

Fitness centra spoléhají na online a šuškanu

Navzdory všudypřítomné propagaci zdravého životního stylu sportovní aktivita lidí v posledních čtyřech letech o sedm procent klesla. Jediný typ klubového členství, kde můžeme hovořit o nepatrném nárůstu, jsou kluby zdraví a fitness centra.



4.9.2014 7:43

Jak vyplývá ze zprávy Eurobarometru zveřejněné Evropskou asociací zdraví a fitness, celých 15 procent těch, kdo holduje fyzické aktivitě, zavítá pravidelně do fitness klubů, což představuje oproti roku 2009 rovněž čtyřprocentní nárůst.

Lidi ke sportovní aktivitě nejčastěji motivuje touha být zdravější, zlepšit si fyzickou kondici, relaxovat nebo cvičit pro radost. Zajímavostí je, že téměř tři čtvrtiny populace zastávají názor, že se jim v jejich bezprostředním okolí nenabízí dostatek příležitostí ke

sportovním aktivitám, jak ukázal Eurobarometr.

Zákazníci čím dál víc požadují moderně zařízená studia, mají vyšší nároky na doprovodné služby a zákaznický servis jako takový. Do jisté míry je to dáno konkurencí na trhu fitness, ale i tím, že roste poptávka po vyšší úrovni služeb. Dalším aktuálním trendem jsou novinky a časově úsporná cvičení – lidé rádi zkoušejí něco nového a nemusejí-li ve „fitku“ trávit dlouhé hodiny, uvítají to.

Kvartální předsevzetí

Jak vyplynulo z průzkumu Strategie, marketing se v oboru fitness všeobecně zaměřuje především na zdůraznění zdravého životního stylu s dostatkem pohybu a na dobře vypadající a vyrýsovanou postavu. Nejrůznější marketingové prostředky mají vzbudit v potenciálních zákaznících emoce a touhu vypadat dobře.

Marketingové nástroje fitness center se v průběhu roku mění a zohledňují především znaky typické pro různá roční období. Před létem bývá vděčným tématem hubnutí do plavek, po něm se komunikace zaměřuje na potřebu pravidelného tréninku a dostatku pohybu, kterého na podzim a v zimě ubývá. Po Vánocích chtějí zase všichni shazovat nadbytečná kila nabraná přes svátky a dávají si novoroční předsevzetí, na jaře je spousta lidí připravená na sobě začít pracovat a pouští se do nejrůznějších výzev typu uběhnout maraton a podobně, čemuž je uzpůsobena i komunikace.



KRÁSNA TĚLA: Do tělocvičen lákají hezouni z plakátů

„Naši komunikaci se snažíme kromě těchto sezonních témat propojovat s tipy v oblasti zdravé výživy tak, abychom upozorňovali na časté chyby zdravého životního stylu. Naše zákaznky chceme mimo jiné vzdělávat v tom, že pokud chce být člověk dlouhodobě fit a zdravý, musí dbát především na pravidelnost cvičení, správnou výživu a vyvážený životní styl,“ říká například Seen Aquin, majitel studia BodyBody. Aquin se často obrací na čtenáře blogů.

„Domníváme se, že kvalitní článek respektovaného média či blogera, který většinou popisuje zkušenost s tréninkem, působí věrohodněji a spíše zaujme než placená inzerce. Často navíc dostáváme i nabídky na bartery, kterých občas využíváme,“ dodává Aquin.

„My zase nejvíce investujeme do reklamy na internetu, a to v průběhu celého roku. Jinak také sázíme na doporučení od klientů,“ vysvětluje Miroslava Vošická, majitelka studia Fitnessie. Marketingová strategie fitness klubů je většinou zaměřena na PR a mediální kampaně, zejména v tištěných a online médiích. Nejedná se o masivní kampaně, ale spíše o soutěže a jasně cílené aktivity.

Čtete také: [Voskové celebrity se přetahují o návštěvníky](#)

Autor článku: Kristina Vacková, spolupracovnice redakce Strategie

Mladá fronta

[O společnosti](#)

[Produkty](#)

[Pro média](#)

[Kariéra](#)

[Kontakty](#)

E15.cz

[Internetová inzerce](#)

[Tištěná inzerce](#)

[Předplatné](#)

[Redakce](#)

[AbecedaZahrady.cz](#) [AutoRevue.cz](#) [AVmania.cz](#) [CoChčeš.cz](#) [Connect.cz](#) [Dáma.cz](#) [DIGlarena.cz](#)
[FinExpert.cz](#) [Fitweb.cz](#) [Hledej ceny.cz](#) [KdeSportovat.cz](#) [Kniha.cz](#) [JNP.cz](#) [LetenkyLevně.cz](#) [Lid](#)
[Orbion.cz](#) [Profit.cz](#) [Recepty.cz](#) [SportRevue.cz](#) [SrandaTube.cz](#) [Strategie.cz](#) [VTM.cz](#) [zdravotnic](#)



Copyright 2014 Mladá fronta a. s.

Publikování nebo další šíření obsahu webu je bez písemného souhlasu redakce zakázáno.

Zásady používání souborů cookie.