

История успеха фитнес-клуба JUMP fitness



Задачи:

1. Увеличить число новых клиентов
2. Привлечь текущих клиентов в группы клуба в социальных сетях и обеспечить повторные продажи
3. Выполнить Постановление Правительства и предписаний РосКомНадзора по публичному Wi-Fi.



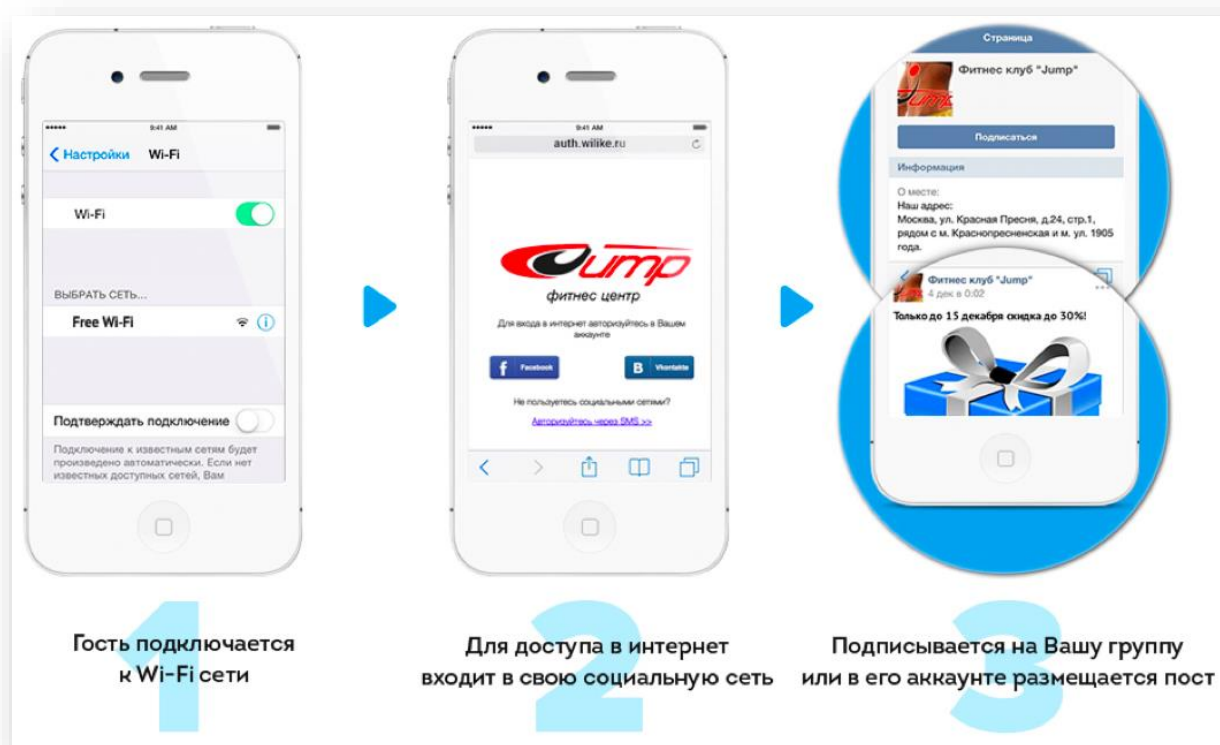
Ольга Ключева
Управляющий клубом

Многие рекламные каналы, например, контекстная реклама, уже не справляются с задачей привлечения новых клиентов, поэтому мы сделали ставку на социальные сети.

Мы создали сообщества нашего клуба, однако не понимали, как взаимодействовать с текущими клиентами, чтобы они рекомендовали наш фитнес-клуб своим знакомым. В этом нам помогло решение от Wilike.

Решения: Все просто как 1-2-3

Оборудование от WiLike, установленная в фитнес-клубе, позволяет использовать бесплатный Wi-Fi для решения вышеуказанных задач. Для доступа в интернет пользователи подписываются на группу или размещают рекламные посты на своей стене в социальной сети, которые видят все их друзья. Для тех, кто не пользуется социальными сетями, предусмотрен вход с помощью SMS-авторизации.

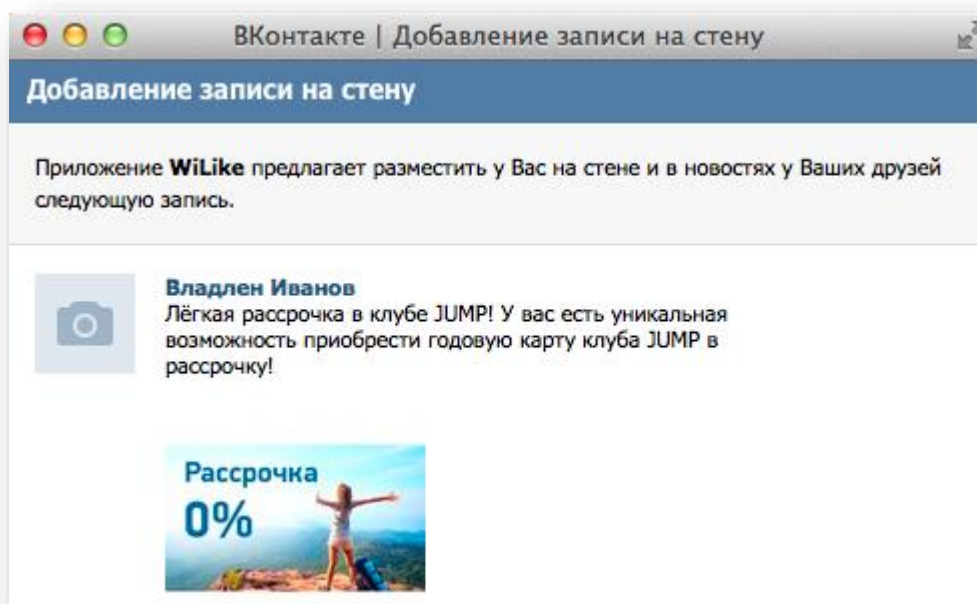


1. Привлечение новых клиентов

Решение от WiLike позволяет размещать посты в ленте посетителя фитнес-клуба, который присоединился к Wi-Fi. Эти сообщения от его имени видят все друзья этого гостя.

В среднем у каждого пользователя социальной сети около 150 друзей.¹

Таким образом, посетитель становится **рупором вашего сарафанного радио** на пути к новым клиентам – его друзьям в социальной сети. При этом рекламное сообщение воспринимается гостями существенно более лояльно, поскольку исходит от их друга.



В публикуемых сообщениях размещаются акции и спецпредложения клуба, а также полезная брендовая информация по программам здорового питания, комплексам упражнений и др. Тексты постов оперативно изменяются администратором клуба с помощью административной системы решения WiLike. Размещаемые в сообщениях ссылки дают возможность привлечь дополнительный трафик на сайт фитнес-клуба.

Цифры

За 3 месяца посетители фитнес-клуба разместили 57 сообщений в Facebook и 53 сообщения вКонтакте. В итоге рекламу клуба увидели 16 500 потенциальных клиентов.

110 сообщений * **150** друзей = **16 500** потенциальных клиентов.

¹ Источник <http://habrahabr.ru/post/189226/>

2. Наполнение сообществ в соц.сетях активной аудиторией

Для привлечения текущих клиентов в социальных сетях и обеспечения дополнительных продаж в продукте WiLike используется механизм подписки пользователей на группы фитнес-клуба в социальных сетях при подключении к Wi-Fi.

В сообществах сотрудники клуба регулярно размещают полезную информацию о фитнес-программах и здоровом питании, изменения в расписании, а также акции и спецпредложения для текущих клиентов.

Для входа в интернет лайкните нашу страницу на Facebook



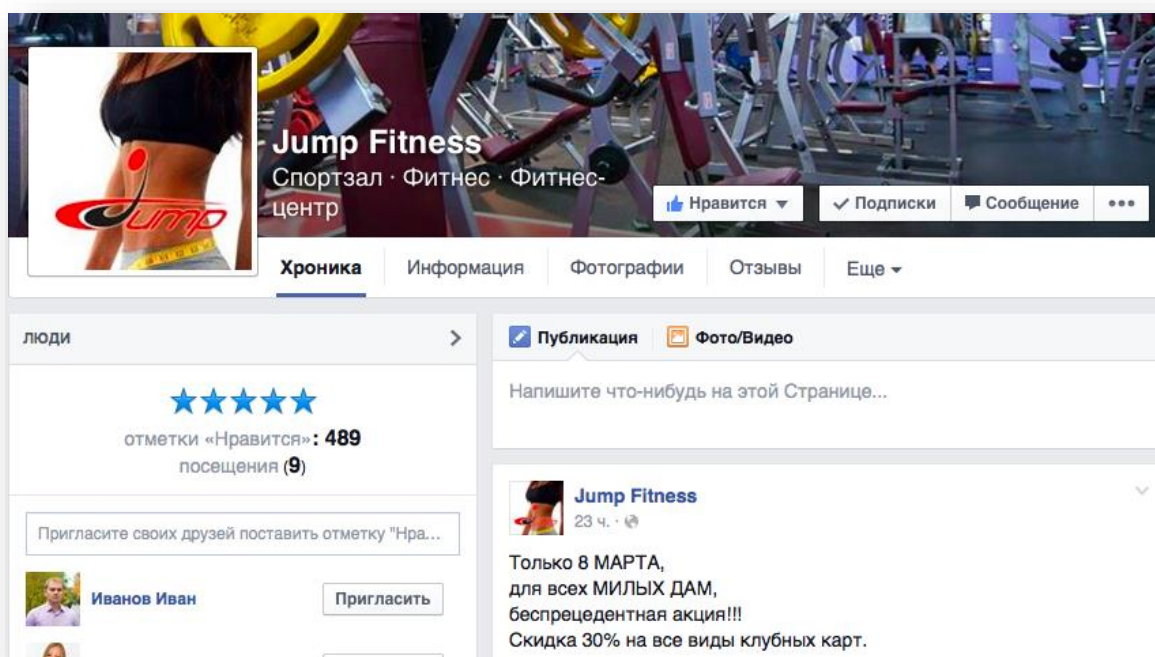
Расскажите о нас друзьям

Рассказать друзьям

Не пользуетесь социальными сетями?

[Авторизуйтесь через SMS >>](#)

Подписка гостей на группу позволяет им видеть эту полезную информацию и узнавать о специальных предложениях и акциях, а также делиться ей со своими друзьями. Такая работа обеспечивает дополнительные продажи.



Цифры

За 3 месяца **51** посетитель фитнес-клуба подписался на группу в Facebook и **75** посетителей – на группу вКонтакте.

В итоге **126** постоянных клиентов (7% от общего числа 1744) теперь регулярно получают рекламные сообщения клуба.

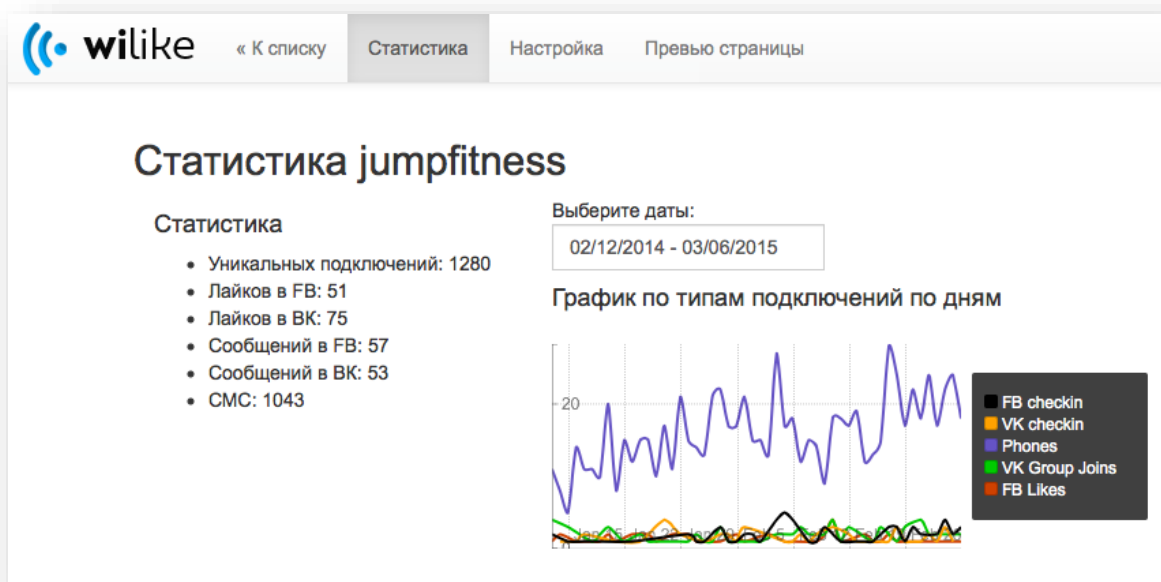
3. Все по закону

Для решения задачи обеспечения выполнения закона и предписаний РосКомНадзора по публичному Wi-Fi в решении WiLike используется механизм SMS-авторизации.

Пользователь при входе в Wi-Fi указывает свой номер телефона, моментально получает SMS с кодом доступа, вводит его и входит в интернет. Соглашаясь с условиями, пользователь дает возможность фитнес-клубу в дальнейшем использовать номера телефонов в качестве базы для SMS-маркетинга.

Цифры

За 3 месяца фитнес-клуб получил **1043** телефонных номера клиентов, а также смог соблюсти требования Постановления Правительства РФ №758 от 31 июля 2014 г. о предоставлении доступа к публичному Wi-Fi.



Ольга Ключева
Управляющий клубом

Всего за 3 месяца работы с Wilike мы расширили количество подписчиков на свои сообщества на 30% и это реальные живые люди, на 100% клиенты нашего заведения, наша ЦА. Сообщества фитнес-клуба Jutr составляют люди, которые ведут здоровый образ жизни и охотно делятся советами от наших тренеров со своими друзьями. Этот нехитрый механизм обеспечивает приток новых людей сначала в наши сообщества, а затем и к нам в клуб.

*Мы получили **управляемое сарафанное радио**, и оно работает. Цифры только подтверждают это – за время работы с Wilike мы расшили базу на 1043 телефонных номера и получили 126 клиентов для коммуникации с ними в социальных сетях.*