

VERHOOG JOUW

LEDEN AANTAL

LES MILLS

4 WINNENDE
STRATEGIEËN

HET GEVECHT OM DE FITNESS EURO WAS

NOG NOOIT ZO GROOT.

Je concurreert voor nieuwe leden niet alleen met de traditionele fitnessclubs maar ook met de explosieve groei van digitale spelers in de markt die zich direct richten op de consument. De demografie is aan het veranderen en je bent voortdurend in gevecht om nieuwe leden te werven en langer te behouden.

WAT HEB JE NODIG?

Je hebt strategieën nodig die aantrekkelijk zijn voor leden die waarschijnlijk meer zullen betalen voor een lidmaatschap, je club vaker zullen bezoeken en je op de lange termijn trouw zullen blijven...

... MAAR WIE ZIJN DEZE ONGRIJPBARE LEDEN DIE HET WAARD ZIJN OM VOOR TE VECHTEN?

MEMBERS WILLING TO:

PAY

80%

80% van de mensen die voor fitness betalen zijn Millennials of Generatie Z.1 Sales strategieën gericht op leden jonger dan 38 jaar leveren het meeste rendement op.

PLAY

20%

20% van de leden die in je club meerdere activiteiten doen in plaats van alleen fitness (gym-only), hebben 20% meer kans om 'Promoter' van je club te worden. Als je jouw Net Promotor Score™ verhoogt, helpt dit bij het verhogen van het aantal referrals.

STAY

22%

van de leden die hun club minimaal 3 keer per week bezoeken blijven gemiddeld 22% langer lid van de club.



WAT IS DE MAGISCHE OPLOSSING?

GX

HET MULTIPLIER EFFECT

Het vinden van een manier om deze moeilijk te bereiken ledengroep aan te trekken lijkt een onmogelijke taak. Het is echter bewezen dat groepsfitness een echte ledenmagneet is.

PAY

WIL JE DE JONGERE DOELGROEP AANSPREKEN DIE BEREID IS OM MEER TE BETALEN VOOR FITNESS?

Wist je dat 81% van alle groepsfitness deelnemers bestaat uit Millennials en Generatie Z?

PLAY

WIL JE DAT JE LEDEN VAKER JE CLUB BEZOEKEN EN TEVREDENER ZIJN?

Waarschijnlijk zullen leden die aan groepsfitness doen de club meer dan 3 keer per week bezoeken.

STAY

WIL JE DE RETENTIE IN JOUW CLUB VERBETEREN?

Leden die minimaal 3 keer per week Les Mills lessen volgen, zijn gemiddelde 49,5% langer lid dan 'gym-only' leden.



HOE KUN JE DEZE LEDEN
AANTREKKEN ZONDER VEEL
EXTRA KOSTEN?

4 WINNENDE STRATEGIEËN DIE JIJ KAN TOEPASSEN VOOR SNELLE RESULTATEN

Niet elke strategie heeft drie jaar nodig om haar vruchten af te werpen. Werk slimmer en profiteer van deze snelle strategieën om het maximale uit groepsfitness te halen.

- 1. LAAT RESULTATEN ZIEN**
- 2. PROMOOT JE BESTE INSTRUCTEURS**
- 3. OPTIMALISEER JE RUIMTE**
- 4. ZORG VOOR GEWELDIGE EXPERIENCES**

LAAT RESULTAAT ZIEN

52% VAN DE MILLENNIALS EN GENERATIE Z VINDEN HET SNEL BEHALEN VAN RESULTATEN DE BELANGRIJKSTE DRIJFVEER OM TE SPORTEN.

DIT MOET JE DOEN OM HIERVAN TE PROFITEREN:

- 1.** *Kies voor groepsfitness programma's die wetenschappelijk zijn onderbouwd*
- 2.** *Moedig je deelnemers aan om hun fitnessdoelen te omschrijven en te meten*
- 3.** *Laat regelmatig op social media zien dat je leden hun doelen hebben bereikt, zodat je tijdens een sales gesprek ook echt kunt laten zien dat leden resultaten behalen*

KIES VOOR WETENSCHAP

Les Mills workouts zijn uitgebreid getest om er zeker van te zijn dat elke training veilig, effectief en wetenschappelijk onderbouwd is.

Onderzoek van het Les Mills Lab toont aan dat het doen van een combinatie van verschillende groepslessen leidt tot belangrijke fysiologische, fysieke en psychologische veranderingen in de gezondheid van mensen.

57%

van de deelnemers die aanvankelijk een slechte conditie hadden, verhoogden hun aërobe capaciteit met gemiddeld 55,9% na 30 weken volgen van Les Mills lessen.



PROMOOT JE BESTE INSTRUCTEURS

MENSEN VERTROUWEN ANDERE MENSEN IN HET MAKEN VAN BESLISSINGEN. AANBEVELINGEN VAN ANDEREN ZIJN DE DRIJVENDE KRACHT ACHTER 50% VAN HUN AANKOPEN.⁶ ZORG ERVOOR DAT JE INSTRUCTEURS INFLUENCERS WORDEN EN ZO JE CLUB MAKKELIJK KUNNEN PROMOTEN BIJ POTENTIËLE LEDEN.

OM VAN DEZE STRATEGIE TE PROFITEREN MOET JE:

- 1.** *Ontdekken wie je beste instructeurs zijn en welke instructeurs veel social volgers hebben om nieuwe leden aan te trekken*
- 2.** *Duidelijkheid scheppen over wat er gepromoot en gedeeld dient te worden*
- 3.** *Social media training geven*
- 4.** *Zorgen voor een stimulans die helpt bij het opbouwen van hun netwerk en instructeurs belonen voor het aanleveren van referrals*

ONTHOUD DAT JE INSTRUCTEURS JE ENIGE ONDERSCHEIDENDE FACTOR ZIJN, DUS PROMOOT JE INSTRUCTEURS EN HELP ZE ZICHZELF TE PROMOTEN.

INSTRUCTEURS ZIJN JOUW #1 WAPEN

Boutique clubs maken goed gebruik van de kracht van goede instructeurs, want niets is zo motiverend als een geweldige performance. Onderzoek toont aan dat instructeurs de belangrijkste factor zijn bij het kiezen van een groepsles

79%

van de consumenten gaf aan dat de instructeur zeer belangrijk is bij het kiezen van een les.

OPTIMALISEER JE RUIMTE

GROEPSFITNESS IS WINSTGEVENDER PER M² DAN WELKE ANDERE RUIMTE IN JE CLUB DAN OOK.⁸ HET LOONT DUS OM ALLE BESCHIKBARE RUIMTES VOOR GROEPSFITNESS TE OPTIMALISEREN.

HOEWEL HET HERINRICHTEN VAN STUDIORUIMTES JAREN VAN PLANNING KAN KOSTEN, ZIJN ER EEN AANTAL SNELLE TACTIEKEN DIE JE KUNT TOEPASSEN OM DE RUIMTE TE UPGRADEN.

OM HIERVAN TE PROFITEREN MOET JE:

- 1.** *Een ruimte zoeken die voor meerdere doeleinden kan worden gebruikt, zodat je functionele of HIIT groepslessen kunt geven.*
- 2.** *Een programma als BODYCOMBAT op je lesrooster hebben staan. Hiervoor heb je geen materialen nodig, de les heeft meerdere lesduren en kun je dus aanbieden in elke ruimte, ongeacht de grootte van de beschikbare ruimte. Overal ,altijd en voor iedereen.*
- 3.** *Virtuele fitness aanbieden. Optimaliseer je studio's met groepsfitness tijdens alle beschikbare openingsuren. Zorg ervoor dat je virtuele aanbod overeenkomt met je live lesrooster.*

86%

bezoekt de club 3 of meer keer per week.¹ Martial arts deelnemers bezoeken de club vaker dan deelnemers aan andere programma genres.

ZORG VOOR GEWELDIGE EXPERIENCES

MENSEN WILLEN SOCIAL EXPERIENCES. WE ZITTEN IN EEN PEOPLE BUSINESS. DE MAATSCHAPPIJ IS NOG NOOIT ZO INDIVIDUEEL GEWEEST EN FITNESSCLUBS KUNNEN DE SOCIALE CLUBS VAN DE TOEKOMST WORDEN.

DOOR JE TE RICHTEN OP HET CREËREN VAN GEWELDIGE EXPERIENCES, HEB JE EEN GEWELDIGE SALES TOOL IN HANDEN EN KUNNEN DE CONCURRENTEN JE NIET MAKKELIJK KOPIEREN.

OM HIERVAN TE PROFITEREN MOET JE:

- 1. Minstens één keer per kwartaal een event plannen. Groepsfitness is een geweldige kans om bestaande en potentiële leden naar evenementen te krijgen. Nieuwe programma-lanceringen en -releases bieden een geweldig platform om dit te doen.*
- 2. Ervoor zorgen dat je nieuwe leden tijdens hun introductie laat kennismaken met groepsfitness. Creeër meerdere contactmomenten, zodat ze voordeel halen uit de sociale steun in een groepsfitness les*

VERHOOG TEVREDENHEID DOOR SOCIAL FITNESS

Groepsfitness is een van de gemakkelijkste manieren om potentiële nieuwe leden met je club te laten kennismaken. Door je te focussen op events en door proefflessen en referrals aan te moedigen, zul je de gewenste jongere doelgroep aantrekken.

76%

van de Millennials en Generatie Z willen social fitness experiences.

MANIEREN VINDEN VOOR HET VERHOGEN VAN JE LEDENAANTAL IS EEN STRIJD.

Je moet constant blijven vernieuwen om je concurrentie te verslaan. Ervoor zorgen dat je bewezen strategieën hebt om te winnen is de enige manier om ze voor te blijven.

Onze ervaring met meer dan 20.000 wereldwijde clubs heeft bewezen dat het uitvoeren van deze strategieën altijd een slimme investering zal zijn.

als je op zoek bent naar een echt winnend groepslesprogramma, kies dan voor BODYCOMBAT.

Weet je niet precies waar je moet beginnen? We helpen je graag!

MAAK EEN AFSPRAAK.

WWW.LESMILLS.COM/NL/GROUPNESS



1. LES MILLS GLOBAL FITNESS SURVEY 2019. 2. How Do The Activities Members Usually Take Part in and How Often They Attend Affect Loyalty? Report by CEA in association with TRP 2018. 3. Exploring trends in LES MILLS™ class attendance and the impact of attendance on membership metrics Les Mills & UK Active Research Institute. 4. Les Mills Groupness Study, Penn State University, USA 5. Les Mills Get Fit Together Study, Penn State University, USA 6. McKinsey 2018. 7. How important are certain factors when selecting which class to attend. Ratings of each of the factors on a scale of 1 to 5 where 1 is 'not at all important' and 5 is 'extremely important'? Report by UK Active and Stages Cycling 2018. 8. Group Fitness Studio Economics 2015 analysis by Stakeholder Strategies and Gerry Salmon

