

Как бизнесу внедрить 7 велнес-трендов

От теории к практике: полезная шпаргалка для бизнеса, чтобы внедрять тренды уже сейчас

Тренд I

Усталость от гипероптимизации

О чем

Люди устали от здоровья как проекта с KPI и давления в стиле «будь лучшей версией». Хотят простых и приятных форматов заботы без вины

Что это значит для бизнеса

Побеждают продукты с низким порогом входа и без морализаторства. Человеку должно стать спокойнее и легче

Как внедрять

Добавьте к услуге офер без обязательств: разовый визит, пробник, тестовое занятие. В системе лояльности можно сконцентрировать внимание не на достижениях («пройди пять тренировок — и получишь бутылку для воды»), а на поддержке темпа и мягких рекомендациях. В ресторане можно добавить постное или полезное меню без риторики «правильное», а с заботой о здоровье

Тренд II

Рост нейровелнеса

О чем

Фокус на нервной системе: сон, стресс, внимание, сенсорная перегрузка. Люди платят за восстановление, а не за дисциплину

Что это значит для бизнеса

Растет спрос на продукты на стыке здоровья и сервиса, ценностью становится улучшение самочувствия и работоспособности, обретение спокойствия

Как внедрять

Запустите продукт, который поможет достичь состояния расслабления за короткое время: в бане — короткое парение, в ресторане — травяной сбор или какао с грибами рейши, в фитнес-клубе — короткий сеанс массажа после тренировки. Что касается сервиса, то забота здесь будет выражаться в бережной рекламе, без давления и шума

Тренд III

Женское долголетие как отдельное направление

О чем

Долголетие перестает работать по универсальной формуле. Женское здоровье 35+ выделяется в особый рынок продуктов и сервисов

Что это значит для бизнеса

Новые сегменты аудитории и новые поводы для создания продукта: фокус не только на красоте, но и на качестве жизни

Как внедрять

Как минимум: посмотрите, можно ли вычлнить из вашей ЦА отдельный сегмент женщин 35+ и сделать для них услугу или продукт, который поможет заботиться именно о физическом и эмоциональном здоровье. Это может быть консультация по карьерному росту и балансу, добавление в ДМС услуг клиники превентивной медицины или обновление формулы флагманского продукта для заботы о себе в возрасте 40+

Тренд IV

Спокойная готовность — новый велнес

О чем

О том, как сохранять нормальную жизнь, когда что-то идет не по плану (стресс, сбои, тревожные события)

Что это значит для бизнеса

Ценность смещается к сервисам, которые дают ясность и поддержку

Как внедрять

Для бизнеса это может стать антикризисной моделью: пропишите для себя и сотрудников, что вы делаете в негативных сценариях. Как отвечаете клиенту, который ругается и плачет, какая может быть компенсация за проблемы с доставкой или бракованный продукт, как вы поддерживаете команду, если нужно сократить финансирование, что делать, если основной поставщик не отвечает

Тренд V

Долголетие в недвижимости

О чем

Дом и ЖК продают не только метры, а среду жизни: сон, тишину, воздух, движение, восстановление, сервисы рядом

Что это значит для бизнеса

Недвижимость и гостеприимство конкурируют качеством жизни, которое они предлагают клиенту. Появляется спрос на встроенные сервисы и партнерства

Как внедрять

Малый бизнес может поискать точки входа в ЖК: партнерство с управляющей компанией или девелопером, спецусловия для резидентов, офер «рядом с домом». Например, спецменю со здоровым питанием для жителей дома или доставка завтрака прямо к квартире. Девелоперы, если изначально не заложили велнес-подход, могут сделать зоны активности, уделить внимание освещению и озеленению

Тренд VI

Фестивализация велнеса

О чем

Велнес становится событием и культурой: люди приходят за опытом, эмоцией, комьюнити, а не только за пользой

Что это значит для бизнеса

Растут событийные форматы и коллаборации. Продукт конкурирует не только эффективностью, но и «интересностью»

Как внедрять

Малый бизнес в коллаборациях может создавать мероприятия, которые помогут продвинуть продукт и дать клиентам отдохнуть. Например: открытая тренировка и лекция партнера, дегустация линейки здоровых продуктов и медитация под голос основателя компании. Организуйте маленький забег до вашей кофейни, в конце концов. Почему нет, здесь место креативу!

Тренд VII

Женщины и спорт: революция продолжается

О чем

Женский спорт становится массовее и заметнее: больше событий, сообществ, партнерств и продуктов вокруг тренировок и соревнований

Что это значит для бизнеса

Сильный драйвер — сообщества. Бренды получают площадки для интеграций, а бизнес — аудиторию, которая готова платить за поддерживающую среду

Как внедрять

Запустите женский формат клуба, группы, серии занятий или услуг только для женщин. И активно вовлекайте в коммуникацию женское сообщество. Здесь тоже подойдут совместные пробежки и, возможно, танцы в наушниках в городе в группе. Подумайте в сторону специальной программы лояльности или амбассадора, контент которого направлен на женскую аудиторию