

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ МЕТОДОВ МАРКЕТИНГА В ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТАХ В СФЕРЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

Т.А. Рыжова

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург

E-mail: ryzhovatatiana7@yandex.ru

Научный руководитель – И.А. Кудинов

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург

В современном мире люди все чаще задумываются о своем здоровье.

Актуальность данного исследования определяется тем, что в эпоху индустрии 4.0 и развития инноваций определенные в сфере здорового образа жизни приобретают инновационный характер, а то как мы узнаем об этих компаниях зависит в том числе и от применяемых ими методов маркетинга, которые они используют. Например, российский стартап Fitmost – фитнес-агрегатор, представляющий собой безлимитный абонемент для посещения фитнес-залов в Москве, - уверенно функционирует на отечественном рынке в сфере здорового образа жизни. Безлимитная модель агрегаторов работает так: надо привлекать новых клиентов и мотивировать их покупать и продлевать абонементы. Однако, если раньше у абонемента была фиксированная цена и небольшое фиксированное количество посещений, то с лета 2019 года Fitmost поменял систему оплаты и перешёл на оплату баллами. Такое решение увеличило показатели прибыли и позволило добавить возможность посещения оздоровительных услуг, а также добавило больше партнеров премиум-клубов.

Не менее заметным стартапом в сфере здорового образа жизни, но уже в мировом разрезе стал проект “Mirror”. Стартап разрабатывает фитнес-зеркало Mirror — «умный» дисплей диагональю 40 дюймов и разрешением 1080p, предназначенный для домашних тренировок. В прибор встроены фронтальная камера, колонки и микрофон. В спящем режиме Mirror можно использовать как обычное зеркало, а в онлайн-режиме пользователь видит на экране себя, группу и запись тренера.

Mirror был запущен в сентябре 2018 года и привлек почти \$75 млн инвестиций с учётом последнего раунда. Компания не раскрывает финансовые показатели, но утверждает, что продала зеркал на «миллионы долларов», пишет The Wall Street Journal.

Также невероятные показатели роста были у стартапа Snack nation , занимающегося доставкой индивидуализированных боксов со здоровыми снеками по подписке. На начало 2019 года оборот компании составил почти 17 млн долларов, а рост за три предыдущих года 9200%.

Все эти показатели еще раз подтверждают, что вектор направления на здоровый образ жизни с каждым годом усиливается.

Целью данной работы является оценка влияния различных методов маркетинга на примере трех инновационных проектов (Fitmost, Mirror, Snack nation) в сфере здорового образа жизни.

В ходе работы изучены различные методы онлайн-маркетинга, позволившие компаниям сделать свой бренд более узнаваемым, охват потребителей услуг более широким, оборот и выручку – более высокими.

На основании изученных данных можно говорить о том, что ;

- Стартап Fitmost улучшил свои показатели за счет изменения бизнес-модели.

Fitmost ориентировался на бальную систему мирового фитнес-агрегатора Class Pass, когда показатели выручки стали падать. Также Fitmost, вероятнее всего сравнивал свою систему работы с функционированием аналогичного стартапа Onefit, который обанкротился в конце 2019 года из-за несовершенства абонементной системы с фиксированными посещениями;

- Стартап Mirrog продвинулся вперед на рынке инновационных проектов в сфере здорового образа жизни за счет ориентации на широкий круг потребителей; есть тренировки и в записи - для тех, кто не хочет наблюдать тренера в зеркале в режиме реального времени, и в режиме он-лайн – для тех, кому необходим контроль минута в минуту; есть возможность тренироваться с друзьями, которых есть такое же зеркало; а также есть возможность начать тренировку в любое удобное время суток – вне зависимости от того как рано или поздно захотел позаниматься спортом обладатель зеркала. Поскольку разнообразие представлено от пилатеса до бокса, то каждый пользователь сможет найти, что-то свое, а контроль за состоянием здоровья и правильностью выполнения упражнения через экран зеркала говорит не только о широком изучении потребителя, но и о заботе о его здоровье;
- Проект Snack Nation имеет очень удобный сайт, одним из любопытных приемов которого является 60-секундная анкета с вопросами о здоровье и предпочтениях в питании. На основании ответов пользователю будут предложены различные боксы со здоровыми перекусами.

После анализа выявленных маркетинговых средств рассматриваемых стартапов автором предложена методика оценки влияния данных методов и рекомендации по их использованию.

Результаты исследования имеют практическую ценность и лягут в основу дипломной работы автора, в будущем имеющей прикладное значение для выбора методов онлайн-маркетинга для развивающихся проектов в сфере здорового образа жизни

Список литературы:

1. С.М. Иванов, Хайтек.fm, статья от 28.09.2018 «Стартап Mirror показал первое умное зеркало в мире» [Электронный ресурс]. URL: <https://hightech.fm/2018/09/06/mirror-3> (Дата обращения: 12.02.2020)
2. «Inc. 5000. Интересные быстрорастущие стартапы США» [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/flood/46671-inc-5000-interesnye-bystrorastushchie-startapy-ssha> (Дата обращения: 12.02.2020)
3. «Live organic awards» - главная премия в сфере здорового образа жизни и экологии. Номинация «Лучший стартап в сфере ЗОЖ» [Электронный ресурс]. URL: <https://awards2018.liveorganic.ru/nominations/83/> (Дата обращения: 12.02.2020)