

VANESSA JODAR

CEO Planet Fitness GROUP

planetfitnessgroup.com

Info.fr@planetfitnessgroup.com

PLANET **FITNESS** G R O U P





LE FITNESS N'A JAMAIS ÉTÉ AUSSI FORT

79% de la population au-dessus de 18 ans fait du sport ou veut en faire

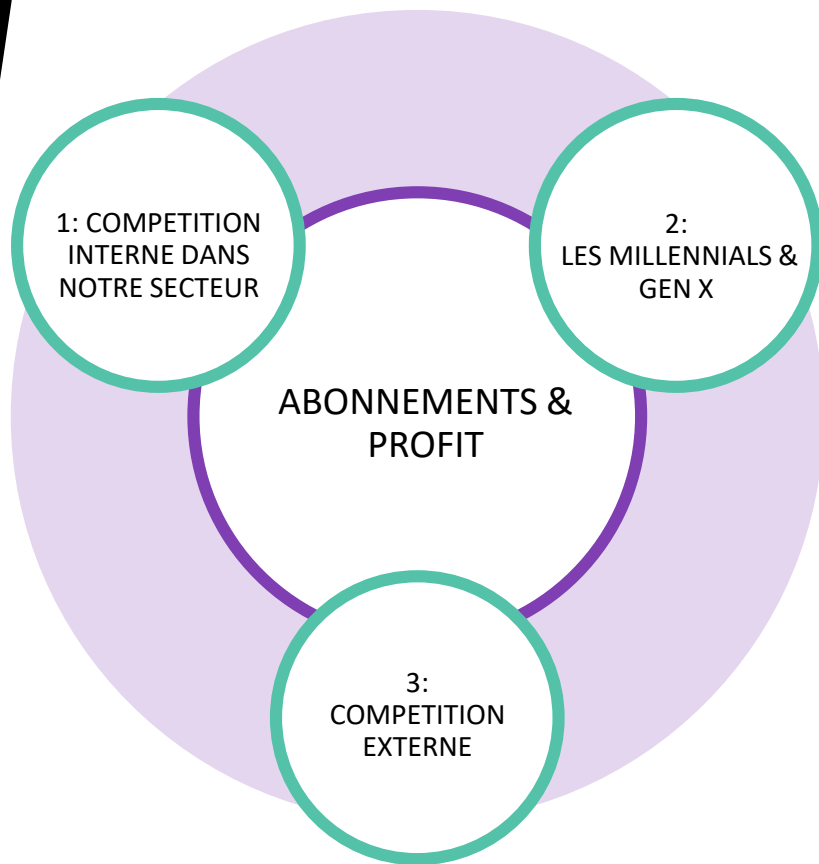
61% des pratiquants réguliers font des activités de type fitness/gym

69% des pratiquants qui ne font pas d'activités de type gym sont prêts à les considérer

Le fitness est le sport le plus pratiqué au monde.

Pourtant la plupart des salles de fitness classiques ont des difficultés à augmenter leur nombre d'adhérents et financières...

LE MONDE CHANGE
AUTOUR DE NOUS



50

Les clubs typiques
perdent encore 50% de
leurs adhérents d'une
année sur l'autre...



LE FITNESS EST UN DUR BOULOT

Les gens abandonnent si leurs attentes de résultats ne sont pas atteintes rapidement ou si ils n'arrivent pas à trouver la motivation pour continuer à venir.

Malheureusement, parce que les adhérents sont largement livrés à eux-même pour construire une habitude de l'entraînement et être soutenus, beaucoup vont abandonner dans les premières semaines ...





LA DURE RÉALITÉ

**LA PLUPART DES CLUBS SONT DANS LE BUSINESS
DE LA VENTE D'ABONNEMENTS, PAS DU FITNESS**

Les clubs vendent un ACCÈS au sport, par un support et une solution pour construire et nourrir une relation positive au sport et une habitude qui dure sur la longueur...

L'ACQUISITION DOIT BIEN ENTENDU RESTER UN OBJECTIF CLÉ. MAIS L'ÉTAT D'ESPRIT DOIT CHANGER.

ACQUISITION MINDSET

Q'est-ce qui attire des gens nouveaux?
Quelles sont les dernières tendances?

Qu'est ce qui crée la meilleure première impression
aux prospects?

Qu'est-ce qui fait paraître s'abonner facile?

Qu'est-ce qui nous différencie?

How can we get more referrals?



ACQUISITION & FIDELISATION MINDSET

Qu'est ce qui le mieux adapté pour donner les
types de motivation & les résultats que veulent les
gens?

De quoi ont besoin les gens pour développer
l'amour de l'exercice et une habitude durable?

De quoi ont-ils besoin les gens pour venir davantage?

Comment pouvons-nous faire que nos clients parlent
davantage de nous en positif, motivant leurs amis à
venir?

**RELATIONSHIPS
BEYOND MEMBERSHIPS**
LES MILLS



**RELATIONSHIPS
BEYOND MEMBERSHIPS**
LES MILLS

5 STRATÉGIES

A photograph of a man and a woman in a gym setting, both lying on their backs on purple exercise balls and performing bench presses with a barbell. The man is in the foreground, and the woman is behind him. They are both wearing orange athletic tops. The barbell has weights labeled '10kg'. The background is a brick wall.

1. *MOTIVEZ VOS CLIENTS*
2. *ENGAGEZ AUTANT DE CLIENTS POSSIBLE DANS DES ACTIVITÉS ENCADRÉES ET SOCIALES*
3. *PENSEZ VOTRE PROCESS DE VENTE COMME UN OUTIL DE FIDÉLISATION*
4. *COMMENT POUVEZ-VOUS ÉDUCER VOS CLIENTS & MIEUX COMMUNIQUER ?*
5. *INSPIREZ ET DIFFÉRENCIEZ-VOUS GRÂCE À UN PLAN MARKETING PROFESSIONNEL ET INNOVANT*



1. MOTIVATION

LA PLUS EFFICACE DES PROPOSITION DE VALEUR

MOTIVATION > VISITES >
RESULTATS > FIDÉLISATION

1.9 visites moyenne par semaine (IHRSA)

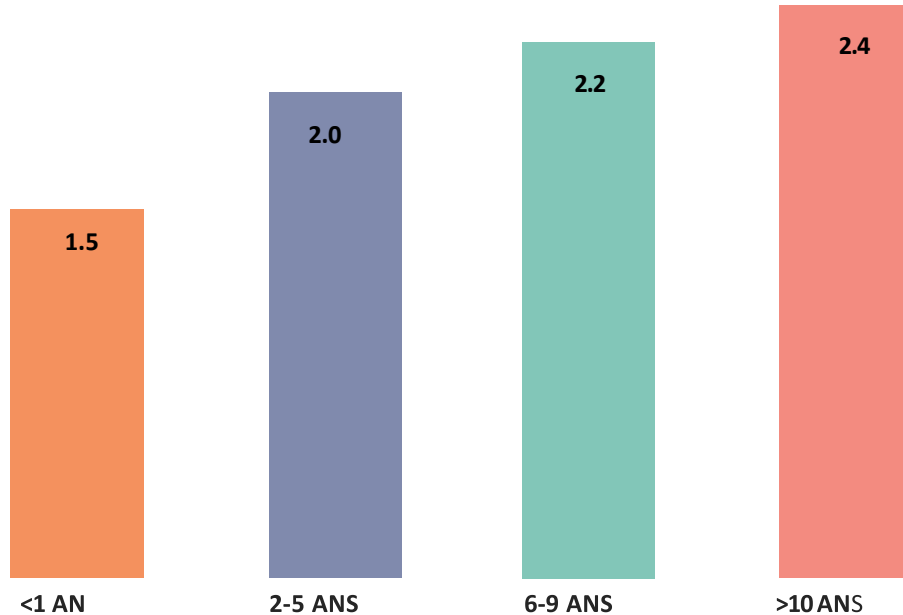
66% des clients viennent bien moins que 1.9 visites semaine

43% viennent moins d'une fois...

DES CLIENTS MOTIVÉS RESENT PLUS LONGTEMP

Best practice: 2 visites semaine

NB DE VISITES MOYEN PAR SEMAINE ET DURÉE D'ABONNEMENTS MOYENNE

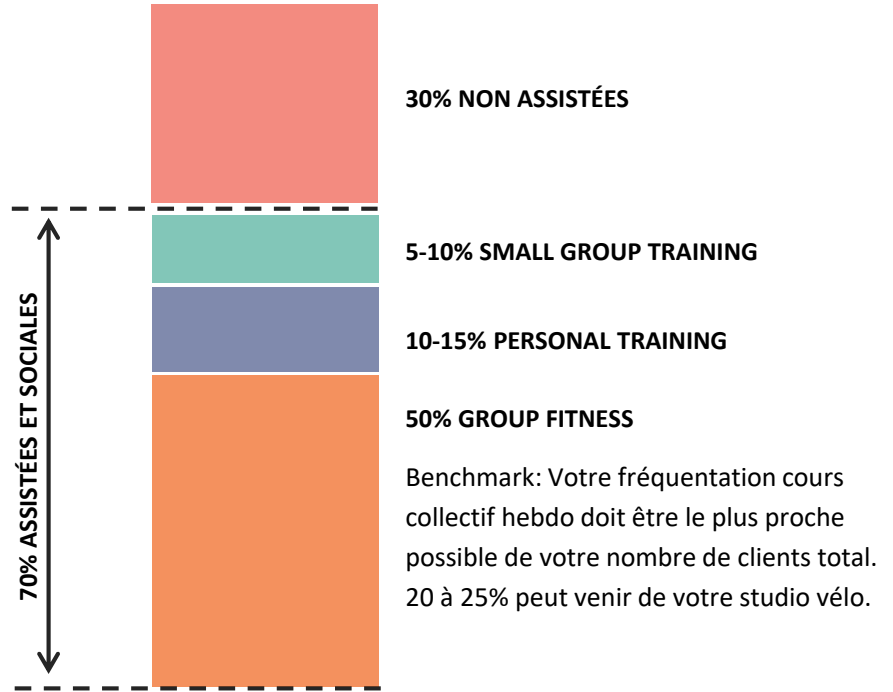


2. ENGAGEZ LE
PLUS GRAND
NOMBRE DE
CLIENTS
POSSIBLE DANS
DES ACTIVITÉS
ASSISTÉES &
SOCIALES



70/30 BENCHMARK

70% DES VISITES HEBDOS DÉLIVRÉES
PAR LES ACTIVITÉS ASSISTÉES ET
SOCIALES





AUGMENTER VOS FRÉQUENTATIONS COURS COLLECTIFS?

Où démarrer?

Mettez en place de nouveaux objectifs de fréquentation pour vos équipes.

Nb d'adhérents = Fréquentation CC hebdo

50% de vos visites club hebdomadaires = CC

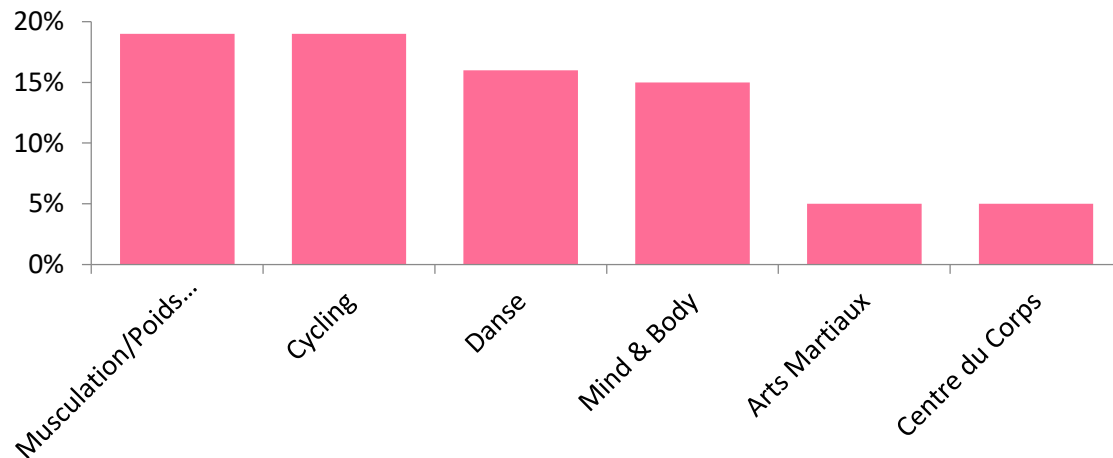
AUGMENTEZ VOS FRÉQUENTATIONS



MISEZ SUR LES VALEURS SURES

INSIGHT N°1:

SEULEMENT SIX TYPES DE COURS GÉNÈRENT 84% DES PASSAGES EN COURS COLLECTIFS



INSIGHT N°2:

L'ENTRAÎNEMENT TYPE HIIT A ÉTÉ LA PLUS FORTE TENDANCE DANS LE FITNESS EN 2013 ET 2014.
IHRSA

LES MILLS



UTILISEZ PLEINEMENT VOTRE CAPITAL IMMOBILIER

- Il y a plus de **12,000 clubs** offrant une solution virtuelle. Ce chiffre va doubler dans les 18 prochains mois.
- Les clubs cherchent une solution simple, fiable et raisonnable en prix pour offrir plus de flexibilité et de cours à leurs clients, sans augmenter la masse salariale.
- Coût fixe, utilisation du studio 80%+
- Fort impact lors de la vente et en ligne
- Passerelle vers les cours live pour les débutants

Cycling	Time	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Time	Saturday	Sunday
	6:00 AM								
	5:30 PM								

Cycling	Time	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Time	Saturday	Sunday
	6:00 AM						6:00 AM		
	8:30 AM						8:30 AM		
	9:30 AM						9:30 AM		
	10:30 AM						10:30 AM		
	12:30 PM						12:30 PM		
	4:30 PM						4:30 PM		
	5:30 PM						5:30 PM		
	6:30 PM						6:30 PM		
	7:30 PM						7:30 PM		
	8:30 PM						8:30 PM		
	9:30 PM						9:30 PM		
	10:30 PM						10:30 PM		

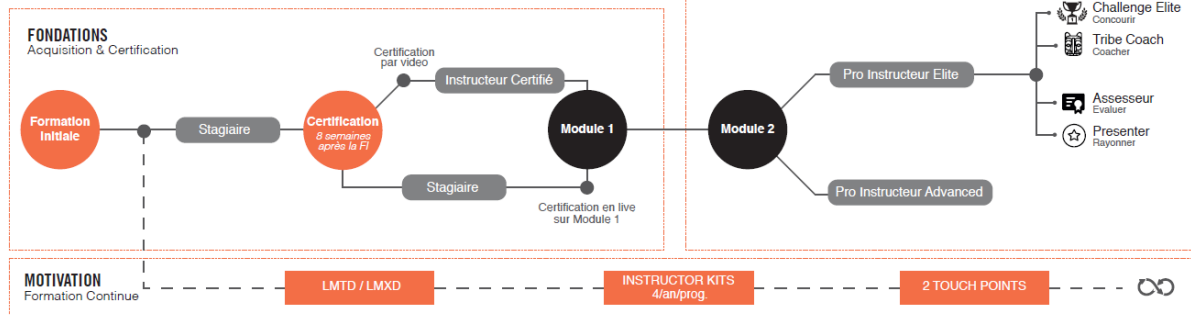
LES COURS VIRTUELS AUGMENTENT LES FRÉQUENTATIONS 'LIVE'

75% des usagés virtuels participants également aux cours 'live'.

12% augmentation en moyenne en CC 'live' lorsque le club propose également des cours virtuels.

FORMEZ VOS INSTRUCTEURS

LE PARCOURS INSTRUCTEUR LES MILLS



f lesmillsfrance i lesmillseuromed 🌐 Page instructeur lesmills.fr

Plus d'infos :
Service Instructeur Experience
ix@lesmills.fr

STUDIO DESIGN & EQUIPEMENT

78

% disent que le studio est
extrêmement/très
important dans leur
motivation à venir

60

% que l'ambiance du
studio est
extrêmement/très
important

AUGMENTEZ VOS FRÉQUENTATIONS

STUDIO DESIGN

...

INSPIRATION



LES MILLS

EQUIPMENT AND STORAGE



LES MILLS SMARTTECH[®]



AUGMENTEZ VOS FRÉQUENTATIONS

GF PLAN MARKETING & COMS MOTIVEZ VOS CLIENTS, AUGMENTEZ VOS FRÉQUENTATIONS ET ABONNEMENTS

1

EVENTS: Launch your new programs with a big PREMIERE event... then re-launch them every quarter

2

Promote your GF programs and their benefits on an ongoing basis.

3

Social Media Plan

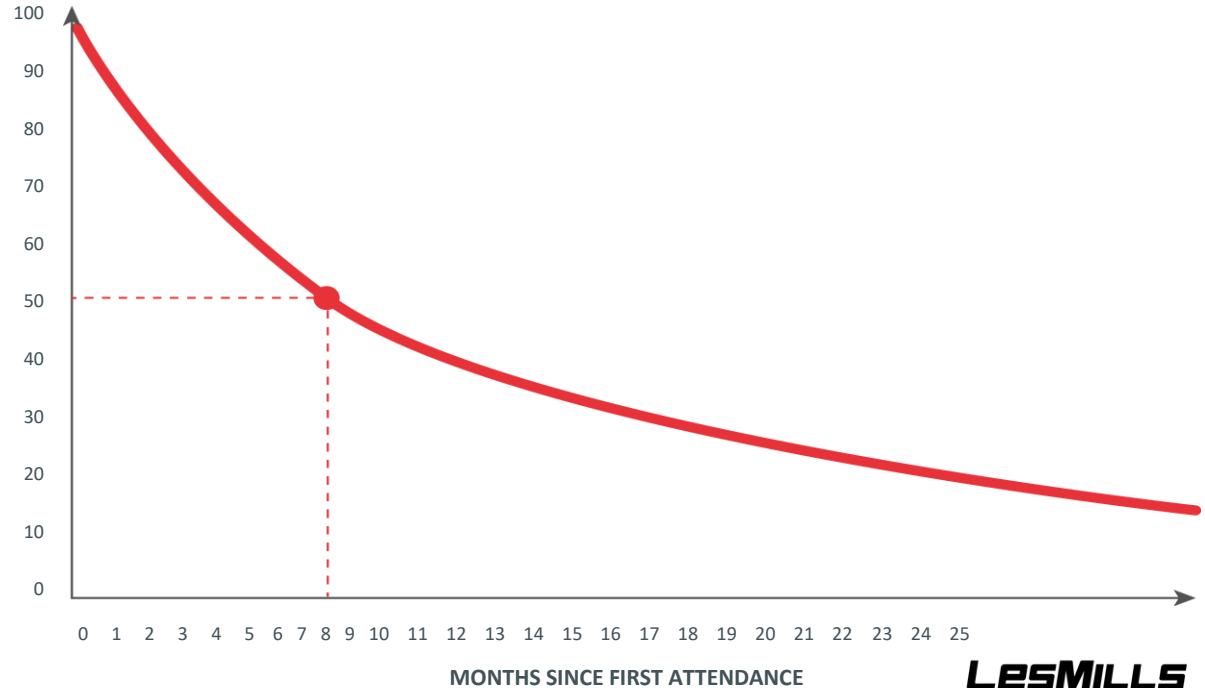
LES MILLS

3. FIDÉLISEZ LORS DE LA VENTE

LES NOUVEAUX ADHÉRENTS AVEC PEU D'EXPÉRIENCE SPORTIVE SONT CEUX QUE NOUS PERDONS...

33% des adhérents ne vient plus au bout de 3 mois, après une moyenne de 12 visites.

50% ne viennent plus après 6 mois



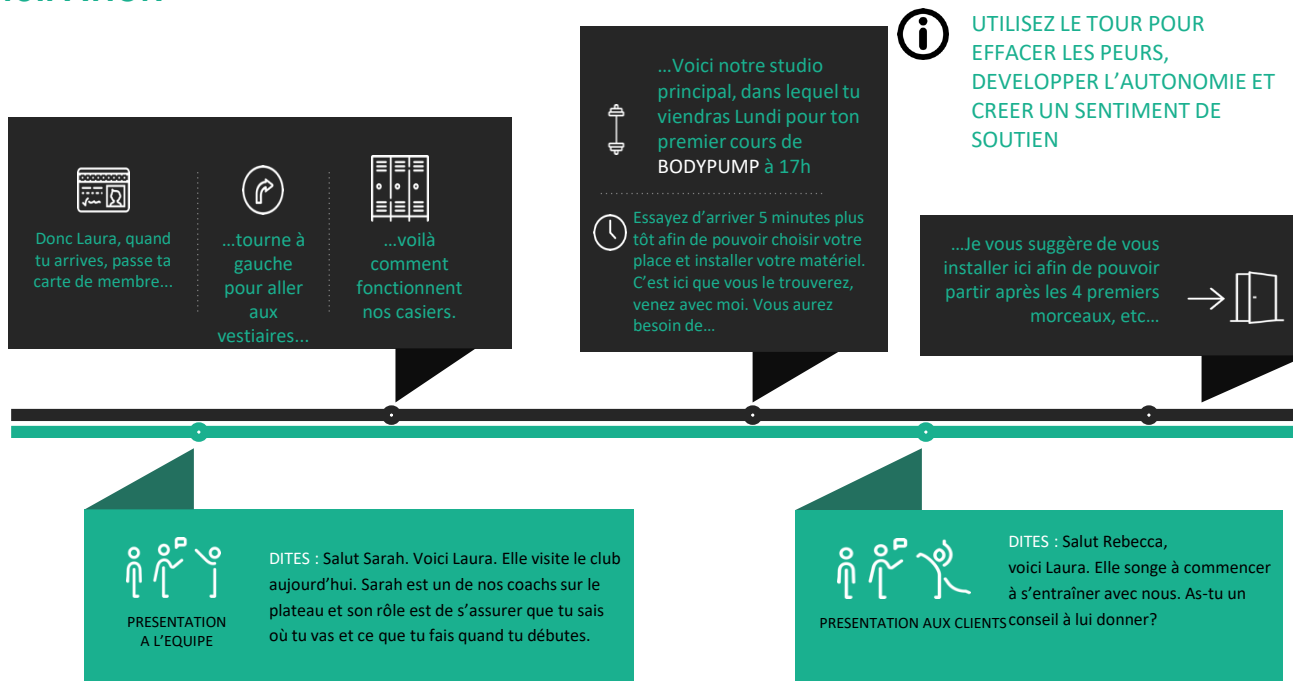


CREEZ UN PLAN PERSONNALISÉ

Apprenez à connaître vos clients. Voici 5 points essentiels sur lesquels vous devez vous concentrer:

1. Objectifs et motivations
2. Disponibilités dans la semaine pour s'entraîner
3. Préférences
4. Barrières à l'activité physique et niveau d'auto-motivation
5. Budget

LE TOUR DU CLUB : STRATEGIE DE L'ANTICIPATION





5 STRATÉGIES

1. *MOTIVEZ VOS CLIENTS*
2. *ENGAGEZ AUTANT DE CLIENTS POSSIBLE DANS DES ACTIVITÉS ENCADRÉES ET SOCIALES*
3. *PENSEZ VOTRE PROCESS DE VENTE COMME UN OUTIL DE FIDÉLISATION*
4. *COMMENT POUVEZ-VOUS ÉDUCER VOS CLIENTS & MIEUX COMMUNIQUER ?*
5. *INSPIREZ ET DIFFÉRENCIEZ-VOUS GRÂCE À UN PLAN MARKETING PROFESSIONNEL ET INNOVANT*



5 STRATÉGIES GAGNANTES POUR UN CLUB DE FITNESS PERFORMANT

Ou comment rester concurrentiel dans un marché de plus en plus tendu.

PLANET **FITNESS** GROUP

planetfitnessgroup.com

Info.fr@planetfitnessgroup.com