТРИИ В РОССИИ НА БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ</b> .....	55
ПРИМЕР 1. РЫНОК ФИТНЕС-УСЛУГ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА.....	58
ПРИМЕР 2. РЫНОК ФИТНЕСА ЕКАТЕРИНБУРГА.....	63
ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	71
<b>ПРИМЕНЕНИЕ ПРИЕМОВ В СОЗДАНИИ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ, И ДОВЕДЕНИЕ ИХ ДО УРОВНЯ БРЕНДА В ФИТНЕС-ИНДУСТРИИ</b> .....	72
ДОБАВЛЕНИЕ СЛОГАНА.....	73
СЛОГАНЫ ОБЩЕГО СОДЕРЖАНИЯ.....	74
ПРИЗНАКИ ВОСХВАЛЕНИЯ И ПРЕУВЕЛИЧЕНИЯ.....	76
ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОЕ ПРИВЛЕЧЕНИЕ ОПРЕДЕЛЕННОГО СЕГМЕНТА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	78
ЭФФЕКТ СРАВНЕНИЯ ЗАЯВЛЯЕМЫХ УСЛУГ С ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ОБРАЗОМ.....	78
ЭФФЕКТ ДВОЙНОГО СМЫСЛА И ВЛИЯНИЯ ШУТКИ.....	79
АКЦЕНТИРОВАНИЕ ВНИМАНИЯ НА КАЧЕСТВЕ.....	80
ПРИЗНАК УСПЕШНОСТИ.....	80
ШУТОЧНОЕ ИЗОБРАЖЕНИЕ И ШУТОЧНЫЙ СМЫСЛ СЛОГАНА.....	81
ЭФФЕКТЫ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ВЫЗОВ ОПРЕДЕЛЕННЫХ ЧУВСТВ ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	82
ОБРАЩЕНИЕ К АМБИЦИЯМ.....	84

УВАЖИТЕЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ К КЛИЕНТУ .....	84
ОБРАЩЕНИЕ К ТЕМЕ КРАСОТЫ И ЛЮБВИ.....	85
ВЫЗОВ ЧУВСТВА РАДОСТИ .....	86
СОЗДАНИЕ ХОРОШЕГО НАСТРОЕНИЯ, ОБРАЩЕНИЕ К ПРАЗДНИКАМ .....	87
ВЫЗОВ СМЕХА, УМИЛЕНИЯ .....	88
СОЗДАНИЕ СТРЕССОВОГО СОСТОЯНИЯ.....	88
ОБРАЩЕНИЕ К ЕДИНЕНИЮ, ВАЖНОМУ И ДОРОГОМУ.....	89
ВЫЗОВ ОЩУЩЕНИЯ УСПЕШНОСТИ .....	89
ОБРАЩЕНИЕ К ЧУВСТВУ СОБСТВЕННОГО ДОСТОИНСТВА .....	90
СТИМУЛИРОВАНИЕ СОСТОЯНИЯ ЗАДУМЧИВОСТИ, РАЗМЫШЛЕНИЙ, ВОСПОМИНАНИЙ .....	90
ВЫЗОВ СОСТОЯНИЯ АКТИВНОСТИ .....	92
КОМПЛЕКС ПРИЗНАКОВ ВОСХВАЛЕНИЕ .....	92
КОМПЛЕКС ПОЛЕЗНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ.....	93
«ПОД ФЛАГОМ» СЕРВИСА.....	94
ПОД ФЛАГОМ НОВИЗНЫ .....	97
ПОД ФЛАГОМ ИНТЕРЕСНЫХ ЦЕН .....	97
ПОД ФЛАГОМ СКИДОК, ДИСКОНТНЫХ КАРТ И ПРИГЛАШЕНИЙ.....	99
В ПОЛЕ ВЛИЯНИЯ ЗНАМЕНИТОСТЕЙ И ИХ ТВОРЕНИЙ .....	101
<b>ПОД ФЛАГОМ ОПЕРЕЖЕНИЯ КОНКУРЕНТОВ.....</b>	<b>102</b>
ПОД ФЛАГОМ ОПТИМАЛЬНОСТИ .....	103
ПОД ФЛАГОМ ПОЛЕЗНОСТИ И ШИРОТЫ УСЛУГ .....	103
СПЕЦИАЛЬНЫЕ И ОРИГИНАЛЬНЫЕ ПРИЕМЫ В СОЗДАНИИ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ .....	104
КОММУНИКАЦИОННЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ.....	104
СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА В КОММУНИКАЦИОННЫХ СПОСОБАХ .....	110
ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ ПОД ОДНОИМЕННЫМ С БРЕНДОМ НАЗВАНИЕМ.....	110
ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ПОД ОДНОИМЕННЫМ С БРЕНДОМ НАЗВАНИЕМ.....	112
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ АКЦИИ .....	112
БОНУСНЫЕ, ДИСКОНТНЫЕ, КЛУБНЫЕ КАРТЫ И ПРИГЛАШЕНИЯ КАК НОСИТЕЛИ ИНФОРМАЦИИ О БРЕНДАХ.....	113
СПОНСОРСТВО .....	115
СПОНСОРСТВО КУЛЬТУРНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ .....	116
ВЫСТАВКА КАК ТРИБУНА ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ И ПРОПАГАНДИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	117
СОДЕРЖАНИЕ ТОВАРНОГО ЗНАКА ДЛЯ ФИТНЕС-ОБЪЕКТА .....	120
ХАРАКТЕРНЫЕ СОЧЕТАНИЯ ПРИЗНАКОВ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ.....	123

РЕЙТИНГ ПРИЗНАКОВ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ЗНАКОВ ЧЕРЕЗ РЕКЛАМУ .....	123
БАЗОВЫЕ СОЧЕТАНИЯ ПРИЗНАКОВ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ЗНАКОВ	124
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФРАНЧАЙЗИНГА.....	129
ФРАНЧАЙЗИНГОВАЯ СЕТЬ GOLD'S GYM .....	134
ПРОДВИЖЕНИЕ НА РЫНОК ФИТНЕС-УСЛУГ .....	136
РАСКРУТКА ТОВАРНОГО ЗНАКА В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ.....	136
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОДВИЖЕНИЯ .....	137
ПРОДВИЖЕНИЕ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ .....	140
ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ, ПРЕД- НАЗНАЧЕННОЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРНОГО ЗНАКА ИЛИ ТОРГОВОЙ МАРКИ.....	144
ОСОБЕННОСТИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕЛЕ-, РАДИО- И ВИДЕО РЕКЛАМЫ С ТОВАРНЫМИ ЗНАКАМИ .....	150
<b>СКИДКИ И ЛЬГОТЫ ДЛЯ КЛИЕНТОВ ФИТНЕС-САЛОНОВ.....</b>	<b>155</b>
ЗАТРАТЫ НА РЕКЛАМУ .....	166
ВЫЯВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ НОСИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ .....	168
ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ДРУГИЕ ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ .....	171
<b>ОСНОВНЫЕ ФИТНЕС-УСЛУГИ .....</b>	<b>172</b>
ИСТОРИЯ ФИТНЕСА .....	174
ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ МЕТОДИКИ ВОСТОКА .....	175
ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ МЕТОДИКИ ЕВРОПЫ В XIX-XX ВВ. ....	178
ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА В АМЕРИКЕ .....	181
ПЕРВЫЕ СИСТЕМЫ АЭРОБИКИ И ИХ ЭВОЛЮЦИЯ .....	182
<b>КЛАССИФИКАЦИЯ ФИТНЕС-КЛУБОВ.....</b>	<b>184</b>
КОРПОРАТИВНЫЙ ФИТНЕС.....	185
<b>СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ФИТНЕСА.....</b>	<b>185</b>
ГРУППОВЫЕ ПРОГРАММЫ ФИТНЕСА .....	186
ФИТНЕС С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТРЕНАЖЕРОВ.....	192
<b>СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ ФИТНЕС-УСЛУГ .....</b>	<b>192</b>
МЕТОДИКИ СТЕП-АЭРОБИКИ.....	192
ДОБАВЛЕННЫЕ НОВЫЕ МЕТОДИКИ .....	201
МЕТОДИКИ ТРЕНИРОВОК ПО АЭРОБИКЕ.....	202
СИЛОВАЯ АЭРОБИКА.....	203
ДИЕТА И ПОХУДЕНИЕ .....	205
ПРОВЕДЕНИЕ ФИТНЕС ТЕСТИРОВАНИЯ.....	207
ПИЛАТЕС.....	208
ВОДНЫЕ ПРОГРАММЫ .....	208
ТАНЦЕВАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ.....	211
БОЕВЫЕ ИСКУССТВА.....	213

<b>ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ МЕТОДИКИ И ПРОГРАММЫ.....</b>	<b>213</b>
ФИТНЕС ДЛЯ БЕРЕМЕННЫХ.....	214
ПРЕИМУЩЕСТВА ЗАНЯТИЙ С ПЕРСОНАЛЬНЫМ ТРЕНЕРОМ WORLD CLASS.....	215
<b>СПОРТИВНЫЕ ТРЕНАЖЕРЫ .....</b>	<b>216</b>
<b>ПРИМЕРЫ УСЛУГ КРУПНЫХ ФИТНЕС ЦЕНТРОВ .....</b>	<b>224</b>
«ФИТНЕС СССР» В ЖУЛЕБИНО:.....	224
GYM FITNESS STUDIO.....	226
СЕТЬ ФИТНЕС-КЛУБОВ «МАРК АВРЕЛИЙ».....	227
СЕТЬ ФИТНЕС-КЛУБОВ WORLD CLASS.	
ОСОБЕННОСТЬ - НАЛИЧИЕ ФИТНЕС-ТУРОВ .....	228
ФИТНЕС ЦЕНТР DR. LODER.....	229
УСЛУГИ ФИТНЕС-ЦЕНТРА 100%.....	231
СЕТЬ ФИТНЕС-КЛУБОВ «PARIS LIFE» .....	241
ТАНЦЕВАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ.....	250
NIKOLSKAYA HEALTH CLUB.....	252
WORLD GYM.....	292
<b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>310</b>