

ПРОВЕРКА ГОТОВНОСТИ КЛУБА К АКТИВНОМУ

Новое исследование показывает, что 80% посещающих спортзалы по всему миру - молодежь из миллениалов и поколения Z. Поколение Z - это родившиеся с середины 90х гг. по 2010г. возрастом 8 - 23 лет, а миллениалы - родившиеся с начала 1980х и до середины 90х, сегодня им 24 - 38 лет. Индустрия фитнеса испытывает мощный сдвиг поколений, и это происходит всё быстрее. Для успеха вашего клуба вам нужно завоевать эту новую волну потребителей фитнеса – Активное поколение.

ЗАБЛАГОВРЕМЕННЫЙ ПЛАН ДЛЯ СМЕНЫ АРМИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Разрыв между поколениями всё увеличивается. Нельзя больше фокусироваться на одной целевой группе; никогда еще не было так важно выявить и заинтересовать разную демографию в вашем клубе. При том, что более половины всех новых клиентов сейчас моложе 30, как формируется ваш нынешний подход к планированию для будущих потребительских трендов в фитнесе?

Вот краткая проверка готовности вашего клуба и правильности подхода к планированию. Выберите ответ - либо а, б, либо с – и в конце теста узнайте, подходит ли ваше бизнес-планирование для Активного поколения.

ЧТО ВЫ ДУМАЕТЕ О НЫНЕШНИХ РЕЗУЛЬТАТАХ СВОЕГО КЛУБА?

А

Будущее выглядит хорошо, с нетерпением ожидаю следующих шагов.

Б

У нас всё окей, близко к положению дел в прошлом году.

С

Обеспокоены, нужно что-то менять.

КАК ВЫ ПРИШЛИ К СЕГОДНЯШНЕМУ ПОЛОЖЕНИЮ ДЕЛ?

А

Благодаря последней аналитике, данным и трендам в сфере фитнеса.

Б

Мы всегда так работали.

С

Затрудняюсь ответить.

ЧЕГО ВЫ ХОТИТЕ В ДАЛЬНЕЙШЕМ?

КАК МЫ БУДЕТЕ РАЗВИВАТЬ ОПЫТ КЛИЕНТОВ ВАШЕГО КЛУБА В БЛИЖАЙШИЕ ТРИ ГОДА?

А

Как мы будете развивать опыт клиентов вашего клуба в ближайшие три года?

Б

У нас есть план, но он зависит от того, насколько успешен будет этот год и сможем ли мы его применить.

С

Так далеко мы не планируем.

КАКИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ НАВЫКИ ВАМ БУДУТ НУЖНЫ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЭТИХ ЦЕЛЕЙ?

А

Мы уже присматриваемся к новым членам команды, которые воплотят в жизнь наши инновации в фитнесе.

Б

Мы планируем повышение квалификации имеющих членов команды, а также найм новых людей, по мере развития бизнеса.

С

Сообразим по ходу дела.

НАСКОЛЬКО ХОРОШО, НА ВАШ ВЗГЛЯД, ВАШ КЛУБ ВДОХНОВЛЯЕТ И МОТИВИРУЕТ ВАШИХ КЛИЕНТОВ?

А

Из-за всех этих восхитительных новинок, которые мы планируем подарить нашим членам, мы уверены, что делаем это

Б

Мы уверены, что делаем это хорошо на местах. Мы также думаем, как улучшить общение, чтобы поддерживать мотивацию клиентов

С

Мы такое пока не отслеживаем. Мы просим обратную связь от регулярных клиентов время от времени.

МИЛЛЕНИАЛЫ И ПОКОЛЕНИЕ Z ИЩУТ РАЗНЫЕ СПОСОБЫ ТРЕНИРОВОК. КАК ВЫ ИХ В ЭТОМ ПОДДЕРЖИВАЕТЕ?

А

У нас есть ряд групповых занятий и соревнований, чтобы побудить клиентов к общению между собой.

Б

У нас есть ряд групповых занятий и соревнований, чтобы побудить клиентов к общению между собой.

С

Мы думал о создании атмосферы общения, но не знаем, с чего начать.

КАК ЛУЧШЕ ОПИСАТЬ ВАШЕ РАСПИСАНИЕ?

А

Набор часовых и получасовых занятий, как в часы пик, так и вне их.

Б

В основном часовые занятия, когда в наличии есть инструктор.

С

Мы не предлагаем групповые занятия фитнесом.

ЕСЛИ ВЫ ПРЕДЛАГАЕТЕ ГРУППОВЫЕ ЗАНЯТИЯ ФИТНЕСОМ, КАКАЯ У НИХ ПОСЕЩАЕМОСТЬ?

А

Порядка 85% времени.

Б

Наши занятия заполнены наполовину

С

Часто лишь несколько человек.

КАКИЕ ТИПЫ ГРУППОВЫХ ФИТНЕС-ЗАНЯТИЙ ВЫ ПРЕДЛАГАЕТЕ?

А

Набор из популярных категорий: силовые, кардио HIIT, единоборства, сайкл, танцы и йога.

Б

У нас есть силовые и кардио занятия.

С

Мы не предлагаем групповые занятия.

МИЛЛЕНИАЛЫ И ПОКОЛЕНИЕ Z ИЩУТ РАЗНЫЕ СПОСОБЫ ТРЕНИРОВОК. КАК ВЫ ИХ В ЭТОМ ПОДДЕРЖИВАЕТЕ?

А

Мы часто предлагаем новые типы тренировок и есть виртуальные занятия в непииковое время, чтобы у клиентов было много опций.

Б

Мы опробуем новые типы тренировок время от времени, чтобы посмотреть на потенциальную посещаемость.

С

Мы опробуем новые типы тренировок время от времени, чтобы посмотреть на потенциальную посещаемость.

КАК ЛУЧШЕ ОПИСАТЬ ВАШЕ ПРИНЯТИЕ ПРИВЫЧЕК МОБИЛЬНОСТИ МИЛЛЕНИАЛОВ И ПОКОЛЕНИЯ Z?

А

У нас есть приложение для записи на занятия online и просмотра личного графика.

Б

На нашем вебсайте есть расписание и форма для связи с нами.

С

У нас есть вебсайт с часами работы заведения.

ГОТОВО? ПОДСЧИТАЙТЕ ОТВЕТЫ И ПОСМОТРИТЕ

ПРЕОБЛАДАНИЕ А

ПРЕОБЛАДАНИЕ Б

ПРЕОБЛАДАНИЕ С

LES MILLS



ИДЕАЛЬНЫЙ БАЛАНС

Извлечение уроков из прошлого, оставаясь релевантными и вдохновляя клиентов новыми опытами, является фундаментом успеха. Общая цель, работа в партнерстве с поставщиками фитнеса улучшит результаты и при этом укрепит навыки за счет обучения и развития.

Если вы всерьез намерены обратиться к активному поколению (миллениалы и поколение Z), многие наши клубы-партнеры добились большого успеха с этой аудиторией, запустив LES MILLS GRIT™, нашу HIIT программу. Мы с радостью поговорим с вами о том, чем можем вам помочь.

На тренировки LES MILLS приходится 45% всех групповых тренировок под музыку по всему миру, и эти занимающиеся чаще рекомендуют свои клубы другим людям. На самом деле, 95% всех посещающих LES MILLS дают рекомендации против 85% посетителей лишь спортзала. Добавьте к этому тот факт, что 86% всех посетителей LES MILLS говорят, что крайне удовлетворены или довольны своими тренировками. Мы уверены, что можем помочь наши клубам-партнерам улучшить их результаты.

Свяжитесь с нами - поговорим о LES MILLS GRIT™.

LesMILLS



ЖИВЕТЕ СЕГОДНЯШНИМ

Ваш подход указывает на то, что вы живете сегодняшним днем и смотрите не дальше завтра. Хотя умение быть гибкими в повседневных операциях клуба - это плюс, вы наверняка упускаете множество возможностей.

При том, что 80% всех людей, оплачивающих занятия фитнесом, это миллениалы и поколение Z (активное поколение), эта группа заслуживает серьезный кусок пирога вашего планирования и получить целевой подход в плане удержания, приобретения и посещаемости.

Имея 50 лет опыта в индустрии фитнеса, Les Mills предлагает не просто программы тренировок. Мы можем помочь скорректировать расписание, обучение инструкторов, маркетинг и т.д. Свяжитесь с нами и мы назначим вам консультацию.

LesMILLS



ПОРА ПРЕОБРАЖАТЬСЯ

Ведение бизнеса в фитнесе означает жонглирование множеством разных трудностей. Мы знаем, как трудно может быть схватывать каждый новый тренд и новость в индустрии, стараясь при этом оставлять довольными клиентов и инструкторов. Но суровая реальность в том, что демография сдвигается, и настоящий успех бизнеса возможен, если приспособиться к новой армии клиентов.

Это может гнест, но перемена это не происходит внезапно. Нужно просто поставить цели и спланировать шаги, которые нужно предпринять для их достижения. Как будто один из ваших клиентов ставит себе фитнес-цели. Требуется время и самоотдача, и легче в этом справиться при наличии эксперта-консультанта.

Имея 50 лет опыта в индустрии фитнеса, Les Mills предлагает не просто программы тренировок. Мы можем помочь вам четко понять, где ваш клуб сейчас и что нужно для успеха. Мы можем помочь вам преобразовать ваше расписание, обучение инструкторов, маркетинг и т.п. Свяжитесь с нами и мы назначим вам консультацию.

Узнать больше на [Lesmills.com/ru/generationactive](https://lesmills.com/ru/generationactive)

LES MILLS