

Чек-лист: подготовка к повышению цен

Как поднять тарифы фитнес-клуба и сохранить лояльность аудитории

01 Анализ и подготовка

- ☐ Проведён мониторинг цен конкурентов по сопоставимым пакетам услуг
- ☐ Новый прайс соответствует позиционированию и ценностям клуба
- ☐ Выбраны размер и частота повышения (плавно 5–7% в год или разово 15–20%)
- ☐ Определены позиции для повышения: годовые карты, ПТ, узкие услуги

02 План коммуникации

- ☐ Составлен график оповещения: за 45 / 30 / 14 / 7 дней до даты «Х»
- ☐ Готовы каналы: email и push, соцсети, печатные объявления
- ☐ Для администраторов прописаны скрипты ответов на возражения
- ☐ Срок уведомления не менее 14–21 дня (ст. 10 Закона № 2300-1)

03 Смягчение негатива

- ☐ Открыто продление абонеента по старой цене на 3–4 недели
- ☐ Подарочные сертификаты продаются по старым тарифам до нового прайса
- ☐ Предусмотрены постепенное повышение и «заморозка» цен для базы
- ☐ Подготовлены бонусы за лояльность (пакет персональных тренировок)

04 Чего избегать

- ☐ Нет резкого повышения на 30–50% без соразмерного роста ценности
- ☐ Каждое изменение цены подкреплено аргументами и объяснением причин
- ☐ Клиенты предупреждены заранее, а не поставлены перед фактом
- ☐ Клиентам показана возросшая ценность: оборудование, услуги, сервис