

Исследование рынка – как найти точку входа, первые клубы и создать основу для старта



Дисклеймер

Когда мы начали рассматривать возможность выхода на рынок Дубая с Easy Padel, стало понятно, что без глубокого анализа конкурентов и структуры аудитории успеха не добиться. Поэтому мы погрузились в исследование

рынка, изучая, какие решения уже используют пательные клубы, какие у них боли и что мы можем предложить, чтобы занять свою нишу.



Я собрал данные о конкурентах, сегментах аудитории и их предпочтениях, используя открытые источники, интервью с представителями пательных клубов и анализ их цифровых решений. После обработки всех собранных данных мы вместе с командой и стейкхолдерами приняли решение о выходе Easy Padel на рынок, выбрав наиболее перспективную стратегию.

Разделение рынка: кто чем пользуется?

В Дубае на данный момент насчитывается около 60 пательных клубов, и почти каждый из них использует какую-то форму автоматизации. Однако степень использования этих инструментов варьируется. Кто-то использует специализированные CRM-решения, кто-то — подручные инструменты вроде Google Sheets и мессенджеров. Мы выделили три основных сегмента:

1 🏆 Playtomic (80%)

Узкоспециализированная CRM-система, которая закрывает задачи бронирования кортов и управления расписанием клуба.

2 🏆 TPC (15%)

Другая CRM-система, которую клубы часто дополняют сторонними инструментами, такими как Google Sheets, мессенджеры и электронная почта.

3 🏆 Other (5%)

Клубы, которые не используют специализированные CRM-решения, а управляют процессами вручную, комбинируя различные подручные средства.



Наша цель была найти свою аудиторию и не пытаться сразу бороться с крупными игроками. Мы решили стартовать именно с тех 5%, кто не использует никакие системы автоматизации. Для них Easy Padel мог стать идеальным решением: комплексная экосистема без необходимости собирать инструменты по кусочкам.

Рынок в деньгах

Чтобы оценить потенциал рынка, мы собрали данные о средней выручке клуба. В месяц она составляет порядка 300 тысяч AED. Если умножить это значение на 60 клубов и 12 месяцев, то общий объем рынка составляет **216 млн AED в год (или 59 млн USD)**.

Важно понимать, что рынок продолжает расти. В 2023 году появилось 5 новых клубов, и если тенденция сохранится, в 2024 году рынок вырастет на **примерно 8%**, что увеличит его объем до **63,7 млн USD**.

Эти данные в дальнейшем позволят нам проработать различные монетизационные механики, чтобы продукт начал выходить на самоокупаемость.

Почему 5% аудитории?

При оценке доступной нам части рынка мы учли, что 95% клубов так или иначе автоматизируют процессы, а оставшиеся 5% вообще не пользуются CRM. Именно они стали нашей первой целевой аудиторией.

На этапе MVP мы сконцентрировались на том, чтобы предложить этим клубам готовое, удобное и комплексное решение, которое не требует сложной настройки. Эта стратегия дала нам несколько преимуществ:

- Мы избежали конкуренции с основными игроками.
- Дали максимальную ценность сегменту, который испытывал сложности в управлении.

- Получили быстрый вход на рынок с минимальными затратами на привлечение пользователей.

Итог: Easy Padel зашел в Дубай

Выбранная стратегия оправдала себя: продукт быстро нашел первых клиентов среди клубов, которые не использовали CRM. Они получили простое и эффективное решение, которое закрывало их ключевые потребности.

Этот кейс показал, насколько важно не просто «делать хороший продукт», а точно понимать, кому он нужен и как лучше зайти на рынок.

Запуск в Дубае подтвердил, что правильное исследование рынка – это не просто формальность, а ключевой фактор успешного запуска нового продукта.

На момент 25 февраля 2025 года к системе Easy Padel подключились уже 27 клубов Дубая.