

Никифорова Ольга Николаевна

канд. пед. наук, доцент

Прохорова Татьяна Иосифовна

доцент

ФГБОУ ВО «Российский государственный

аграрный университет –

МСХА им. К.А. Тимирязева»

г. Москва

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «МАЛЫШ И МАМА (ПЛАВАНИЕ)» НА ПРИМЕРЕ СОЗДАНИЯ КЕЙСА

***Аннотация:** статья посвящена развитию физкультурно-оздоровительных услуг на примере занятий плаванием для детей в возрасте с первых дней жизни до 5 лет. В работе также приведен пример развития малого инновационного предприятия «Малыш и мама» при переходе из оффлайн в онлайн-рекламу. Малое инновационное предприятие «Малыш и мама» не только является коммерческим предприятием, но и решает государственную задачу здоровьесбережения детей.*

***Ключевые слова:** плавание, дети первого года жизни, малое инновационное предприятие, рекламная кампания.*

Согласно Концепции развития здравоохранения Российской Федерации до 2020 г., государство подчеркивает необходимость создания условий для охраны здоровья детского населения как главного ресурса общественного развития [5].

На сегодняшний день наблюдается рост заболеваемости детей во всех возрастных группах, создавая при этом серьезные социально-экономические и психологические проблемы для общества. Согласно данным официальной статистики общая заболеваемость детей первого года жизни в 2016 г. составила 4761,1 случаев на 100 тыс., которая начиная с 2005 г. имела тенденцию роста. Среди многих заболеваний лидирующими остаются болезни органов дыхания (2299,2), болезни

возникшие в перинатальном развитии (506,0) и болезни нервной системы (434,4) [2, с. 59; 3, с. 13].

Среди средств, обладающих воздействием на общую резистентность организма, плавание от первых дней жизни занимает особое место.

Плавание для детей, особенно первого года жизни, оказывает мощное тренирующее воздействие на сердечно-сосудистую, дыхательную системы организма ребенка, укрепляет мышцы брюшного пресса, тазового дна, активизирует процессы обмена и выделения. Применяемые дыхательные и ритмические упражнения способствуют коррекции психомоторного развития, вызванного различными заболеваниями [4, с. 78; 6, с. 348].

В результате регулярных занятий плаванием увеличивается сила и подвижность нервных процессов в коре больших полушарий, повышается пластичность нервных процессов, ребенок становится уравновешенным и спокойным [1, с. 7].

В настоящее время в России появился спрос на здоровый образ жизни. Приучать детей к плаванию практически с самого рождения стало популярным трендом, родители хотят помочь ребенку в развитии, укрепить тело и иммунитет.

Так как спрос на данные услуги является постоянным и мало зависит от сезонности, то вопрос занятия малым инновационным предприятием «Малыш и мама (плавание)» части сегмента рынка спортивно-оздоровительных услуг в Москве является лишь вопросом создания преимуществ перед другими конкурентами уже находящимися на этом рынке.

Создание такого рода малого инновационного предприятия предполагает учреждение общества с ограниченной ответственностью.

Малое инновационное предприятие «Малыш и мама (плавание)» с 2010 года оказывает услуги по обучению плаванию детей с первых дней жизни до 5 лет. Стоимость одного занятия составляет в 800 руб. Компания завоевала оффлайн-рынок (услуга оказывается около 3000 тысяч человек в месяц) и следующим этапом ее развития является запуск онлайн-продажи.

Целью развития кампании является переход из оффлайн в онлайн рекламу своих услуг. Раньше «Малыш и мама (плавание)» продавала свои услуги только

в оффлайн-режиме, но чтобы найти новых покупателей, компания создала сайт для привлечения клиентов.

Задачи создания сайта:

- присутствовать в эффективных соцсетях *Instagram, YouTube, ВКонтакте* с целью рекламы;
- донести до аудитории, что занятия в воде для детей с первых дней жизни – это профилактика заболеваний, правильное физиологическое развитие;
- увеличить охват и узнаваемость малого инновационного предприятия «Малыш и мама (плавание)»;
- настроить корректный сбор данных и получить количественные показатели эффективности, для дальнейшей постановки целей;
- достигать до эмоций и желаний потенциального покупателя.

При разработке рекламы мы обращали внимание на ряд моментов: требования к текстам объявлений (важно вызывать у покупателей эмоции, а не составлять стандартные для контекста сообщения о скидках или видах программ); основная часть покупок – в оффлайне (клиент не позиционирует себя как интернет-потребитель); аудитория плохо знает оказываемые услуги (покупатели не знакомы с ассортиментом (видами плавательных программ), не понимают, как правильно выбрать программу плавания для своего ребенка, в итоге – сложно объяснить цену).

При разработке макета рекламной кампании нами было выбрано узкое направление, направленное на платежеспособных родителей в возрасте от 26 до 38 лет, которые имеют маленьких детей с первых дней жизни до 5 лет и желающих обучить своих детей плаванию. Для заинтересованности клиентов было принято решение о проведении открытого урока бесплатно для новых посетителей. Обсудили специальную программу мероприятия, на котором наш тренер и специалист, вместе со своей командой помощников показали основные упражнения для дыхания, провели лекции по правильному обучению плаванию для детей первого года жизни индивидуально каждому родителю. Посчитали, что в

ходе такого «индивидуально-группового» мероприятия возможно максимально расположить к покупке абонемента потенциального посетителя.

Макет рекламной кампании представлен на рисунке 1.

**Малое инновационное предприятие
«Малыш и мама»**

БАССЕЙН ВОЗЛЕ ВАШЕГО ДОМА

УЧИМ ГРУДНИЧКОВ ПЛАВАТЬ И НЫРЯТЬ

Возраст детей: 2 мес. – 3 года, 4-5 лет
Система очистки воды: многоуровневая (озонирование, песчано-кварцевые фильтры, ультрафиолет)
Стоимость: разовое занятие с тренером – 800 р.; абонемент на 4 занятия – 2000 р.
Скидки для многодетных семей.

**Посетите открытое занятие бесплатно!
Только для новых посетителей!**

[Получить услугу](#)

Рис. 1. Макет рекламы кампании «Малыш и мама (плавание)»

Для удобства сбора заявок и отсева, так называемого, «не нужного» контингента создали, оформили и интегрировали GOOGLE-ФОРМУ. Подкрепили заголовков баннера порцией «триггеров» (учим грудничков плавать и нырять, бассейн возле вашего дома).

Чтобы оперативно реагировать на заявки, настроили поток оповещений о заявках в специально созданную таблицу, продублировали оповещения по e-mail.

Для удобства и эффективности создания выборки и с учетом интересов покупателей выделили список категорий:

1. Друзья подписчиков группы «Малыш и мама» и подписчики тренера (который проводит открытый урок).
2. Группы по возрасту детей: от 16–20 дней от рождения до 3 месяцев: от 3 до 6 месяцев; от 6 месяцев до 1 года; от 1 года до 3 лет; от 3 до 5 лет.
3. Конкуренты.

4. Родители, желающие водить детей на занятия оздоровительным плаванием.

Эффективность предлагаемых мероприятий заключалась в следующем: по ходу рекламной кампании нами было выделены основные возрастные группы, для которых разрабатывались программы плавания и включались скидки; при скромных финансовых затратах (6916,71 руб.) поступило 56 заявок на открытое занятие, в итоге было разово продано абонементов на сумму 129 700 руб.

Таким образом, можно сделать вывод, что переход малого инновационного предприятия «Малыш и мама (плавание)» из оффлайна в онлайн выгодно и экономический эффект от предлагаемых мероприятий положительный, так как чистая прибыль разовой рекламной акции составила 110 783,29 руб.

Список литературы

1. Гидрореабилитация детей раннего возраста с перинатальными поражениями центральной нервной системы: Учебно-методическое пособие / Е.В. Казанская, А.А. Потапчук, И.В. Юрков. – СПб.: Изд-во СПбГМУ, 2012. – 48 с.

2. Здоровоохранение в России. 2017:Стат.сб./Росстат. – М.,2017. – 170 с.

3. Доклад о состоянии здоровья населения и организации здравоохранения по итогам деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации за 2017 год. – 64 с.

4. Козырева, О.В. Если ребенок часто болеет: пособие для педагогов и инструкторов физкультуры. – М.: Просвещение, 2008. – 96 с.

5. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru/document/.

6. Никифорова, О.Н. Исследование влияния секционных занятий плаванием на физическую подготовленность детей с нарушением слуха / О.Н. Никифорова, Д.Е. Никифоров // Современные здоровьесберегающие технологии. – 2017. – №4. – С. 348–353.