

СВЕТЛАНА ГАСПАРЯН

Эксперт с 12-летним стажем продвижения фитнес-клубов

МАРКЕТИНГ В ФИТНЕСЕ

Как выстроить маркетинг в фитнес-клубе.
Инструкция по привлечению клиентов



Практическое руководство для владельцев и маркетологов клубов

Светлана Гаспарян

Маркетинг в фитнесе

«Автор»

2026

Гаспарян С.

Маркетинг в фитнесе / С. Гаспарян — «Автор», 2026

«Маркетинг в фитнесе»- это практическое руководство о том, как привлекать и удерживать клиентов и выстраивать работающий маркетинг в фитнес-бизнесе и смежных проектах. Книга предназначена для собственников и управляющих фитнес-клубов, студий, wellness- и спортивных центров, а также для маркетологов, которые уже работают или только начинают работать в фитнес-индустрии. В основе книги- 12 лет моего практического опыта продвижения фитнес-бизнеса разных форматов. В книге я подробно разбираю процессы привлечения и удержания клиентов с учётом специфики фитнес-индустрии: практические подходы, цифры, распространенные ошибки, инструменты и решения, которые помогают разобраться, что делать, зачем это делать и как оценивать результат. Всё это простым языком, легко и с щепоткой профессионального юмора.

© Гаспарян С., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Введение	5
Юридические основы продвижения	6
Конец ознакомительного фрагмента.	7

Светлана Гаспарян

Маркетинг в фитнесе

Введение

Меня зовут Светлана и вот уже более 12 лет я занимаюсь маркетингом в фитнесе.

Говоря откровенно, стаж немного дольше, т.к. я училась в университете спорта и дипломную работу защищала на аналитике фитнес-клуба

Идея написать эту книгу назрела у меня еще до пандемии, но я рада, что этим планам не суждено было бы осуществиться, т.к. с того времени все круто поменялось и я бы переиздавать эту книгу каждый месяц, чтобы хоть немного сохранять актуальность работающих инструментов и моих советов.

В этой книге я постаралась учесть самое важное, что чаще всего отпугивает читателя, только желающего погрузиться в эту неблагодарную профессию маркетолога- я очень постаралась сделать эту книгу понятной всем- от студента до руководителя фитнес-клуба с 30-тилетним опытом, плюс, щепотка моего искрометного юмора тоже не помешает, все же я хочу, чтобы это стало для вас приятным приключением, нежели скучной методичкой

Я выложила на эти страницы опыт своей работы, исследования и основные рабочие инструменты, которые пригодятся вам в формировании комплексного продвижения вашего клуба\студии\спортивно-оздоровительного объекта.

В конце книги будут ссылки на полезные таблички и материалы, которые я старательно собирала и надеюсь, они помогут вам более наглядно усвоить новый материал.

Приятного и интересного чтения, коллеги!

Юридические основы продвижения

Уважаемый молодой и не очень читатель, в этой главе мы затронем тонкую и деликатную тему для маркетинга- юридический аспект, но прежде, чем начать, прошу тебя прочитать закон “О Рекламе”, это небольшая брошюра о том, что можно делать в рекламе, а что нельзя. Это действительно может уберечь тебя от критичных ошибок, а твоего работодателя от немаленьких штрафов.

Прежде, чем мы начнем, я расскажу вам историю, которая должна вам обозначить необходимость изучить эту главу, а не пролистнуть как что-то нудное:

Как-то в клубе, где я работала, мне передали обращение из некой конторы, которая сразу начала с козырей- досудебной претензии.

Пообщавшись с ними, я выяснила, что мы якобы используем некую картинку, на которую у нас нет разрешения на использование, т.к мы ее не покупали у правообладателя, а просто нашли в интернете и поставили обложкой к услуге на Яндекс картах. Висела она там еще с момента открытия клуба, а моя оплошность заключалась в том, что я не обратила на это изображение внимание и не заменила на наше внутренние фото. Ну что ж. Мы выплатили им 14 282 19 копеек за это циничное преступление, но суть у в другом.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.