

Управляющий фитнес-клубом 3.0: стратегия, цифровизация, рост

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 3 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 12.08.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации
или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Стратегия и продукт: от идеи до «языка» аудитории

Фокус: Как создать проект, который продает себя сам

Цель: Заложить фундамент проекта и научиться завоевывать внимание клиента

- Бизнес-моделирование и концепция. Анализ рынка, поиск ниши и конкурентных преимуществ. Формирование УТП (уникального торгового предложения)
- Глубинный маркетинг и целевая аудитория. Портрет клиента 2.0. Как сегментировать аудиторию. Психология клиента: научиться говорить на языке её болей и ценностей
- Продукт и инфраструктура. Оптимальный набор услуг (основные услуги + допы). Технологический проект и зонирование: как планировка влияет на прибыльность метра. Подбор оборудования под концепцию. Оптимальный микс услуг и эргономика пространства.
- Юридическая безопасность. Лицензирование, сертификация, ГОСТы и работа с актуальной нормативной базой, работа

в правовом поле без рисков

День 2

Операционное управление и экономика

Фокус: Математика клуба и люди, которые приносят деньги

Цель: Настроить «бортовой компьютер» клуба и собрать сильную команду

- Data-driven менеджмент. Оперативное управление через ключевые показатели. Управление расходами и оптимизация ФОТ. Работа на основании автоматизированных отчетов
- Экономика юнита. Управление доходами, работа с оборотным капиталом и прибыльностью дополнительных услуг. Фитнес часто живет в ловушке «авансовых денег» (купили годовую карту — деньги есть, а обязательства выполнять год). Управление рассрочками и рекуррентными платежами (подписочная модель). Прибыльность дополнительных услуг. Стимулирование первой покупки
- HR-бренд и команда. Где искать таланты в условиях кадрового голода. Система мотивации: от «голых» процентов к KPI за удержание
- Сервис как стандарт. Рецепция и отдел заботы. Как превратить администратора в «менеджера по счастью клиентов» и зачем это нужно бизнесу

День 3

Маркетинг, продажи и инновации

Фокус: Переход от разовых продаж к долгосрочным отношениям

Цель: понять, как продавать много и эффективно

- Маркетинг 360. Эффективные каналы трафика (Performance, контент-маркетинг, работа с инфлюенсерами). Как не сливать

бюджет?

- Цифровая воронка продаж. Автоматизация, CRM-маркетинг и персонализированные предложения. Скрипты, которые не звучат как роботы
- Retention и LTV. Продление клубных карт и внутренние продажи. Сервисные технологии, которые создают комьюнити (внутренний PR)
- Отдел продаж. Как строить новые правила или оставаться верными традициям