

# КАК ОТКРЫТЬ СПОРТ/ФИТНЕС КЛУБ.

С вами команда БУУСТ.

Ловите стратегический и практичный гайд по запуску фитнес – или спорт-клуба в 2025–2026 году в России, с фокусом на маркетинг, позиционирование и реальные бизнес-шаги.

[ТГ-КАНАЛ ВДОВИН БУУСТ](#)

[ТГ-КАНАЛ БУУСТ](#)

[НАШ САЙТ](#)



## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Анализ и идея
2. Бюджет и вложения
3. Позиционирование и стратегия
4. Упаковка и запуск
5. Маркетинг и продажи

# С ЧЕГО НАЧАТЬ: АНАЛИЗ И ВЫБОР ФОРМАТА

Перед стартом — не помещение, а позиция на рынке.

## — Анализируй:

- Район/город: плотность, уровень дохода, конкуренция
- Форматы конкурентов: классика, бутик-студии, кроссфит, EMS, йога
- ЦА: кто живёт рядом? Молодёжь, семьи, офисники?

## — Выбор формата:

- Малый зал 100–250 м<sup>2</sup> (микрорайон, бюджет 2–4 млн)
- Бутик-студия на 1 зал (йога, пилатес, HIIT) — 1,5–3 млн
- Средний клуб 300–600 м<sup>2</sup> с зонами — 5–8 млн
- Premium/бизнес-класс — от 10–15 млн


# ВЛОЖЕНИЯ И СТАТЬИ БЮДЖЕТА

## — Стартовые вложения:

- Помещение: аренда/ремонт/зонирование — 30–40%
- Оборудование: кардио, силовое, покрытие — 25–30%
- Персонал: первые 2 месяца (ЗП, налоги) — 15%
- Упаковка и маркетинг: 10–15%
- Лицензии, касса, ПО, мелочи: 5–10%

Минимальный бюджет: от 2,5–3 млн ₽ при скромном формате.

# ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ: КАК ВЫДЕЛИТЬСЯ

 Ошибка большинства: «у нас чисто, тренеры с опытом, недорого». Это не УТП, это базовый уровень.

## Формула сильного позиционирования:

Для кого



Какую проблему решаем



Какой результат даём



Как именно



Почему нам можно доверять

## Примеры:

- «Бутик-фитнес для женщин 30+, которые хотят укрепить спину и убрать вес без давления и толпы»
- «Кроссфит-клуб для мужчин 25–40 лет с целью прокачки тела и силы без лишнего „гламура“»

Лучше сузить и попасть точно, чем быть «для всех и никого».

# УПАКОВКА: БРЕНД, ВИЗУАЛ, САЙТ, ВОРОНКА

- Название и стиль — должен быть узнаваем, отражать суть.
- Сайт/лендинг — с оффером: «7 дней бесплатно», «Абонемент по акции».
- Приложение или CRM — для записи, аналитики.
- Соцсети — Insta, VK, Telegram. Акцент на: кейсы, «живой клуб», команду.

## МАРКЕТИНГ И ЗАПУСК: ЧТО ДЕЛАТЬ

### — До открытия (за 30 дней):

- Посев в соцсетях, локальные чаты
- Реклама по геолокации в VK
- Инфлюенсеры + партнерства (салоны, кафе, школы)
- Лид-магниты: бесплатная тренировка, диагностика тела

### — После открытия:

- Продолжай пушить в лобби и лояльность:
  - сторителлинг (тренеры, истории клиентов)
  - челленджи, клубные движухи
  - рассылки + Telegram-группа

### — Что даёт мощный старт:

- Прозрачный оффер
- Яркий визуал
- Упакованная воронка: от лида до оплаты
- Постоянный диалог с аудиторией

## ВЫВОД

Открыть зал

**НЕСЛОЖНО**

Сложно

**ВЫДЕЛИТЬСЯ  
УДЕРЖАТЬ  
МАСШТАБИРОВАТЬ**

Это требует

**ЧЕТКОГО  
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ**

**МАРКЕТИНГА**

**ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ  
СВЯЗИ С КЛИЕНТАМИ**