

**Проект
состава участников коалиции**

для фитнес-центра



Гипотеза о составе целевой аудитории

- Пол не важен
- Возраст от 20 до 40 лет
- Городские жители
- Уровень достатка - выше среднего
- Модель поведения - функциональная
- Роль, установка на покупку - уверенность в себе
- Мотив - комплексность*
- География - в пределах 1 города
- Частота покупок - редко, регулярно

** - состав участников предложен исходя из предполагаемого мотива. Если мотив покупок в реальности другой - к примеру, квалификация персонала или близость к дому - то состав участников следует пересмотреть.*

Рекомендуемый состав партнеров по коалиции:

Спорт и отдых:

- Кафе и рестораны с фитнес-меню со средним чеком до 1000 руб.,
- Служба доставки фитнес-питания,
- Магазины спортивного питания,
- Боулинг-центры, парашютные и стрелковые клубы,
- Магазины спортивной одежды, обуви и спорт. инвентаря среднего ценового диапазона,
- Магазины спортивных гаджетов (фитнес-браслеты, шагомеры, трекеры и т.д.).

Красота и здоровье:

- Магазины бытовой химии, декоративной косметики и средств по уходу за волосами,
- Салоны красоты и СПА-салоны среднего ценового сегмента,
- Косметологии, центры флебологии, центры снижения веса, клиники эстетической медицины.

Ключевые правила успеха коалиции:

1. **БУДЬТЕ ПРОЩЕ**, и люди к вам потянутся. Правила программы лояльности должны быть настолько просты, чтобы их мог понять любой покупатель. Чем сложнее правила, тем сложнее потребителю понять свою выгоду. А еще у людей часто складывается впечатление, что за сложными формулировками вы пытаетесь скрыть какие-то уловки, ухудшающие условия программы.

2. **ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЕДИНУЮ КАРТУ**. Предоставление обещанной скидки по единой карте должно быть обязательным условием для всех участников. А ещё это поможет составить карту покупок каждого участника программы лояльности и поддерживать его интерес к Вам.

3. **СОБЛЮДАЙТЕ БАЛАНС**. Коалиционный альянс будет успешен, если он строится на трех принципах:

- товары и сервисы участников должны дополнять друг друга,
- компании, входящие в коалицию, должны быть сопоставимы по размеру и совпадать по профилю целевой аудитории,
- избегайте конкуренции внутри категории - берите в партнеры только одного представителя в нужной вам категории товаров или услуг.

Желаем Вам успеха и надежных партнеров.

Еще больше полезной информации для повышения прибыли от коалиции -

Вот еще несколько идей, которые помогут создать успешную коалицию:

[“Зачем вашему бизнесу коалиция?”](#)

[“5 советов, без которых не достичь успеха коалиции.”](#)

[“Ваша коалиция работает как часы”](#)

Еще больше полезной информации для повышения прибыли от коалиции - на сайте Joys Loyalty
Достигайте своих целей в бизнесе.

О простых решениях для сложных маркетинговых задач позаботится Joys Loyalty.

+7 (499) 372-09-58

commerce@joys.digital