

**VANESSA JODAR**

CEO Planet Fitness GROUP

[planetfitnessgroup.com](https://planetfitnessgroup.com)

[Info.fr@planetfitnessgroup.com](mailto: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

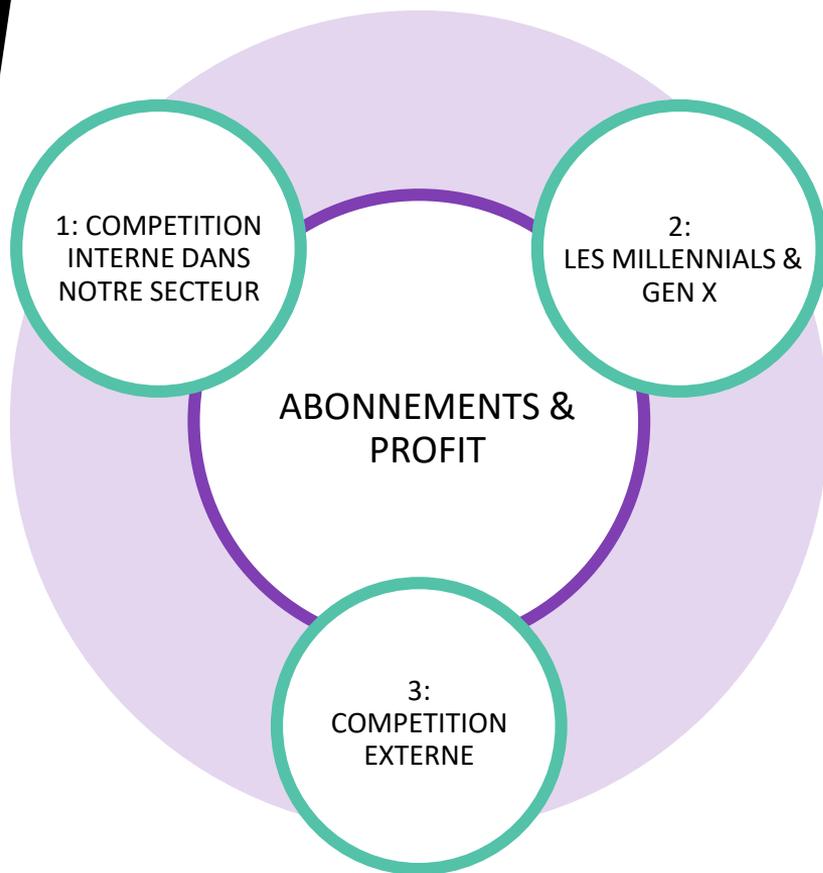
**61%** des pratiquants réguliers font des activités de type fitness/gym

**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

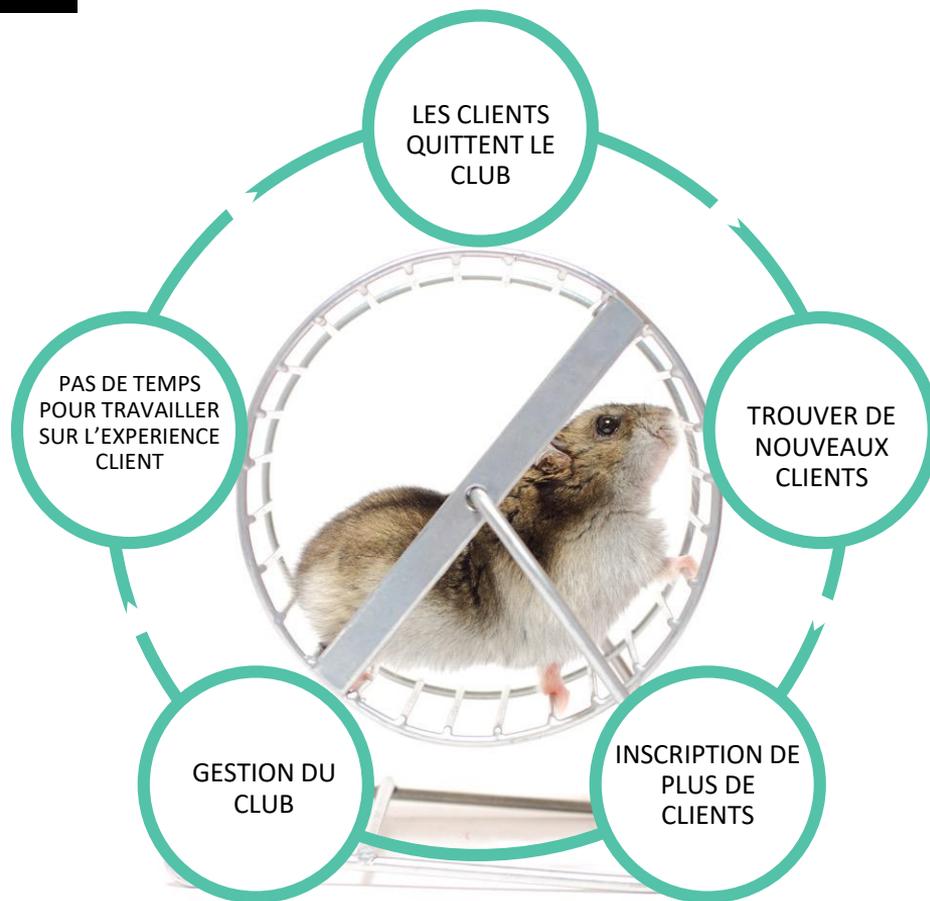
Les clubs typiques  
perdent encore 50% de  
leurs adhérents d'une  
année sur l'autre...



# 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



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)

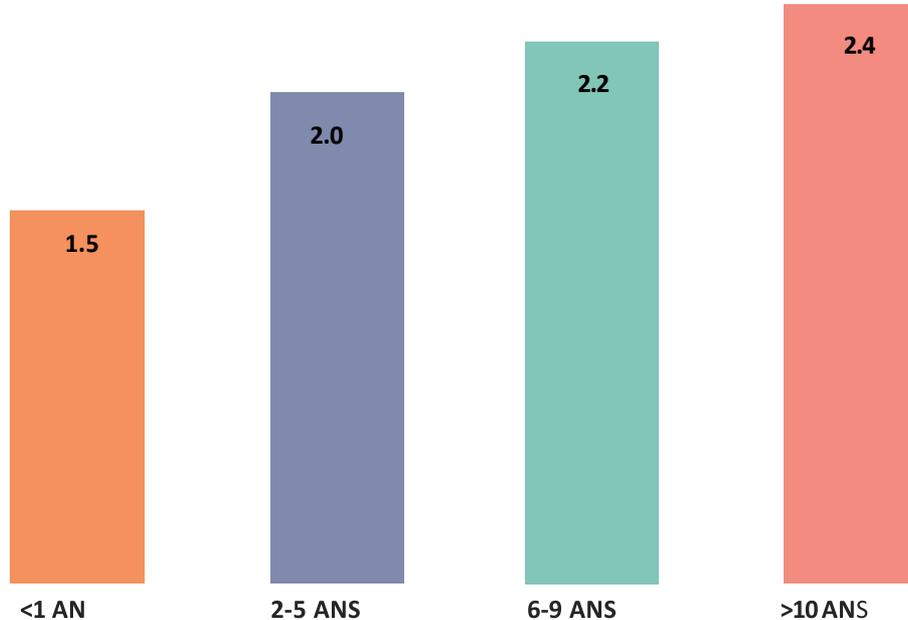
**66%** des clients viennent bien moins que 1.9 visites semaine

**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

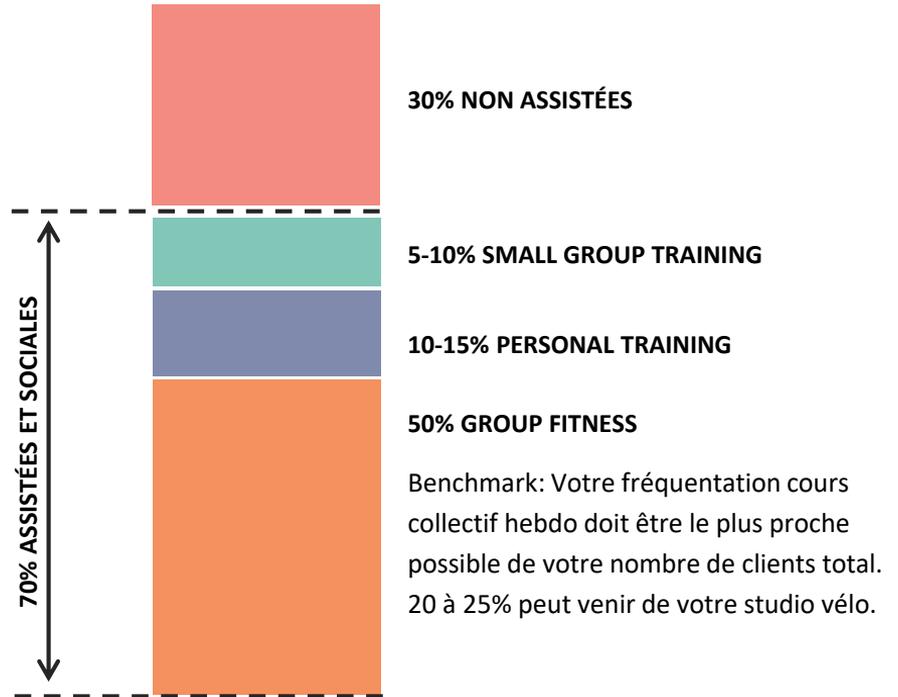


2. ENGAGEZ LE  
PLUS GRAND  
NOMBRE DE  
CLIENTS  
POSSIBLE DANS  
DES ACTIVITÉS  
ASSISTÉES &  
SOCIALES



# 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**



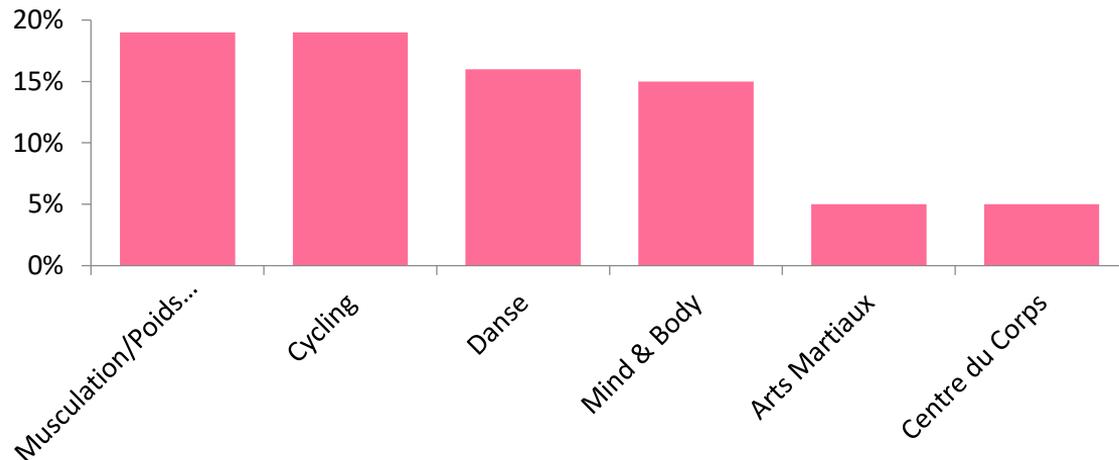
AUGMENTEZ VOS FRÉQUENTATIONS



# 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	LES MILLS RPM	LES MILLS RPM			LES MILLS RPM			
	5:30 PM		LES MILLS RPM	LES MILLS RPM	LES MILLS RPM				

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

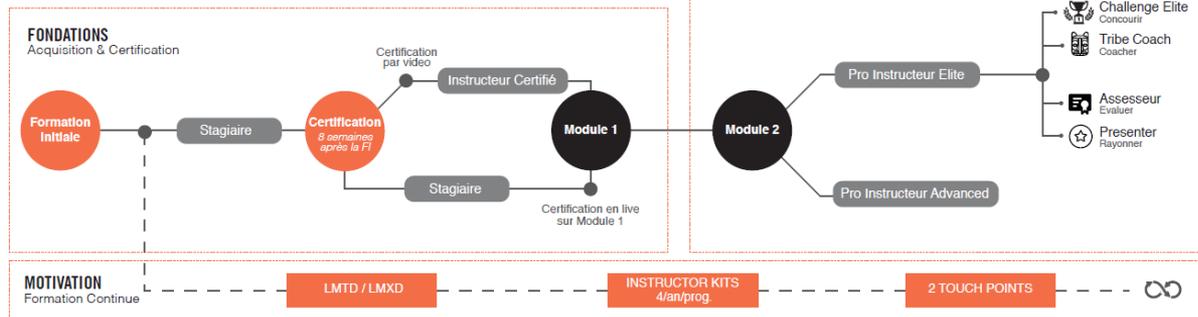
# LES COURS VIRTUELS AUGMENTENT LES FRÉQUENTATIONS 'LIVE'

**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



■ Etape obligatoire ■ Statut ■ Etape fortement conseillée

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

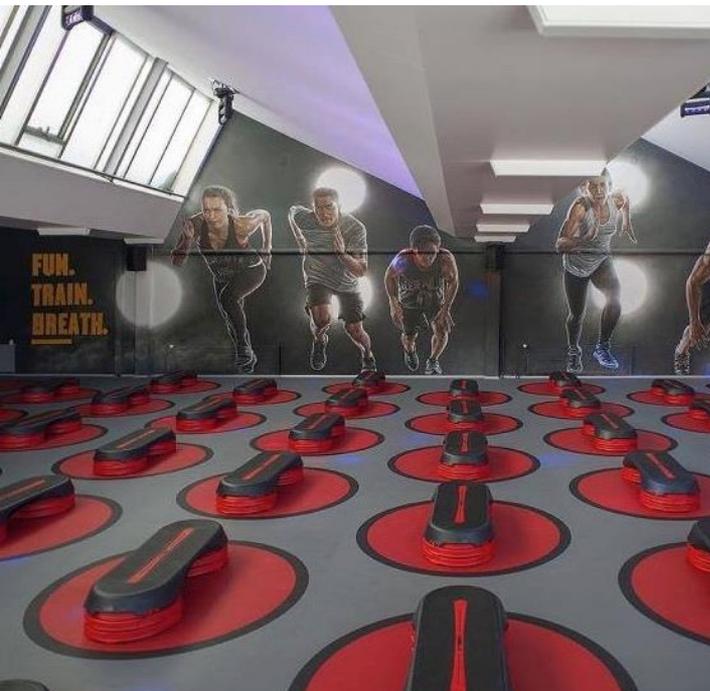
% que l'ambiance du  
studio est  
extrêmement/très  
important

AUGMENTEZ VOS FRÉQUENTATIONS

STUDIO DESIGN

...

INSPIRATION



LES MILLS

EQUIPMENT AND STORAGE



# LES MILLS SMARTTECH<sup>®</sup>



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

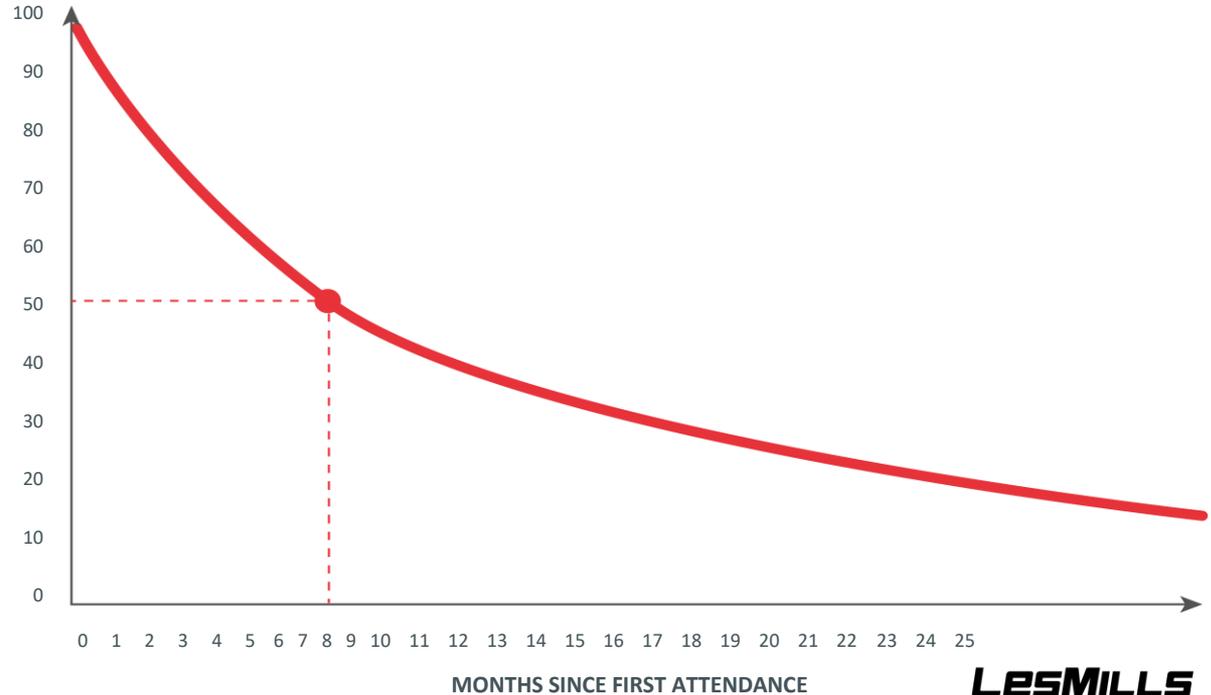
**LES MILLS**

# 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





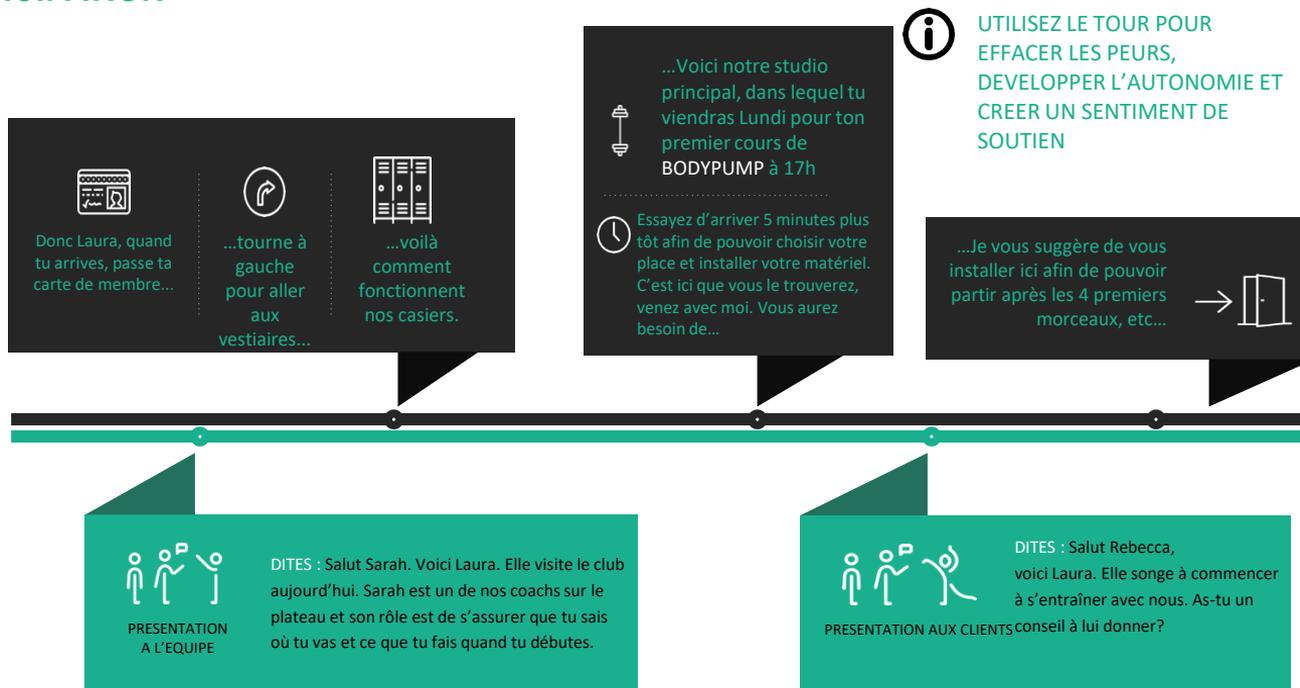
# CREEZ UN PLAN PERSONNALISÉ

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