**ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ ТА УТРИМАННЯ КЛІЄНТІВ ФІТНЕС-КЛУБУ**

**USING DIGITAL PLATFORMS TO ATTRACT AND RETAIN FITNESS CLUB CUSTOMERS**

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій

Лінгур Любов Миколаївна

Здобувачка вищої освіти: Авраменко Руслана Сергіївна

Supervisor: Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economic Cybernetics and Information Technologies

Lingur Lyubov Mykolaivna

Applicant: Avramenko Ruslana Serhiivna

**Анотація:** В роботі проведене аналізу діяльності фітнес-клубу «Смайл» в Одесі та обґрунтована необхідність впровадження цифрових платформ для підвищення конкурентоспроможності. Розглянуто поточний стан ринку фітнес-послуг, конкурентне середовище та внутрішні особливості «Смайлу» через призму SWOT-аналізу. Виявлено ключові недоліки існуючого інформаційно-технологічного забезпечення та запропоновано стратегію зростання, що базується на розробці та інтеграції централізованої CRM-системи. Особлива увага приділяється посиленню роботи маркетингового відділу, оптимізації взаємодії з клієнтами через Telegram-канал та постійному моніторингу їхніх потреб. Метою є не тільки утримання існуючих, а й активне залучення нових клієнтів, адаптація до сучасних викликів та забезпечення сталого розвитку клубу.

**Ключові слова:** цифрові платформи, залучення клієнтів, CRM-система, конкурентний аналіз, SWOT-аналіз, telegram-канал

**Annotation:** The paper analyzes theactivities of the fitness club «Smile» in Odessa and substantiates the need for the introduction of digital platforms to increase competitiveness. The current state of the fitness services market, the competitive environment and internal features of «Smile» through the prism of SWOT analysis are considered. The key shortcomings of the existing information and technology support are identified and a growth strategy based on the development and integration of centralized CRM systems. Particular attention is paid to strengthening the work of the marketing department, optimizing interaction with customers through the Telegram channel and constantly monitoring their needs. The goal is not only to retain existing ones, but also to actively attract new customers, adapt to modern challenges and ensure the sustainable development of the club.

**Keywords:** digital platforms, customer engagement, CRM system, competitive analysis, SWOT analysis, telegram channel

Стрімкий розвиток цифрових технологій та зростання конкуренції на ринку фітнес-послуг вимагають від клубів постійного вдосконалення стратегій залучення та утримання клієнтів. Фітнес-клуб «Смайл», з його розгалуженою мережею в Одесі, зіткнувся з викликами пандемії та воєнного стану, що зумовило необхідність переосмислення підходів до взаємодії з клієнтами. Ця доповідь присвячена аналізу поточної ситуації та обґрунтуванню впровадження цифрових платформ як ключового інструменту для досягнення сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності клубу.

Фітнес-клуб «Смайл» є значним гравцем на ринку фітнес-послуг Одеси, нараховуючи 10 клубів різного формату. Заснований у 2012 році, клуб пройшов трансформацію з громадської організації в ТОВ ФІТНЕС КЛУБ СМАЙЛ у 2024 році, успішно адаптуючись до мінливих умов. Клуби розташовані у різних районах міста, пропонуючи переважно тренажерні зали та кардіозони, з акцентом на доступну цінову політику (від 450 грн/міс). Один з клубів, на Левітана, 79, є великим реабілітаційним центром з басейнами та кінезіотерапією. Бренд «Смайл» є впізнаваним, а його стійкий розвиток протягом 12 років свідчить про ефективність операційного управління.

На ринку Одеси «Смайл» конкурує з іншими великими мережами, такими як «Вертикаль», «Вища ліга», «Спорт-лайф» та «Апгрейд».

«Смайл» виділяється своєю найбільшою кількістю локацій та гнучкою ціновою політикою, що дозволяє залучати широке коло клієнтів, включаючи тимчасових мешканців та військовослужбовців.

Конкуренти часто пропонують ширший спектр послуг (басейни, СПА, лазні, розширена кінезіотерапія), але мають вищі ціни або переважно орієнтовані на річні абонементи.

SWOT-аналіз «Смайл» виявив такі ключові аспекти:

* + Сильні сторони: велика мережа, впізнаваність бренду, крокова доступність, спеціалізація на тренажерних залах (популярний формат), доступні ціни, лояльність клієнтів.
  + Слабкі сторони: обмежений спектр послуг порівняно з конкурентами (відсутність басейнів/СПА в більшості клубів), потенційний ризик асоціації з одним типом тренувань.
  + Можливості: розширення додаткових послуг (онлайн-тренування, майстер-класи, консультації дієтологів), проведення рекламних кампаній, акцій, знижок, постійний моніторинг задоволеності клієнтів.
  + Загрози: нестабільна економічна та військова ситуація (відтік населення, ризик руйнувань), агресивна конкуренція (нові послуги, акції конкурентів), сезонне зниження відвідуваності, зростання комунальних платежів. Незважаючи на складні умови, рівень конкурентної боротьби за клієнтів тільки зростає, що вимагає від «Смайлу» постійного вдосконалення та адаптації.

Для забезпечення сталого зростання «Смайлу» критично важливо посилити роботу маркетингового відділу та впровадити сучасне програмне забезпечення. Ключові цілі та завдання включають:

* Збільшення кількості активних клієнтів: залучення нових та повернення колишніх клієнтів.
* Утримання наявних клієнтів: підвищення лояльності та задоволеності.
* Розширення пропозицій: формування унікальних послуг, що відрізнятимуть клуб від конкурентів.

Для досягнення цих цілей розроблено дерево рішень:

* Якісні опитування цільової аудиторії: 10 опитувань щомісяця для виявлення потреб та "болів" клієнтів.
* Моніторинг конкурентів: щомісячний аналіз пропозицій для формування унікальних комерційних пропозицій (УКП).
* Багаторівнева система збору відгуків: зворотний зв'язок з клієнтами через особисті повідомлення та месенджери.
* Об'єднання клієнтських баз: створення єдиної централізованої бази даних для всіх філій.
* Розширення присутності в цифровому просторі: активний розвиток Telegram-каналу.
* PR-активності: проведення 10 PR-проєктів на рік для підвищення впізнаваності бренду та лояльності.
* Аналіз KPI: постійний моніторинг ключових показників ефективності.

Поточне ІТ-забезпечення «Смайлу» є розрізненим:

* Малі клуби: використовують Expane – веб-додаток з базовим функціоналом (розклад, клієнтська база, розсилки), але з обмеженою безпекою даних та неможливістю об'єднання баз.
* Середні клуби: використовують FitnessPro – хмарний продукт з широким функціоналом (база, розсилки, звіти), але також з проблемами безпеки, застарілим дизайном та відсутністю української версії.
* Великий клуб (Левітана, 79): використовує LuckyFit – потужна система для великих клубів (клієнтська база, розклад, аналітика, онлайн-запис), але також хмарна, з залежністю від додатку, обмеженими можливостями інтеграції з месенджерами та високою вартістю.

Головним недоліком є відсутність спільного програмного забезпечення та централізованої бази даних клієнтів, що унеможливлює комплексний аналіз, формування персоналізованих пропозицій та оперативну реакцію на зміни потреб ринку.

На основі проведеного аналізу, вирішальним кроком для «Смайлу» є розробка та впровадження власної, централізованої CRM-системи, яка інтегруватиме всі клієнтські дані з різних філій. Ця система дозволить:

* Об'єднати всі клієнтські бази в єдине сховище даних.
* Проводити глибокий аналіз інформації по клієнтах, їхнім перевагам, історії відвідувань та взаємодії.
* Формувати фокус-групи та виявляти загальні проблеми та потреби для всіх філій.
* Створити можливість безперешкодного переходу клієнтів між клубами мережі.
* Забезпечити адресне інформування про акції, пропозиції, новини та спеціальні заходи.
* Інтегрувати та покращити Telegram-канал, зробивши його ключовим каналом для коротких повідомлень, розкладів, інтерактивних заходів (опитування, конкурси, розіграші).
* Впровадити ефективну систему збору фідбеку від клієнтів та аналізу їхньої активності.
* Розробляти унікальні цінові пропозиції, спираючись на аналітичні дані та моніторинг конкурентів.
* Збільшити впізнаваність бренду через PR-активності та колаборації.

Фітнес-клуб «Смайл» має значний потенціал для подальшого зростання, але для його реалізації необхідна системна трансформація підходів до маркетингу, заснована на використанні цифрових платформ. Розробка та впровадження інтегрованої CRM-системи, що поєднає розрізнені дані клієнтів, разом із активним розвитком Telegram-каналу та постійним моніторингом конкурентів і потреб клієнтів, стануть ключовими факторами у підвищенні конкурентоспроможності, залученні нових клієнтів та утриманні лояльної аудиторії в умовах динамічного ринку. Такий підхід дозволить «Смайлу» не тільки адаптуватися до поточних викликів, а й вийти на новий рівень взаємодії зі своїми клієнтами, забезпечивши сталий розвиток бізнесу.

**Список літератури**

1. Про фізичну культуру і спорт: Закон України № 256217.07.2008. <https://ips.ligazakon.net/document/JF1Z600B?an=3>
2. Опендатабот. <https://opendatabot.ua/c/45249736>
3. Офіційний сайт мережі фітнес-клубів Смайл. <https://www.gym-smile.od.ua>.
4. Програмний продукт EXPANE. <https://expane.pro/uk>
5. Програмний продукт FitnessPro. <https://fprosoftware.com/uk/>
6. Програмний продукт LuckyFit. https://lucky-fit.com/