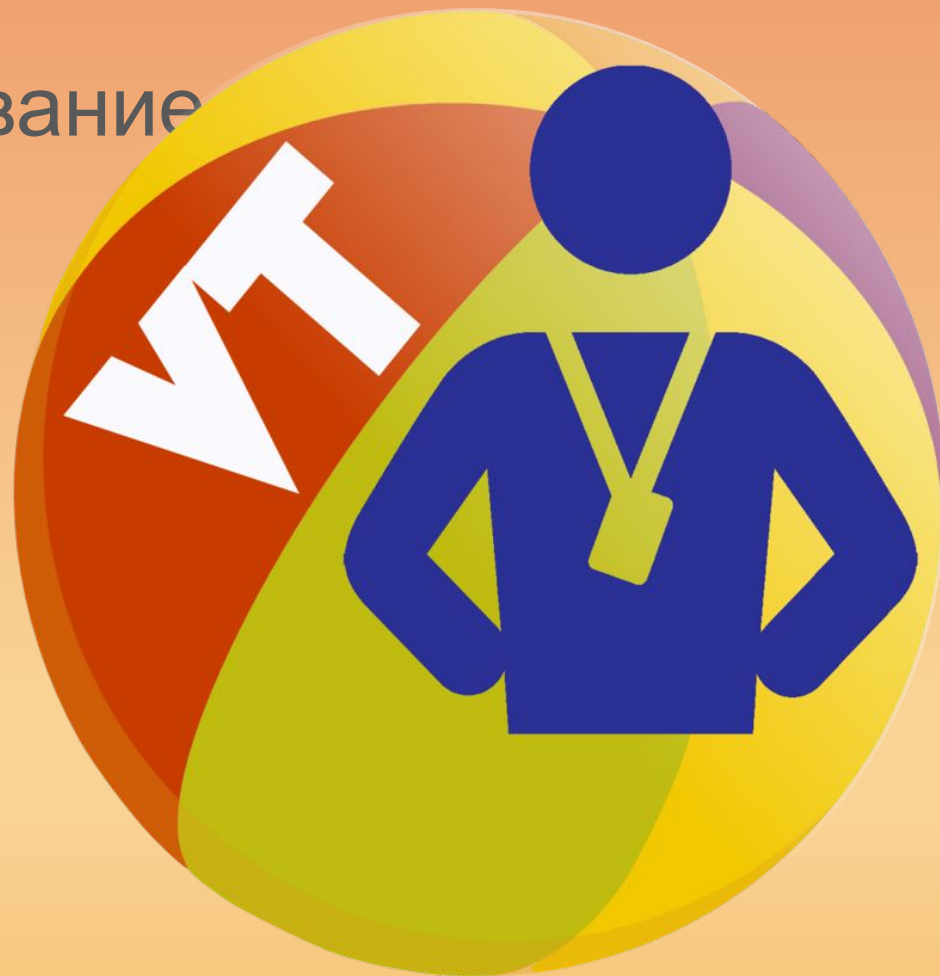


# VISUAL TRUST

Маркетинговое исследование





# Продукт/услуга

1. Поиск тренера
2. Поиск зала



# Клиенты



| Клиенты   | Потребности                   | Зачем покупают                                      | Факторы решения   |
|---|-------------------------------|---|---|
| <b>Частные лица:</b><br>1. Эконом               | <b>Занятия спортом</b>        | Хотят привести фигуру в порядок и начать вести ЗОЖ. | 1. Низкая стоимость услуг<br>2. Территориальная доступность |
| 2. Средний                                      |                               | Нацелены на конкретный результат.                   | Специальные предложения                                     |
| 3. Премиум                                      |                               | Стремятся на соревнования, чемпионаты и тд.         | Высокая квалификация  |
| <b>Корпоративные клиенты</b><br>(фитнес центры, | Привлечение клиентов          | Увеличение доходов                                  | Маркетинговое сопровождение на нашем сайте                  |
|   | Предоставление рабочего места | Повысить востребованность                           |   |



# Поставщики

*Наши поставщики*- это фитнес центры, в основном, едва открывшиеся. Мы размещаем на сайте анкеты тренеров, тем самым раскручивая их «имя», увеличивая востребованность их центра, привлекая клиентов.

*Цены* наиболее выгодные, по сравнению с другими, потому что бренд только запускается. Планируем работать с фитнес центром «Зебра» на Рязанском проспекте.



# Конкуренты

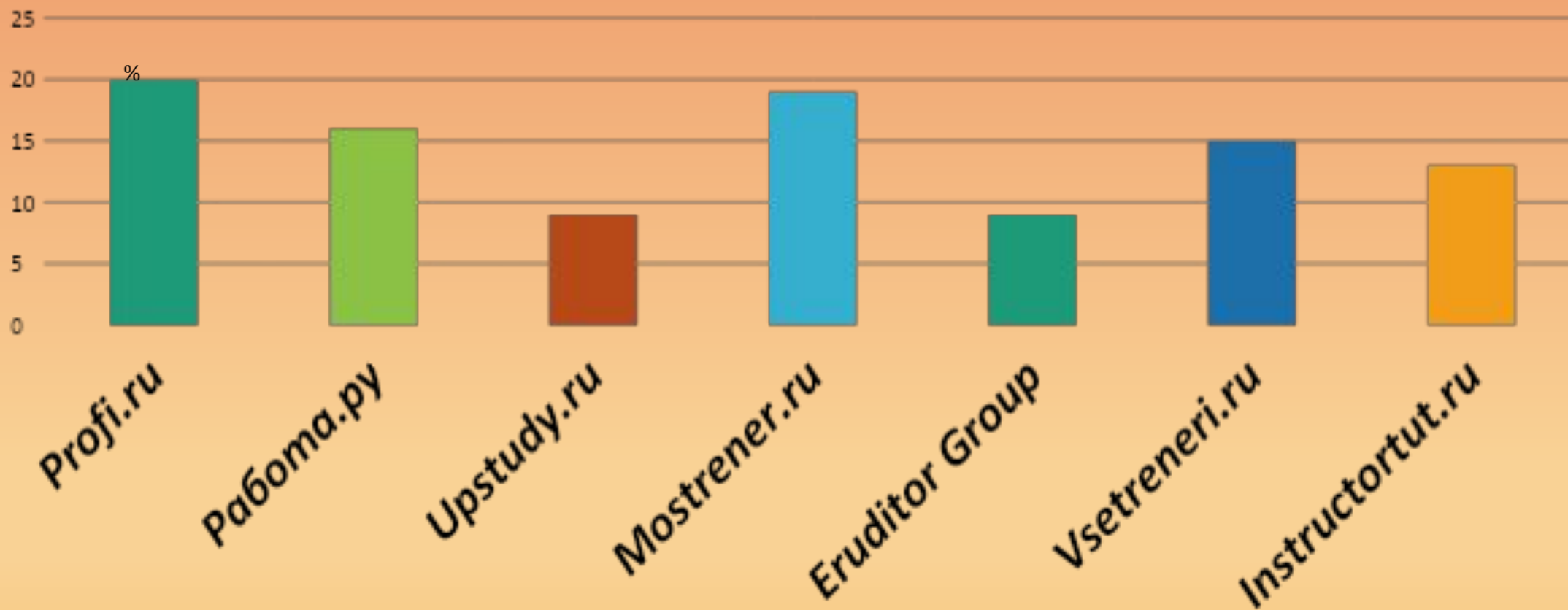
С т р а т е г и я  
к о н ц е н т р а ц и и





# Интернет

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ





# Вывод

- На данный момент идет высокий спрос на спортивную тематику.
- + Большинство онлайн платформ специализируются не конкретно на спорте, а также сосредоточены на других видах деятельности.
- + Сайты, предоставляющие тренеров, включают в себя абсолютно все виды спорта.