

A photograph of two women in a gym or fitness studio. The woman on the right is wearing a white mesh tank top, dark pants, and a headset microphone. She has tattoos on her arms and is smiling broadly while high-fiving the woman on the left. The woman on the left is seen from the back, wearing a white tank top and dark pants. The background is a plain, light-colored wall.

SEMINAR

# RELATIONSHIPS BEYOND MEMBERSHIPS

A solid green horizontal bar with a slight diagonal cut on the right side, positioned below the main title.



# EINLEITUNG

1. **BEGRÜSSUNG**
2. **IMPULSE FÜR DEN WANDEL IN DER BRANCHE**
3. **DIE PHILOSOPHIE HINTER RELATIONSHIPS BEYOND MEMBERSHIPS**
4. **6 STRATEGIEN FÜR DIE SCHAFFUNG GESÜNDERER, NACHHALTIGERER UND PROFITABLERER STUDIOS**

# WAS TUT SICH GERADE IN DER FITNESS- BRANCHE?



LES MILLS



# FITNESS WAR NOCH NIE SO ERFOLGREICH WIE HEUTE

**75%**

der Bevölkerung über 18 Jahren  
treibt regelmäßig Sport oder  
möchte sich mehr bewegen

**74%**

der regelmäßig Trainierenden  
absolvieren derzeit fitnessstudio-  
ähnliche Aktivitäten

**32%**

der Erwachsenen besuchen  
eine Fitnessseinrichtung

## FITNESS IST DER BELIEBTESTE ‚SPORT‘ DER WELT

# DIE WELT VERÄNDERT SICH UM UNS HERUM

## MITGLIEDSCHAFTEN & ERTRAG

1. Wettbewerb  
innerhalb der  
Branche

2. Demografische  
Veränderungen

3. Marktumbruch





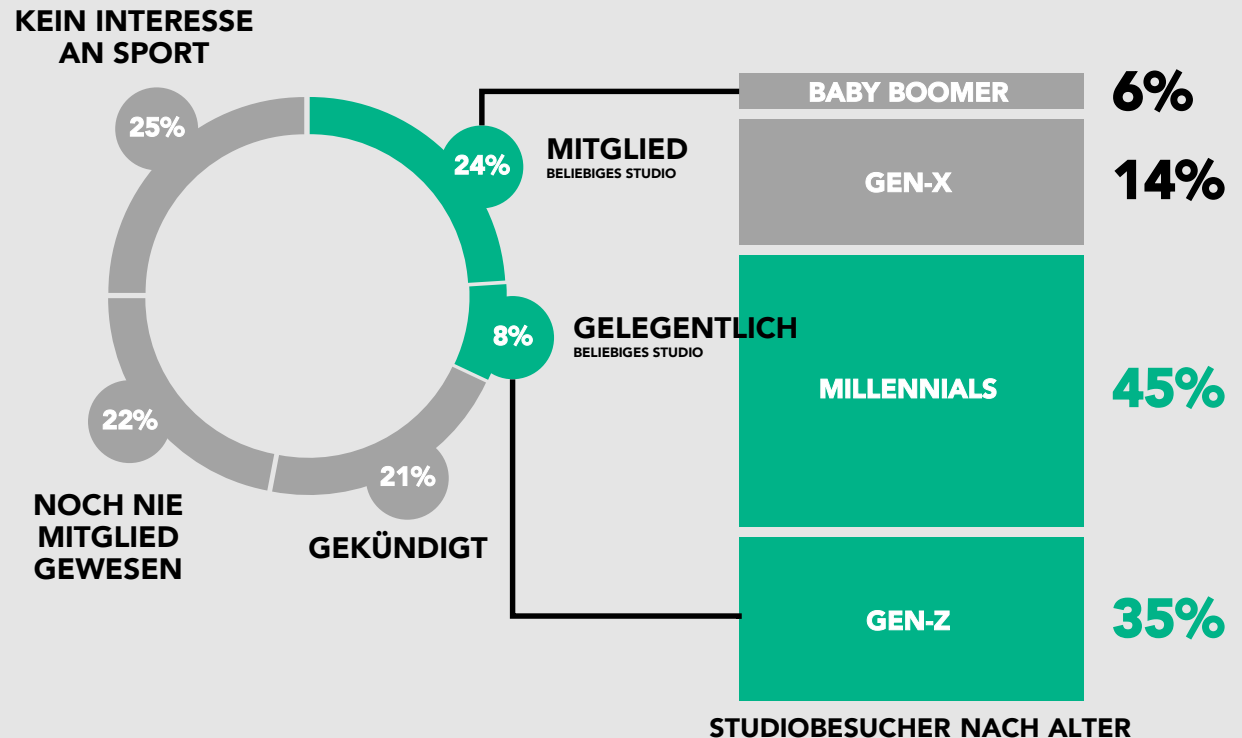
# #1 HERAUSFORDERUNG: DER WETTBEWERB HAT SICH DRAMATISCH VERSCHÄRFT



# #2 HERAUSFORDERUNG: DIE DEMOGRAFISCHE ENTWICKLUNG HAT SICH DEUTLICH VERÄNDERT

# 80%

der **Personen**, die Fitnessstudios besuchen, gehören zur Gen-Z oder sind Millennials



# MILLENNIALS & GEN-Z BEWEGEN SICH WEG VON MULTIFUNKTIONSSTUDIO, DIE SEHR SCHNELL MARKTANTEILE AN BOUTIQUE STUDIOS VERLIEREN

Kleine Boutique Studios mit Fokus auf ein einziges Kurskonzept erfreuen sich trotz hoher Beiträge großer Beliebtheit in den USA.

Traditionelle Studios kommen langsam in die Jahre. Durchschnittsalter der Kunden in den USA/in typischen Fitnessstudios: 39 Jahre.\*



# #3 HERAUSFORDERUNG: MARKTUMBRUCH – KUNDEN HABEN MEHR AUSWAHL ALS JE ZUVOR

# 100%

**Die Nutzung von appbasierten- oder Online-Trainingsangeboten ist in den letzten 3 Jahren um 100 % gestiegen**

Studios stehen in direkter Konkurrenz mit dem digitalen Umbruch, auch wenn sie derzeit kein Angebot in diesem Bereich haben.

Was Sie anbieten können:

- Virtuelles Training
- Fitness-Apps und -Zubehör
- Online Lösungen
- Kunden haben bequemere und manchmal motivierendere Alternativen zu Fitnessseinrichtungen.

**KOSTENLOS**



**NIKE TRAINING  
CLUB**

**100M NUTZER**

**GÜNSTIG**



**KAYLA ITSINES**

**33M FOLLOWER  
5\$ ABONNEMENT**

**PREMIUM**



**PELOTON**

**600K ABONNENTEN  
700M\$ UMSATZ**

# DAS IST EIN WEITVERBREITETES VERHALTEN

85%



aller regelmäßig und gelegentlich Trainierenden berichten, dass sie **Zuhause trainieren**

28%



derjenigen, die Zuhause trainieren, nutzen eine **kostenpflichtige oder kostenlose App**

100%

mehr Nutzung von Online-Trainings/Apps in den letzten 5 Jahren.



**WAS ÄNDERT  
SICH IN DER  
FITNESSWELT  
NICHT?**



**LES MILLS**

# MITGLIEDERBINDUNG BLEIBT DIE GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG IN DER BRANCHE

# 50%

Klassische  
Fittnesseinrichtungen  
verlieren jedes Jahr bis zu  
50 % ihrer Mitglieder \*



\*Ein durchschnittlicher globaler Überblick; gesammelte Daten von IRHSA 2018

# MITGLIEDERBINDUNG: EINE GROSSE HERAUSFORDERUNG FÜR STUDIOS

## MITGLIEDSCHAFTEN & ERTRAG

1. Wettbewerb  
innerhalb der  
Branche

2. Demographische  
Veränderungen

3. Marktumbruch

## MITGLIEDERBINDUNG





# DAS IST NICHTS NEUES

- Mitgliederbindung ist seit langem ein zentrales Thema für Studios
- Die besten Studios haben diese Herausforderung bereits gemeistert
- Aber viele haben noch Schwierigkeiten ihre Mitglieder zu binden



# EINE GLOBALE PERSPEKTIVE



LesMILLS

A group of four people are exercising outdoors in a modern, urban setting. They are using Les Mills dumbbells. The scene is captured in a dynamic, low-angle shot, emphasizing the intensity of the workout. The background features a concrete wall and a corrugated metal wall. The lighting is bright, creating strong shadows on the ground.

# WAS STECKT HINTER DER HERAUSFORDERUNG DER KUNDENBINDUNG?



# FITNESS IST HARTE ARBEIT

Menschen steigen aus, wenn sie ihre erhofften Ziele nicht schnell erreichen oder sie nicht genug motiviert werden, um immer wieder zu kommen.

Leider steigen viele Mitglieder in den ersten Wochen aus, da sie in ihrem Training nicht ausreichend unterstützt werden...





# EIN STUDIO ZU FÜHREN IST AUCH HARTE ARBEIT

Zahlreiche Studios sind viel zu sehr damit beschäftigt, neue Kunden zu gewinnen und den Betrieb am Laufen zu halten, als ihren Mitgliedern das Trainingserlebnis zu bieten, das sie brauchen und sich wünschen.

# WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT DAS AUF STUDIOS?





# DIE NACKTE WAHRHEIT

A woman with blonde hair in a ponytail, wearing a black and grey sports bra and black leggings, is captured in a dynamic pose as she steps onto a blue and red exercise platform. She is looking forward with a focused expression, her arms extended for balance. The background shows a modern building with large windows and a clear blue sky.

**VIELE STUDIOS KONZENTRIEREN SICH ZU STARK AUF DEN VERKAUF VON MITGLIEDSCHAFTEN UND NICHT AUF DAS TRAININGSERLEBNIS:**

Leider ist der Verlust von Mitgliedern bereits zur Normalität geworden. Studios bieten oft nur den Zugang zum Training, unterstützen ihre Kunden jedoch nicht ausreichend dabei, eine Trainingsroutine zu etablieren und eine positive Einstellung zum Training zu gewinnen.



**MOTIVATION IST UNSER  
BUSINESS**

**LES MILLS**



# AKQUISE WIRD IMMER EINE WICHTIGE ROLLE SPIELEN. DIE DENKWEISE MUSS SICH VERÄNDERN

DIE GELEGENHEIT FÜR STUDIOS EINEN ECHTEN UND DAUERHAFTEN UNTERSCHIED ZU MACHEN

## AKQUISE DENKWEISE

Was zieht neue Interessenten an? Was sind aktuelle Trends?

Was sorgt für den besten ersten Eindruck bei Interessenten?

Was sorgt dafür, dass Training leicht aussieht?

Was hebt uns von anderen ab?

Wie bekommen wir mehr Empfehlungen?



## AKQUISE & MITGLIEDERBINDUNG DENKWEISE

Was sorgt für die Art von Motivation & Resultaten, die Menschen wollen?

Was benötigen Menschen, um Leidenschaft für das Training und eine Routine zu entwickeln?

Was macht Training für Menschen, die gerne trainieren, noch erlebnisreicher?

Wie bringen wir Kunden dazu, noch positiver von uns zu sprechen und andere zu motivieren?

Haben wir uns das Recht zur Weiterempfehlung verdient? Wie empfehlen uns Kunden weiter? Wie bringen wir unsere Kunden dazu, sich für uns zu begeistern?



# AKQUISE WIRD IMMER AUF DER TAGESORDNUNG STEHEN. ES IST DIE DENKWEISE, DIE SICH ÄNDERN MUSS.

KÜNDIGUNGEN WERDEN TOLERIERT



KEINE TOLERANZ FÜR KÜNDIGUNGEN DER MITGLIEDSCHAFT

MITGLIEDER WERDEN ‚ABGEARBEITET‘



MITGLIEDER SIND AKTIV EINGEBUNDEN

DURCHSCHNITT IST ‚GUT GENUG‘;  
SCHNELLVERFAHREN



MANAGER SCHAFFEN MOTIVIERENDE ERLEBNISSE FÜR IHRE MITGLIEDER

AUSBREITUNG EINER GEWISSEN TRÄGHEIT



INNOVATION UND SCHNELLES HANDELN

MITARBEITER ERLEDIGEN NUR IHREN JOB



MITARBEITER FOLGEN IHRER BERUFUNG





# UNSERE PHILOSOPHIE

***RELATIONSHIPS  
BEYOND MEMBERSHIPS***  
***LES MILLS***



# WIE SEHEN BEZIEHUNGEN AUS, DIE ÜBER MITGLIEDSCHAFTEN HINAUSGEHEN?

Sie entstehen, wenn Mitglieder ihr Studio lieben.



A woman with blonde hair in a ponytail, wearing a black sports bra and leggings, is captured in a dynamic running pose against a grey, textured wall. Her hair is flying, and her body is angled forward, conveying a sense of motion and energy.

**6 STRATEGIEN ZUM AUFBAU VON  
BEZIEHUNGEN,  
DIE MEHR ALS EINE  
MITGLIEDSCHAFT SIND**

**LES MILLS**



STRATEGIE

01

GEBEN SIE IHREN MITGLIEDERN  
MOTIVATION

---



# MOTIVIEREN SIE IHRE MITGLIEDER

**Dies ist der größte Mehrwert, den Sie Mitgliedern bieten können und genau deshalb kommen sie in Ihr Studio.**

**01**

**MOTIVIEREN SIE IHRE MITGLIEDER**

**02**

**HELFEN SIE IHNEN, ERGEBNISSE ZU ERZIELEN**

**03**

**UNTERSTÜTZEN SIE IHRE MITGLIEDER IN IHRER LEIDENSCHAFT ZUM TRAINING**



**LES MILLS**

# MOTIVATION = ERGEBNISSE = MITGLIEDERBINDUNG

**DIE MEISTEN MITGLIEDER SIND NICHT MOTIVIERT GENUG, UM MEHR ALS EINMAL DIE WOCHE ZU KOMMEN**

Im Durchschnitt besucht ein Mitglied sein Studio 1,9 Mal pro Woche, aber...

**66%**

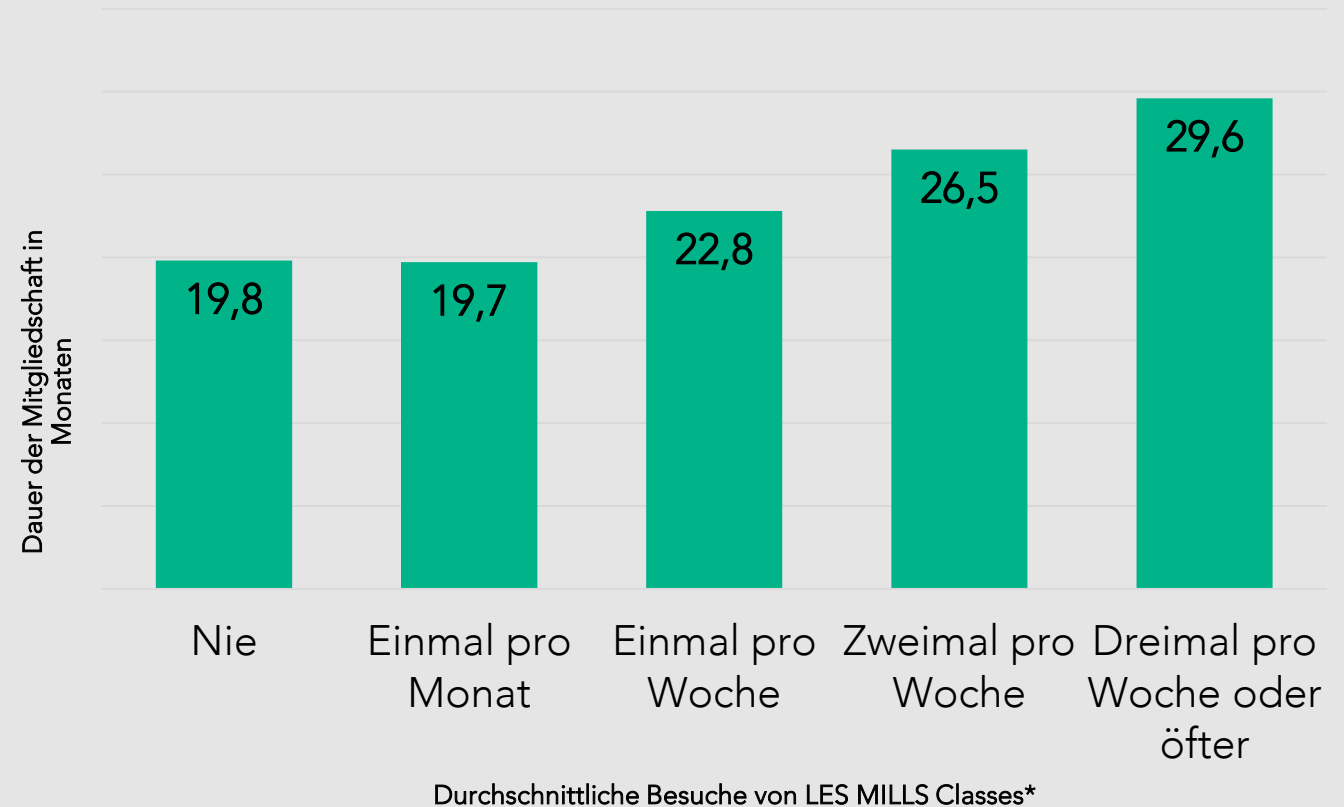
der Mitglieder besuchen ihr Studio weniger als 1,9 Mal pro Woche

**43%**

kommen weniger als einmal pro Woche

# MOTIVIERTE MITGLIEDER KOMMEN ÖFTER. MITGLIEDER, DIE ÖFTER KOMMEN, BLEIBEN IHREM STUDIO LÄNGER TREU.

Mitglieder, die LES MILLS Classes dreimal oder mehr pro Woche besuchen, bleiben einem Studio durchschnittlich **49,5 %** länger treu, als Mitglieder, die keine Classes besuchen.



QUELLE: Exploring trends in LES MILLS™ class attendance and the impact of attendance on membership metrics Les Mills & uk active Research Institute ° Base: All live and cancelled memberships





# MACHEN SIE DIE TEILNEHMERZAHL ZUR SCHLÜSSELKENNZAHL

**DARAN KÖNNEN SIE MESSEN, OB IHRE MOTIVATION  
ERFOLGREICH IST**

Mehr Mitglieder werden öfter bei Ihnen trainieren. Die Teilnehmerzahl ist die wichtigste Kennzahl in unserem Business. In der Realität wird sie von Studiobetreibern viel zu wenig beachtet.

**2** Besuche pro  
Woche pro  
Mitglied

**3-5** Workouts pro  
Woche, um  
echte Resultate  
zu erzielen

# MOTIVIEREN SIE IHRE MITGLIEDER, BEVOR ES JEMAND ANDERES TUT

WENN SIE IHRE MITGLIEDER  
MOTIVIEREN, SIND SIE WENIGER  
OFFEN FÜR GÜNSTIGERE ANGEBOTE  
UND EXTRAS ANDERER STUDIOS.



LES MILLS



# ZUSAMMENFASSUNG

- Finden Sie Ihre durchschnittlichen Teilnehmerzahlen heraus.
- Überlegen Sie sich jeden Tag, was Sie tun können, um Ihre Mitglieder motiviert zu halten.
- Machen Sie die Besuchshäufigkeit (Check-Ins) zur Schlüsselkennzahl.

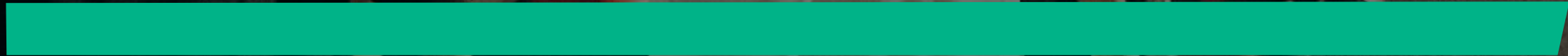




STRATEGIE

02

BEGEISTERN SIE SO VIELE MITGLIEDER  
WIE MÖGLICH VON SOZIALEM,  
ANGLEITETEM TRAINING







# WAS IST SOZIALES, ANGELEITETES TRAINING?

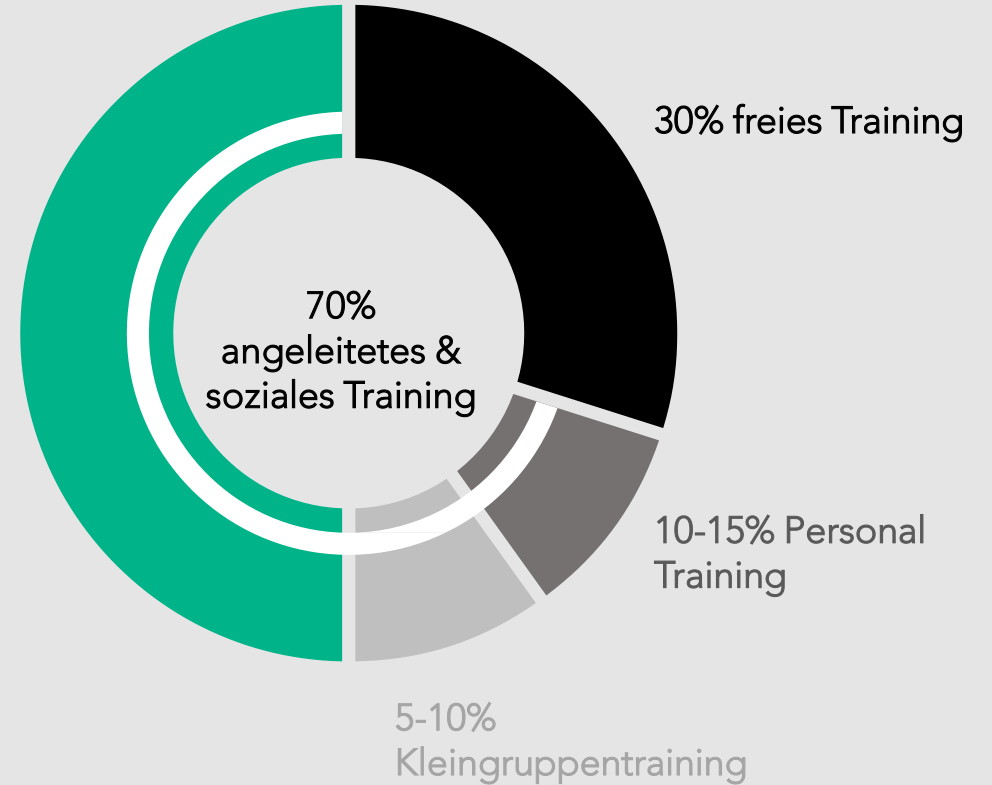
PERSONAL TRAINING  
SPORT-EVENT TRAINING  
GRUPPENFITNESS  
TEAM TRAINING

# 70/30 MASSSTAB FÜR HIGH-PERFORMANCE-STUDIOS

Beitrag zu wöchentlichen  
Studiobesucherzahl

**IHRE TEILNEHMERZAHL BEI  
GRUPPENFITNESS PRO WOCHE  
SOLLTE IHRER MITGLIEDERZAHL  
ENTSPRECHEN**

50%  
Gruppenfitness



# 4 BEREICHE GILT ES ZU BEACHTEN

1

**GRUPPEN-  
FITNESS**

2

**INSTRUKTOREN**

3

**STUDIO**

4

**KUNDEN  
NACHFRAGE**



# GRUPPENFITNESS: DIE STATISTIK

45%

geben Gruppenfitness  
als Grund für ihren  
Studiobesuch an

49,5%

Mitglieder, die LES MILLS  
Classes dreimal pro Woche  
oder öfter besuchen,  
bleiben einem Studio  
durchschnittlich 49,5 %  
länger treu, als Mitglieder,  
die keine Classes besuchen

QUELLE: \*How Do The Activities Members Usually Take Part in and How Often They Attend Affect Loyalty? Report by CEA in association with TRP \*\*Exploring trends in LES MILLS™ class attendance and the impact of attendance on membership metrics Les Mills & ukactive Research Institute



# 1,9x

Der von IHRSA ermittelte Wert von 1,9 Studiobesuchen pro Woche pro Mitglied entspricht der Hälfte der...

# 4x

...Mitglieder, die an Gruppenfitness teilnehmen und durchschnittliche 4 Mal pro Woche ihr Studio besuchen

# DIE MACHT DER GRUPPENFITNESS

22%

LES MILLS Teilnehmer bleiben drei Jahre oder länger Mitglied in ihrem Studio im Vergleich zu Mitgliedern, die nur auf der Fitnessfläche trainieren.

18%

Gruppenfitnessteilnehmer sprechen sich stärker für ihr Studio aus und empfehlen es durchschnittlich an vier Nichtmitglieder weiter. 10 % haben ihr Studio an 10 oder mehr Nichtmitglieder weiterempfohlen.

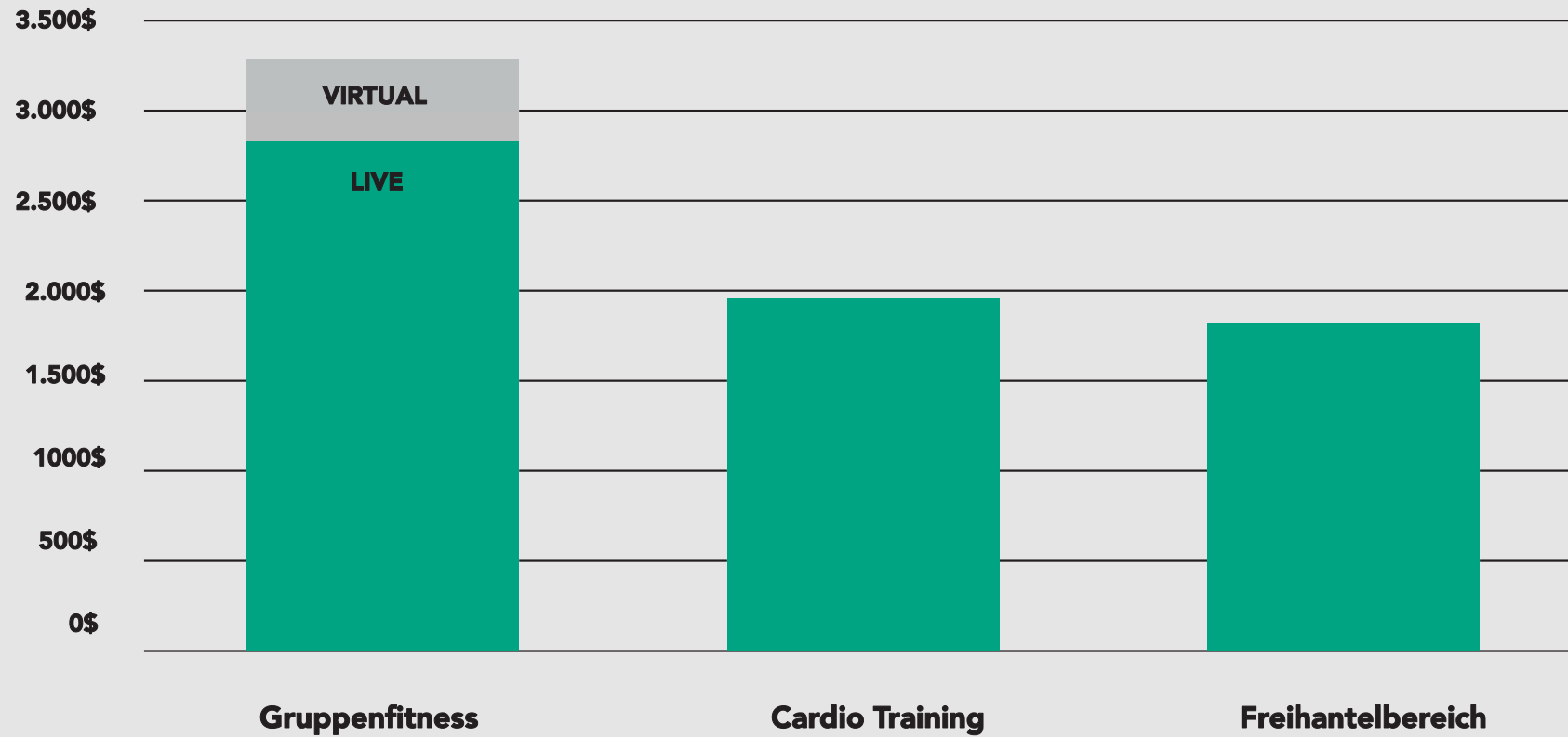


A group fitness instructor, a woman with her hair in a bun and wearing a black sports bra and leggings, is leading a class in a gym. She is wearing a headset microphone and has her arms outstretched. In the background, there are red and black exercise balls. Other participants are visible, some with their arms raised. The overall scene is energetic and focused on fitness.

**GRUPPENFITNESS IST  
GUT FÜRS GESCHÄFT**

**LES MILLS**

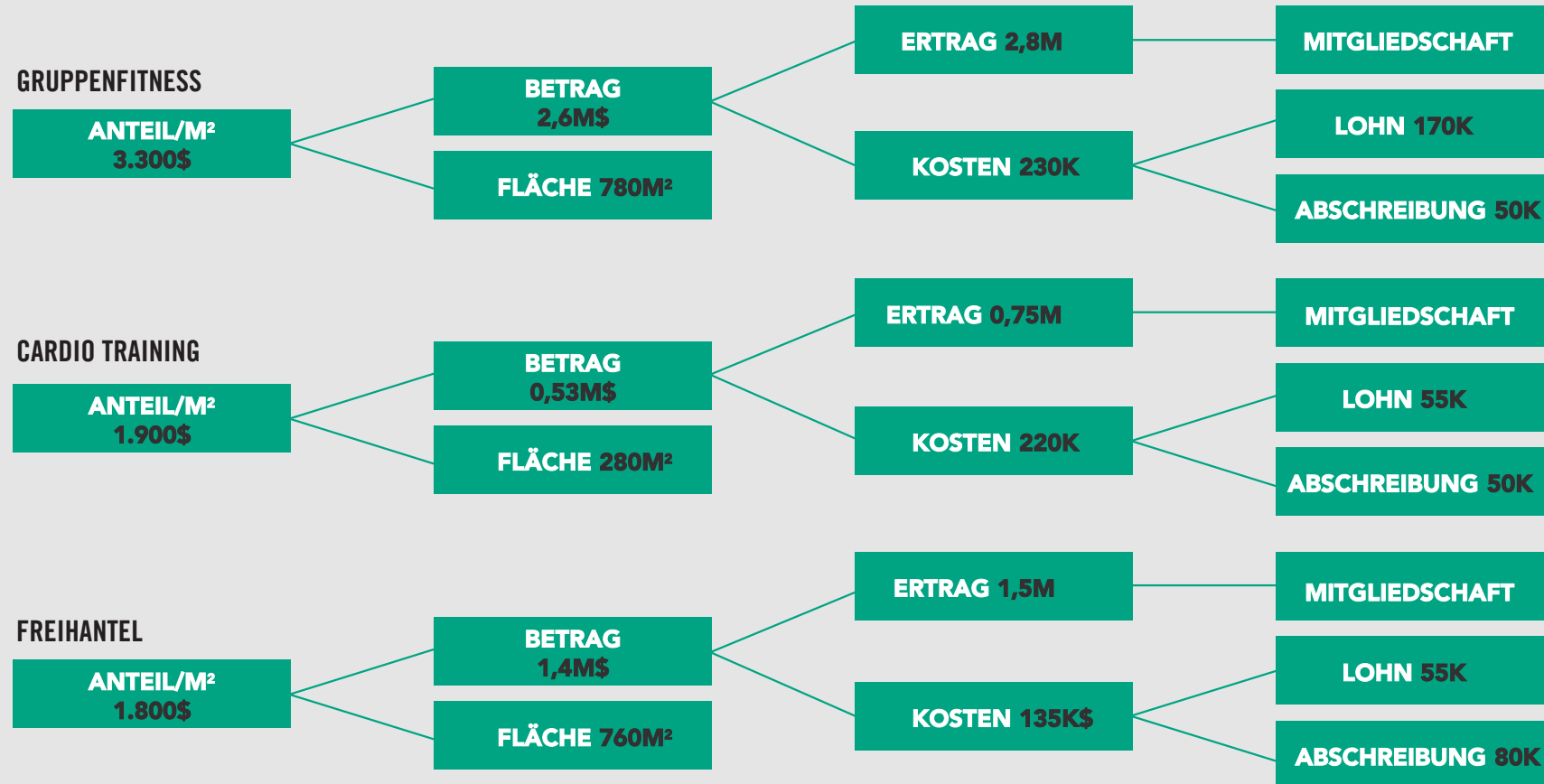
# GRUPPENFITNESS IST PROFITABLER PRO M<sup>2</sup>



QUELLE: IHRSA data, Capacity Evaluation Workbook. Typisches Studio Beispiel: GX Bereich = 780m<sup>2</sup>.

NB. Andere Nutzen, wie erhöhte Kundenbindung, erhöhte Weiterempfehlungen und Preise sind hierbei nicht berücksichtigt.

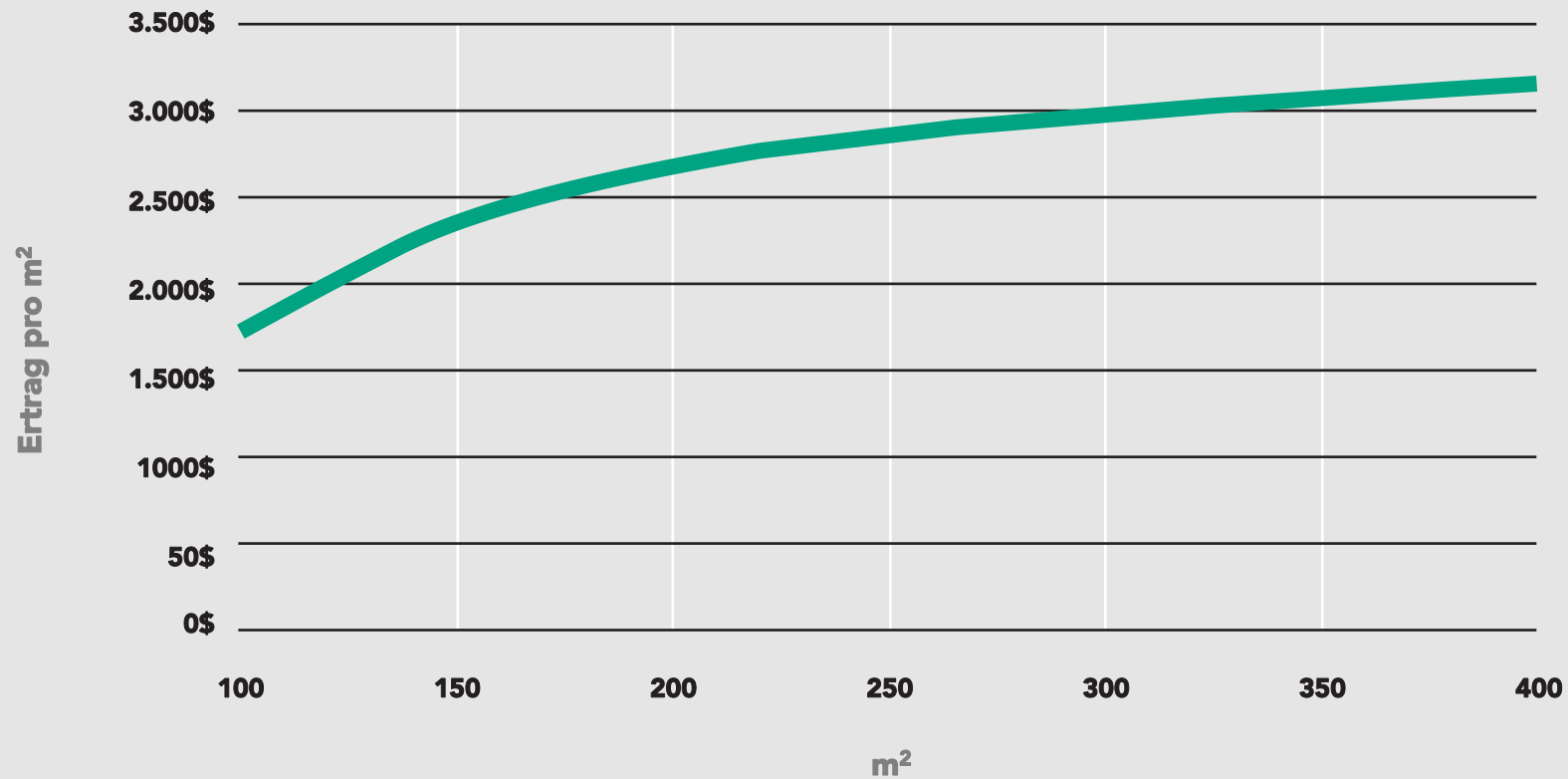
# WARUM GRUPPENFITNESS PROFITABLER IST



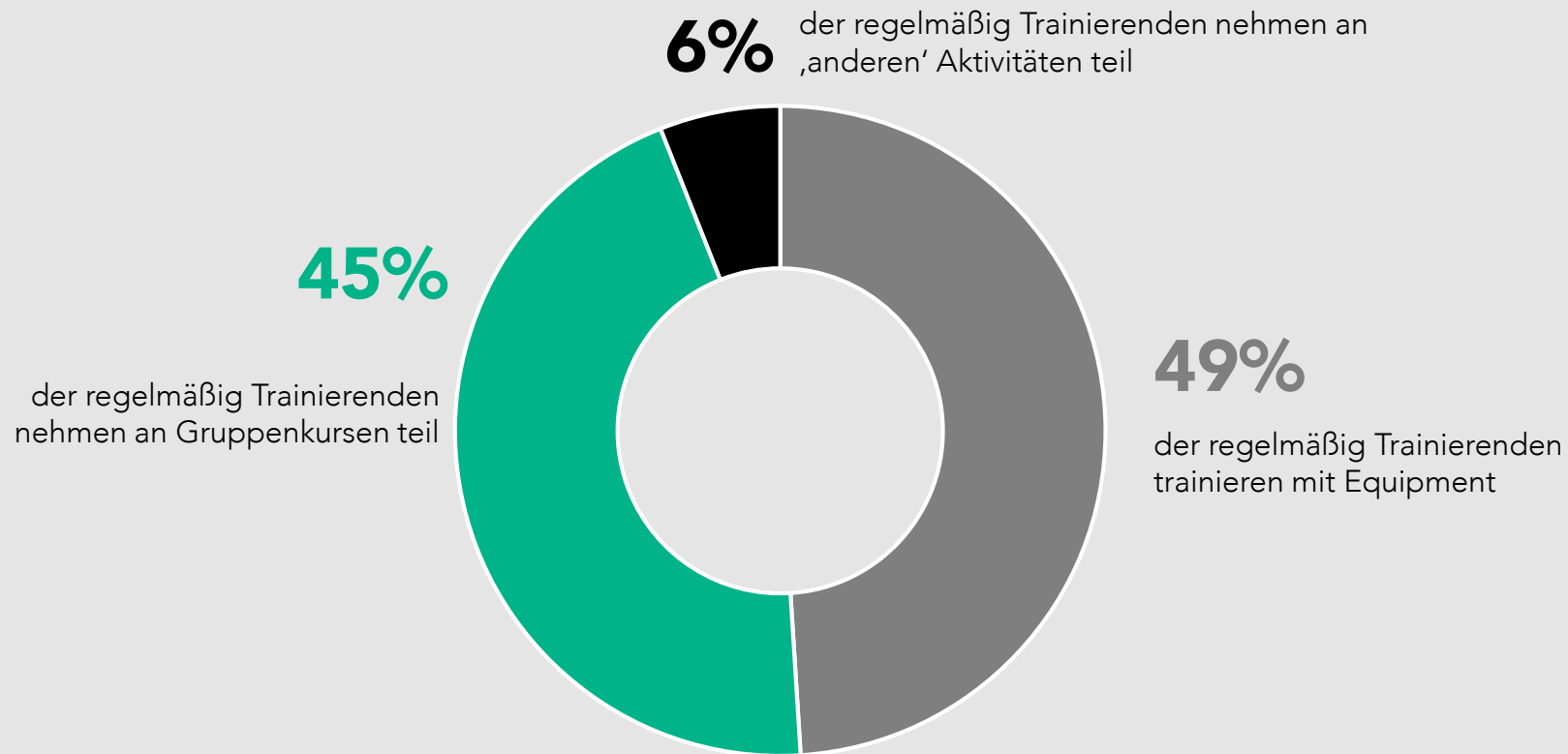


# GRÖßERE GRUPPENFITNESSRÄUME SIND BESSER

Da Erträge schneller  
wachsen als Kosten



# WIDMEN SIE 45 % IHRER STUDIOGRUNDFLÄCHE, IHRER AUFMERKSAMKEIT, IHRER ZEIT & IHRER INVESTITION DER GRUPPENFITNESS?





**BERÜCKSICHTIGEN  
SIE BEDÜRFNISSE  
IHRER KUNDEN**

**LesMILLS**

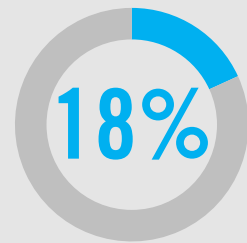


# WIR KÖNNEN IHNEN HELFEN IHREN KURSPLAN ZU OPTIMIEREN

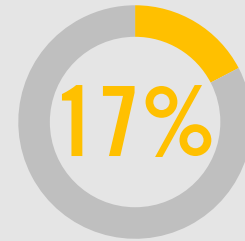
Nur 6 Programme machen bereits 81 % der weltweiten Gruppenfitness-Teilnahmen aus. Vergleichen Sie Ihre Kursplanmöglichkeiten anhand globaler Referenzwerte. Aber bedenken Sie, dass einzelne Studios sich unterscheiden.



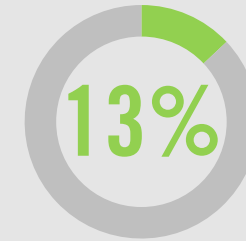
Kraft



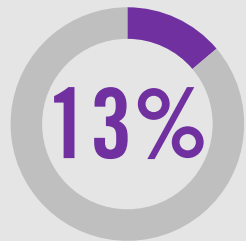
Cycle



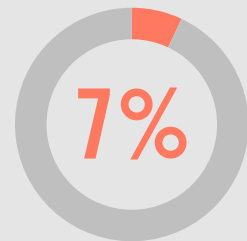
Tanz



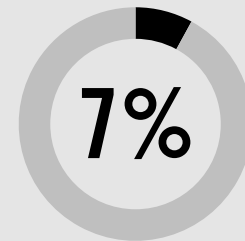
Mind/Body



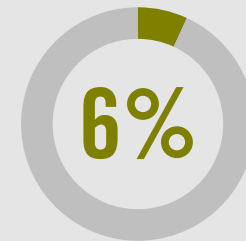
Andere



Core



HIIT



Martial Arts/Boxen

# WIR HABEN EINE LÖSUNG FÜR JEDE KATEGORIE

**KRAFT & GEWICHTE**

**MIND & BODY**

**MARTIAL ARTS**

**HIIT**

**CYCLING**

**DANCE**

**KINDERTRAINING**



**LES MILLS**



# INSTRUKTOREN

## REKRUTIEREN SIE MEHR INSTRUKTOREN UND BILDEN SIE SIE BESTMÖGLICH AUS UND WEITER

Ihre Instruktoren sind Ihr Aushängeschild und Ihr bestes Mittel, um langfristige Beziehungen zu Ihren Mitgliedern aufzubauen.

Je mehr Zeit die Mitglieder beim angeleiteten Training mit einem gut ausgebildeten und motivierten Instruktor verbringen, desto besser.

Sie bleiben wesentlich länger motiviert, erzielen die gewünschten Ergebnisse und verlieben sich in Fitness.





**VERVOLLSTÄNDIGEN SIE IHR  
LIVE-GRUPPENFITNESSANGEBOT  
MIT VIRTUELLEM TRAINING**

**LES MILLS**

# WIE MAN VIRTUAL ERFOLGREICH UMSETZT

DAS KURSRAUMSETUP IST WICHTIG &  
ERFORDERT STÄNDIGE VERBESSERUNG

Eine hohe Qualität ist entscheidend:



Coaching



Workouts



Musik



Videos

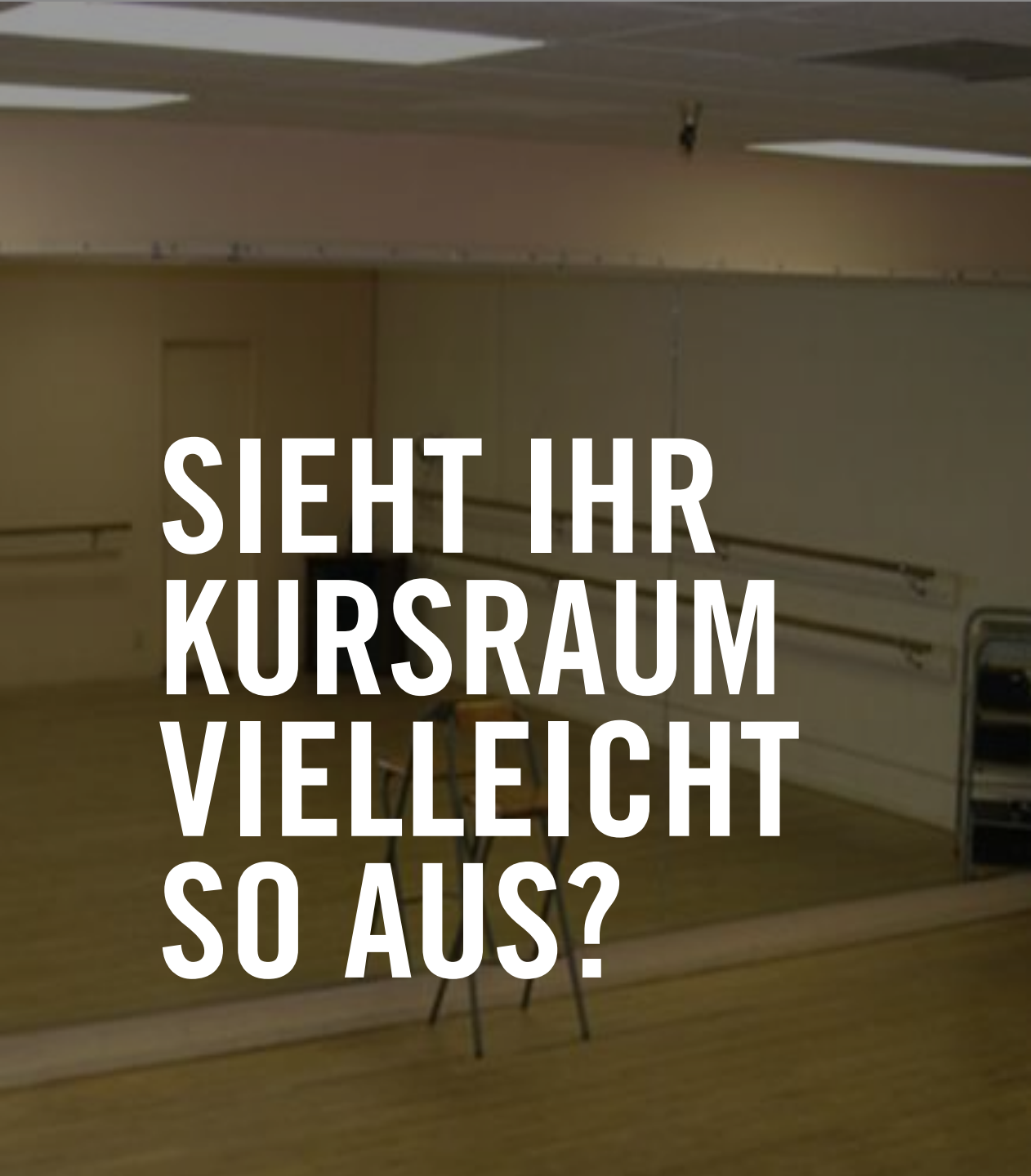
# WIR KÖNNEN IHNEN HELFEN IHREN KURSPLAN ZU OPTIMIEREN

ZEIT	MONTAG	DIENSTAG	MITTWOCH	DONNERSTAG	FREITAG
06:30	<b>BODYPUMP</b>	<b>RPM</b>	<b>BODYPUMP</b>	<b>RPM</b>	<b>BODYPUMP</b>
07:30	<b>RPM</b>	<b>BODYPUMP</b>	<b>RPM</b>	<b>BODYPUMP</b>	<b>BODYFLOW</b>
.....>	.....>	.....>	.....>	.....>	.....>
09:30	<b>BODYSTEP</b>	<b>BODYFLOW</b>	<b>BODYSTEP</b>	<b>BODYFLOW</b>	<b>RPM</b>
10:30	<b>töne</b>		<b>töne</b>		<b>töne</b>
.....>	.....>	.....>	.....>	.....>	.....>
12:10	<b>BODYCOMBAT</b>	<b>RPM</b>	<b>BODYPUMP</b>	<b>RPM</b>	<b>BODYCOMBAT</b>
13:10	<b>BODYPUMP</b>	<b>BODYSTEP</b>	<b>BODYCOMBAT</b>	<b>BODYSTEP</b>	<b>BODYPUMP</b>
.....>	.....>	.....>	.....>	.....>	.....>
17:10	<b>BODYATTACK</b>	<b>BODYPUMP</b>	<b>BODYSTEP</b>	<b>BODYPUMP</b>	<b>RPM</b>
18:10	<b>BODYPUMP</b>	<b>BODYATTACK</b>	<b>BODYPUMP</b>	<b>BODYCOMBAT</b>	<b>BODYJAM</b>
19:10	<b>BODYFLOW</b>	<b>BODYJAM</b>	<b>RPM</b>	<b>BODYFLOW</b>	





**MACHEN SIE IHR STUDIO ZU  
EINEM ORT, AN DEM  
MENSCHEN GERNE  
TRAINIEREN**



**SIEHT IHR  
KURSRAUM  
VIELLEICHT  
SO AUS?**



**LES MILLS**



# RIDE

ODER SO?



LesMILLS



# ZUSAMMENFASSUNG

**Sind Sie darauf vorbereitet, Ihr Potenzial für soziales und angeleitetes Training zu maximieren?**

- Studiogrundfläche (ausreichend Platz für bestimmte Trainingsformen)
- Instruktoren
- Programme
- Kursplanerstellung
- Kursraum

**Auf welchen Bereich möchten Sie sich als erstes konzentrieren?**



STRATEGIE

03

BEGEISTERN SIE IHRE MITGLIEDER  
VOM ERSTEN TAG AN



# DIE ERSTEN 6 WOCHEN SIND ENTSCHEIDEND

## DIE ERSTEN 6 WOCHEN SIND KRITISCH

Erfolg nimmt sechs Monate harte Arbeit in Anspruch und erfordert besondere Konzentration und Unterstützung. Bis zu diesem Zeitpunkt ist die Gefahr besonders hoch, dass neue Mitglieder in alte Gewohnheiten zurückfallen.

6 WOCHEN

6 MONATE

1 JAHR





# WAS LÄUFT SCHIEF?

Neue Mitglieder mit wenig bis gar keiner Trainingserfahrung sind am ehesten gefährdet wieder zu kündigen.

57,5 %, die ihre Mitgliedschaft kündigen, sehen keinen Mehrwert im Training, fühlen sich nicht ausreichend betreut oder trainingswissenschaftlich aufgeklärt.



# MITGLIEDER AUF DEN RICHTIGEN WEG BRINGEN

UM NEUE MITGLIEDER BESTMÖGLICH BEI IHREM START ZU UNTERSTÜTZEN, EIGNET SICH BESONDERS DIE ERSTELLUNG EINES TRAININGSPLANS, DER SPEZIELL AUF IHRE BEDÜRFNISSE ZUGESCHNITTEN IST.



# ERSTELLUNG EINES INDIVIDUELLEN TRAININGSPANS

Lernen Sie Ihre Mitglieder kennen.  
Konzentrieren Sie sich auf 5 Bereiche:

01

**Ziele und Motivationstreiber**

02

**Zeitliche Verfügbarkeit für das  
Training pro Woche**

03

**Trainingsvorlieben**

04

**Zeitliche Verfügbarkeit für das  
Training pro Woche**

05

**Budget**





# LOS GEHT DIE REISE

Jetzt sollten Sie darauf vorbereitet sein, Ihren Neukunden einen persönlichen Maßnahmenplan zu liefern, mit dem sie ihre Ziele erreichen.

## Die nächsten 4 wichtigen Schritte:

01

Vermitteln Sie Ihren Mitgliedern, was sie tun sollten, um einen gesünderen Lebensstil zu erlangen und ihre Ziele zu erreichen:  
Häufigkeit – Dauer  
Aktivitätsart – Intensität

02

Geben Sie konkrete Empfehlungen, was Mitglieder in Ihrem Studio wann und warum tun sollten – zeigen Sie ihnen ihre Möglichkeiten und machen Sie es ihnen einfach.

03

Erklären Sie Ihren Mitgliedern, wie sie anfangen sollen – erstellen Sie einen Trainingsplan für die ersten 6 Wochen.

04

Besprechen Sie die nächsten Schritte – Intensität/HIIT vs. Trainingsumfang



# DIE EINBINDUNG NEUER MITGLIEDER IST EINE TEAM-AUFGABE

Jeder Mitarbeiter Ihres Studios sollte sich auf dieses Ziel fokussieren. Schaffen Sie vom ersten Tag an zahlreiche Möglichkeiten, um neue Mitglieder zu unterstützen und stellen Sie so von Beginn an eine starke Bindung sicher.

Das sollte nicht nur bei Trainingseinweisungen geschehen.

# WIR LIEFERN ALLE ERFORDERLICHEN HILFSMITTEL FÜR DEN START NEUER MITGLIEDER

## SMART START WORKOUT PLANNER

NAME: \_\_\_\_\_

CARDIO ACTIVITIES: \_\_\_\_\_

STRENGTH ACTIVITIES: \_\_\_\_\_

CORE ACTIVITIES: \_\_\_\_\_

FLEXIBILITY ACTIVITIES: \_\_\_\_\_

WEEK	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
1							
2							
3							
4							
5							
6							

Follow the SMART START Six Week Fitness Schedule as a guide to gradually increasing your workout times. [lesmills.com/smartstart](http://lesmills.com/smartstart)

	DESCRIPTION	DURATION	INTENSITY	EQUIPMENT	RESULTS
<b>LES MILLS BODYPUMP</b>	BODYPUMP™ is a weights class for absolutely everyone. Ideal for light to moderate weights with lots of repetition based, BODYPUMP gives you a total body workout that burns lots of calories.	55 Minutes	Moderate to high intensity	Barbell, plates & high-adjustable step	Increases strength & endurance Tones & shapes Helps maintain bone health
<b>LES MILLS BODYCOMBAT</b>	BODYCOMBAT™ is a high energy martial arts inspired workout. You'll learn how to punch, kick and strike your way to superior fitness and strength.	55 Minutes	High intensity	NI	Tones & shapes Increases strength & endurance Builds self-confidence
<b>LES MILLS BODYBALANCE</b>	BODYBALANCE™ is a new yoga class for anyone and everyone. It uses a range of movements and motion set to music that will improve your mind, your body and your life.	55 Minutes	Low intensity	Yoga mat optional	Improves joint flexibility & range of motion Tones & shapes Enhances mental well-being
<b>LES MILLS RPM</b>	RPM™ is an indoor cycling class, set to the rhythm of motivating music. It burns a lot of calories and gets you fit.	45 Minutes	Moderate to high intensity	Indoor stationary bike	Improves heart & lung fitness Increases leg strength & endurance
<b>LES MILLS BODYATTACK</b>	BODYATTACK™ is a high energy fitness class with moves that combine aerobic movements like running, lunging and jumping with strength exercises such as push-ups and squats.	55 Minutes	High intensity	NI	Improves agility, coordination, strength & endurance Improves heart & lung fitness
<b>LES MILLS BODYSTEP</b>	BODYSTEP™ is a full body cardio workout that gets everyone from new comers to fitness veterans energized. This class will really tone your butt and thighs.	55 Minutes	Moderate to high intensity	High-adjustable step, optional weight plates	Improves heart and lung fitness, agility & coordination Increases strength & endurance
<b>LES MILLS BODYVIVE 3.1</b>	BODYVIVE™ 3.1 features the optimal mix of strength, cardio and core training. This is a great cross training option for busy people on the go!	55 Minutes	Low to moderate intensity	Resistance tube	Improves heart & lung fitness Tones & shapes Strengthens the core Reduces stress
<b>LES MILLS BODYJAM</b>	BODYJAM™ is the ultimate combination of music, culture and dance. If you want to dance, there's nothing like it.	55 Minutes	Moderate to high intensity	NI	Burns calories Tones & shapes Develops self-expression Improves coordination
<b>LES MILLS SHBAM</b>	SHBAM™ is a fun, fast, mind-blowing, manly-addictive dance workout. Your instructor will guide you through simple (yet saasy) dance moves, all set to a party playlist.	45 Minutes	Moderate intensity	NI	Burns calories Tones & shapes Develops self-expression Improves coordination
<b>LES MILLS CXWORX</b>	CXWORX™ provides the vital ingredient for a stronger body while chiseling your waist line. A stronger core makes you better at all things you do - it's the glue that holds everything together.	30 Minutes	Moderate to high intensity	Resistance tube Weight plates	Tightens & tones Core muscles improve functional strength for balance, mobility & injury prevention
<b>LES MILLS GRIT</b>   STRENGTH	LES MILLS GRIT™ Strength is a 30-minute high-intensity interval training workout, designed to improve strength and build lean muscle. This workout uses barbells, weight plate and body weight exercises to blast all major muscle groups.	30 Minutes	High intensity	Barbell, plates and sometimes you'll need a high-adjustable step	Rapidly improve strength Increase lean muscle Get fit fast
<b>LES MILLS GRIT</b>   CARDIO	LES MILLS GRIT™ Cardio is a 30-minute high-intensity interval training workout that improves cardiovascular fitness, increases speed and maximises calorie burn.	30 Minutes	High intensity	NI	Rapidly improve cardiovascular fitness Increase speed Maximise calorie burn during the workout
<b>LES MILLS GRIT</b>   PLYO	LES MILLS GRIT™ Plyo is a 30-minute high-intensity interval training plyometric-based workout, designed to make you perform like an athlete.	30 Minutes	High intensity	A few heavy plates and sometimes you'll need a high-adjustable step	Rapidly improve athletic performance Increase metabolism Build a lean, athletic body

\*Shorter class formats available



# SMART START: EIN SICHERER FITNESS-EINSTIEG

## THE FIRST STEP TO FITNESS ISN'T A LEAP.

THE KEY TO LONG-TERM FITNESS IS TO START SLOW, BUILD STEADILY AND ENJOY YOURSELF. USE THE FITNESS SYSTEM PROVEN TO HELP.

GET RESULTS LIKE THESE AND KEEP THEM.

5% INCREASE IN TOTAL BODY FAT LOSS

57% INCREASE IN MUSCLE RETENTION

16% INCREASE IN BONE DENSITY



ASK AT RECEPTION FOR MORE INFORMATION AND A WORKOUT SCHEDULE.

LesMILLS

LESMILLS.COM

## DID YOU KNOW?

A study conducted by **Pennsylvania State University** introduced **25 inactive adults** to group fitness slowly by allowing them to 'dip their toes' into exercise. The result was that **20** of the group never missed a workout in **30 weeks**. Not only this, they lost body fat, gained lean muscle and prevented the chances of developing cardiovascular disease. This led to **Smart Start**.



LesMILLS

LESMILLS.COM

## TAKE IT IN STEPS

When it comes to motivation, our brains are wired to avoid pain. To overcome this, we need to start slow and build up our fitness levels gradually. This is the key to long-term success.

The good news is that it's never too late to start. The key is to start slow and build up your fitness levels gradually. This is the key to long-term success.

1

### CONTROL YOUR WORKOUT

Take control of your workout by starting with a low intensity, low impact activity. This allows you to build up your fitness levels gradually and avoid injury. Focus on consistency and enjoyment, not on pushing yourself too hard.

2

### EMBRACE YOUR SLOW PROGRESS

It's important to remember that fitness is a journey, not a destination. Celebrate your small wins and focus on the progress you are making. This will help you stay motivated and committed to your fitness goals.

3

### CELEBRATE THE SMALLER WINS

Focus on the smaller wins and celebrate them. This will help you stay motivated and committed to your fitness goals. Remember, every step you take is a step towards a healthier you.

## FOLLOW A PLAN

### SIX WEEK WORKOUT SCHEDULE

WEEK	CLASS	CLASS	CLASS
1	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins
2	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins
3	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins
4	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins
5	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins
6	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins

### THE NEXT 12 WEEKS CHALLENGE

WEEK	CLASS	CLASS	CLASS
7	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins
8	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins
9	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins
10	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins
11	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins
12	1x 30 mins	1x 30 mins	1x 30 mins

The SMART START fitness schedule is proven to reduce risk of cardiovascular disease and improve overall health.

**CARDIO** - Improves cardiovascular health and helps to burn calories.

**STRENGTH** - Increases muscle mass and helps to burn calories.

**COORDINATION** - Improves balance and helps to prevent falls.

**PERFORMANCE** - Improves overall fitness and helps to burn calories.



# ZUSAMMENFASSUNG

- Definieren Sie Ihren Einbindungsprozess
- Verwenden Sie die richtigen Hilfsmittel
- Setzen Sie es um

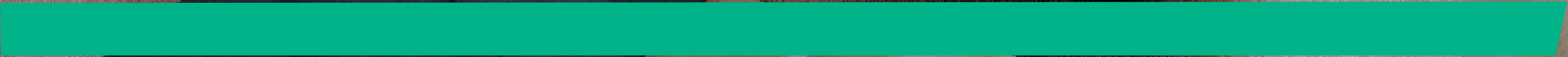




STRATEGIE

04

SCHAUEN SIE ÜBER  
IHR STUDIO HINAUS





# ERWEITERN SIE DAS LEISTUNGSVERSPRECHEN IHRES STUDIOS UM EINE ‚AT HOME‘/ONLINE-KOMPONENTE

## 01

Schützen Sie Ihr Einzugsgebiet

## 02

Mitgliederbindung & Relevanz der Verordnung von Fitness am Point-of-Sale.

## 03

Steigern Sie den durchschnittlichen Ertrag pro Mitglied, indem Sie Premium Mitgliedschaften (oder sonstige Erweiterungen) verkaufen.

## 04

Nehmen Sie wieder mit potenziellen und inaktiven Mitgliedern Kontakt auf. 21 % der Erwachsenen war bereits einmal Mitglied in einem Fitnessstudio und 31 % von ihnen würden eine erneute Mitgliedschaft in Erwägung ziehen. Die Möglichkeiten für Studios sind riesig!

## 05

Gewinnen Sie mehr Mitglieder

# LES MILLS ON-DEMAND – DER IDEALE STUDIOPARTNER

## HEIMFITNESSLÖSUNG FÜR IHRE MITGLIEDER

- Riesige Sammlung an bewährten Workouts
- Individuelle Online-Versionen der beliebtesten Fitnesskurse, die in 20.000 Fitnessstudios auf der ganzen Welt unterrichtet werden
- Die höchste Qualität an Workouts, Instruktoren und Filmproduktionen
- Regelmäßige Aktualisierungen basierend auf den neuesten Forschungsergebnissen
- Alle wichtigen Trainingsformen von Gruppenfitness werden abgedeckt
- Bereitstellung über fast alle gängigen Geräte und Plattformen



## DIE EINZIGE PLATTFORM ZUR EINBINDUNG UND BETREUUNG DES STUDIOMARKTS

- Komplettlösung für technische und Businessmodelle
- Kein Risiko, keine Investition
- Die einzige Lösung, die Menschen zu ihnen bringt und nicht von ihnen weg



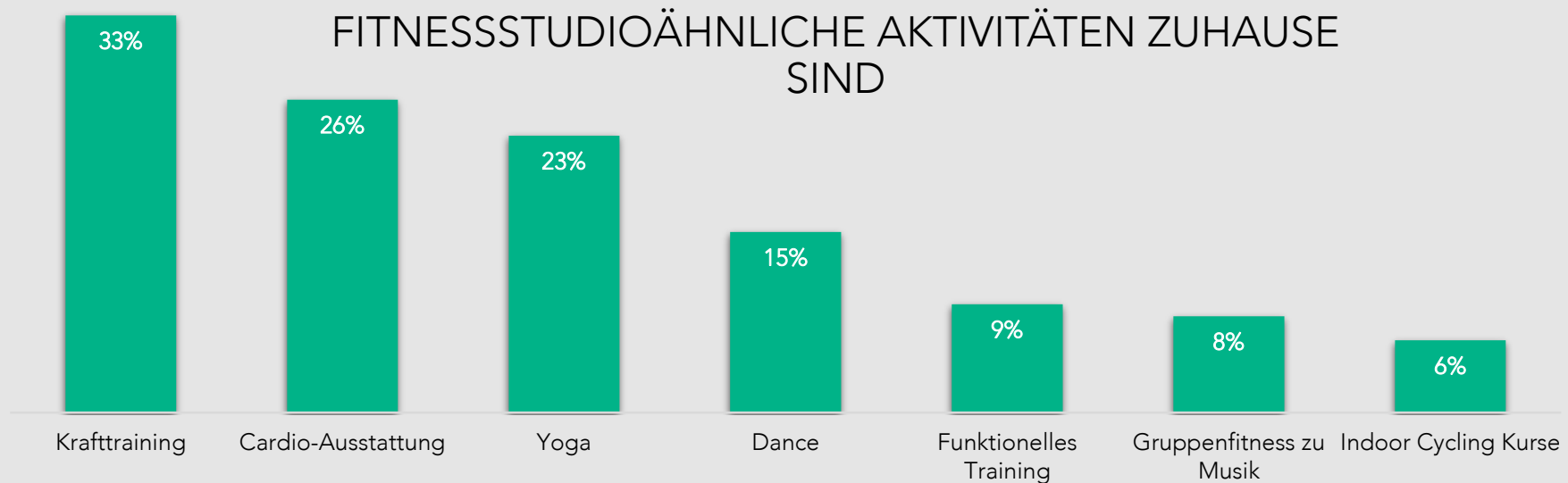
**LesMILLS**

# DER APP-EFFEKT

85%



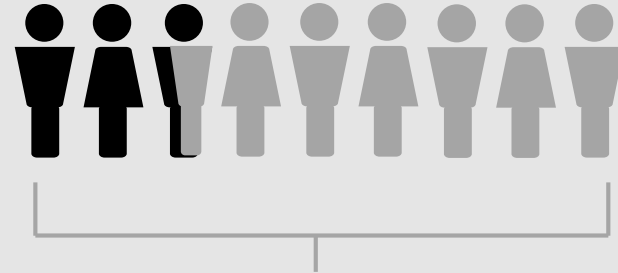
85 % der regelmäßigen und gelegentlichen Studiomitglieder trainieren auch Zuhause. Heimfitness ist daher eine sinnvolle Ergänzung zum Studiobesuch.





# DER APP-EFFEKT

23%

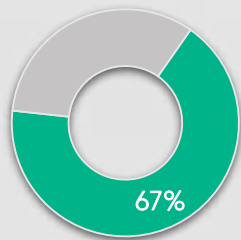


100%

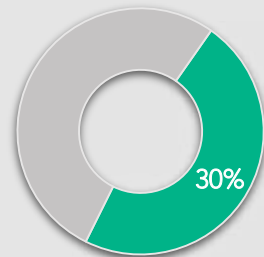
der regelmäßig Trainierenden, absolvieren Online- oder App-Workouts .

mehr Nutzung von Online-Trainings/Apps in den letzten 5 Jahren.

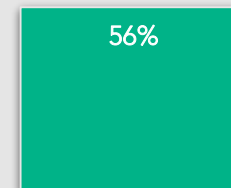
Studiomitglieder



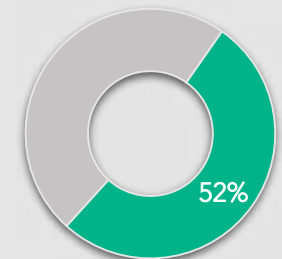
Intensiv Trainierende (5-6 Mal pro Woche)

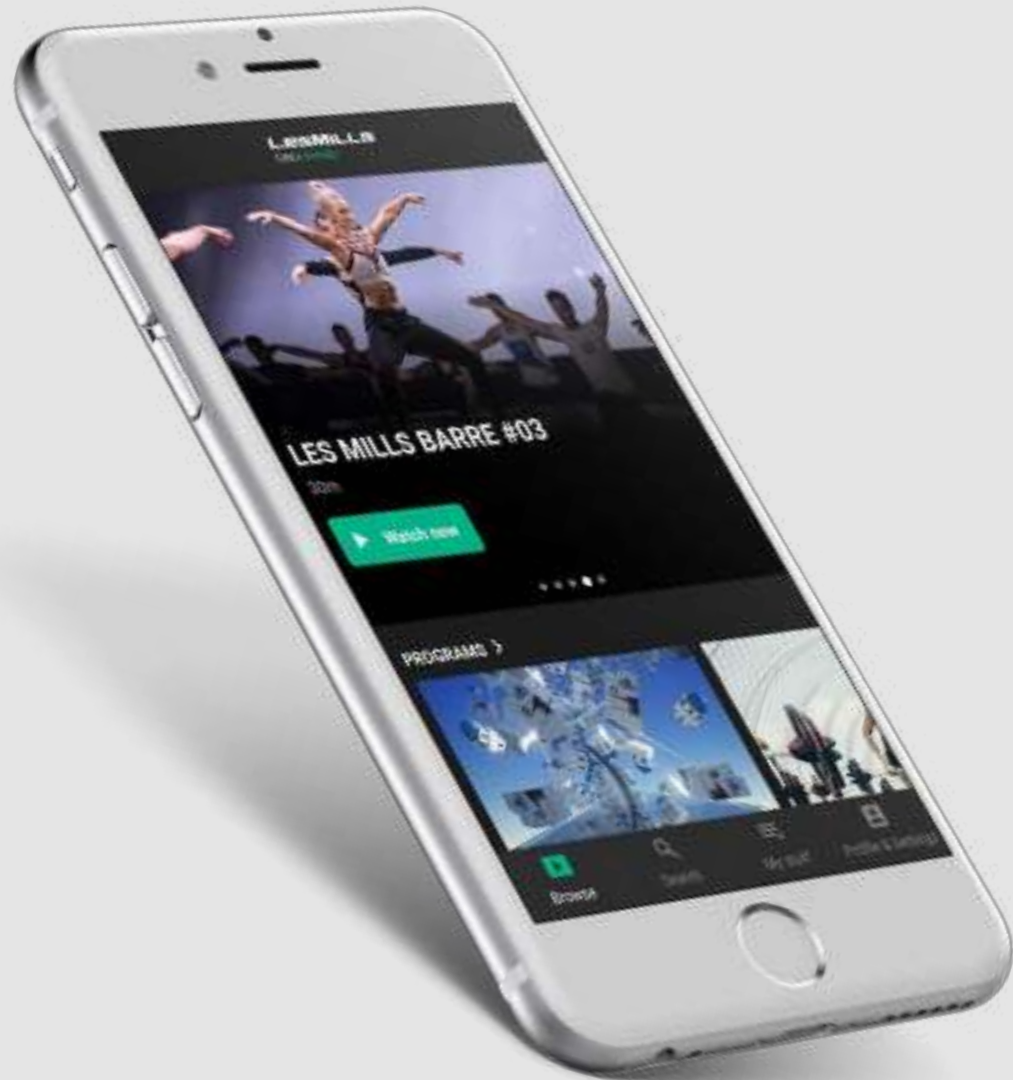


Jüngere Generationen (Millennials 28 % & Gen-Z 28 %)



Frauen





# VOLL INTEGRIERTE LÖSUNG NETPULSE PARTNERSHIP

Ein integriertes mobiles Markenerlebnis.

Damit Studios mit ihren Mitgliedern in Kontakt bleiben können, integrieren Sie LMOD in Ihre eigene Studio-App, um Mitglieder zu gewinnen und zu binden.

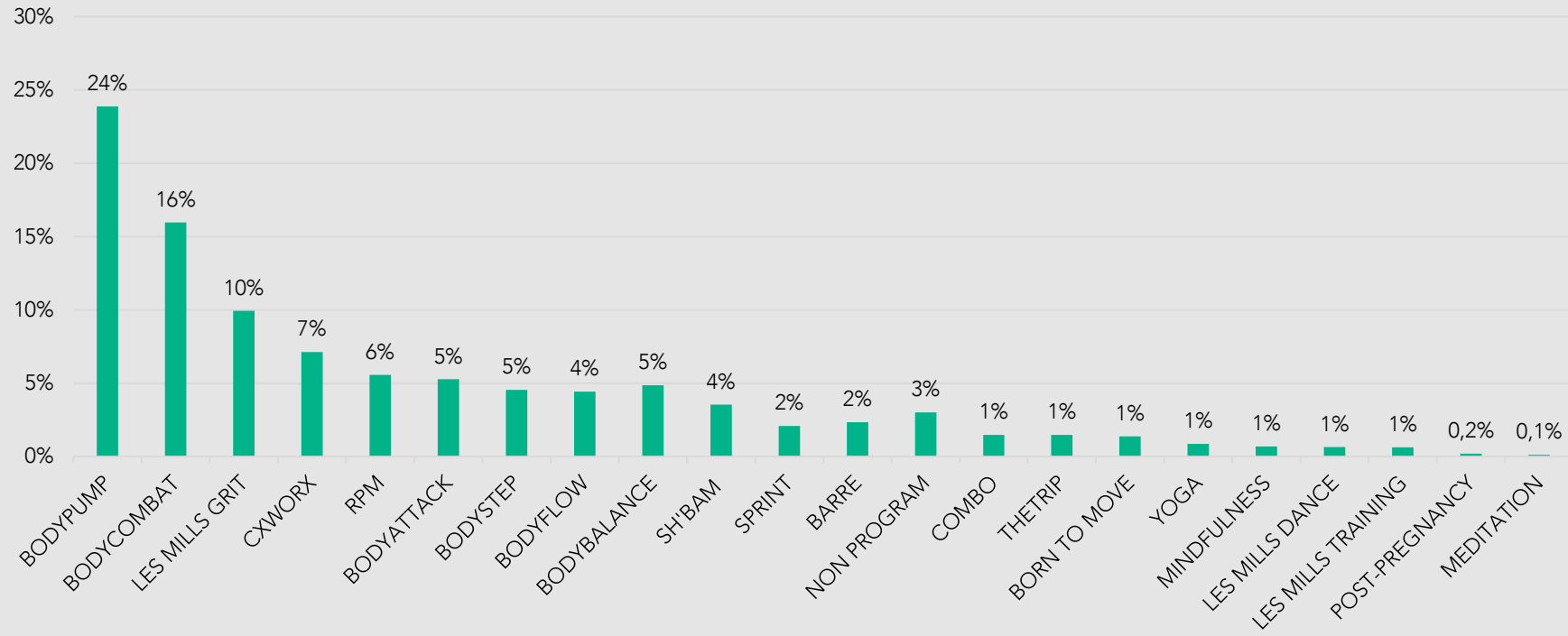
Ermöglichen Sie es Ihren Mitgliedern, sich bei LMOD anzumelden, indem sie die LMOD Kachel in der studioeigenen App auswählen.

Integrieren Sie LMOD in neuen oder bestehenden Mitgliedschaftsstufen. So eröffnen Sie eine neue Einnahmequelle und erhöhen die Mitgliedschaftsrendite.

Sie sind noch nicht bei der digitalen App-Revolution dabei? Netpulse arbeitet mit Ihnen an Ihrer eigenen benutzerdefinierten App, einschließlich LMOD.

# ERKENNTNIS: LMOD NUTZUNG – BODYCOMBAT, BODYPUMP & GRIT = MEISTGESEHENEN PROGRAMME

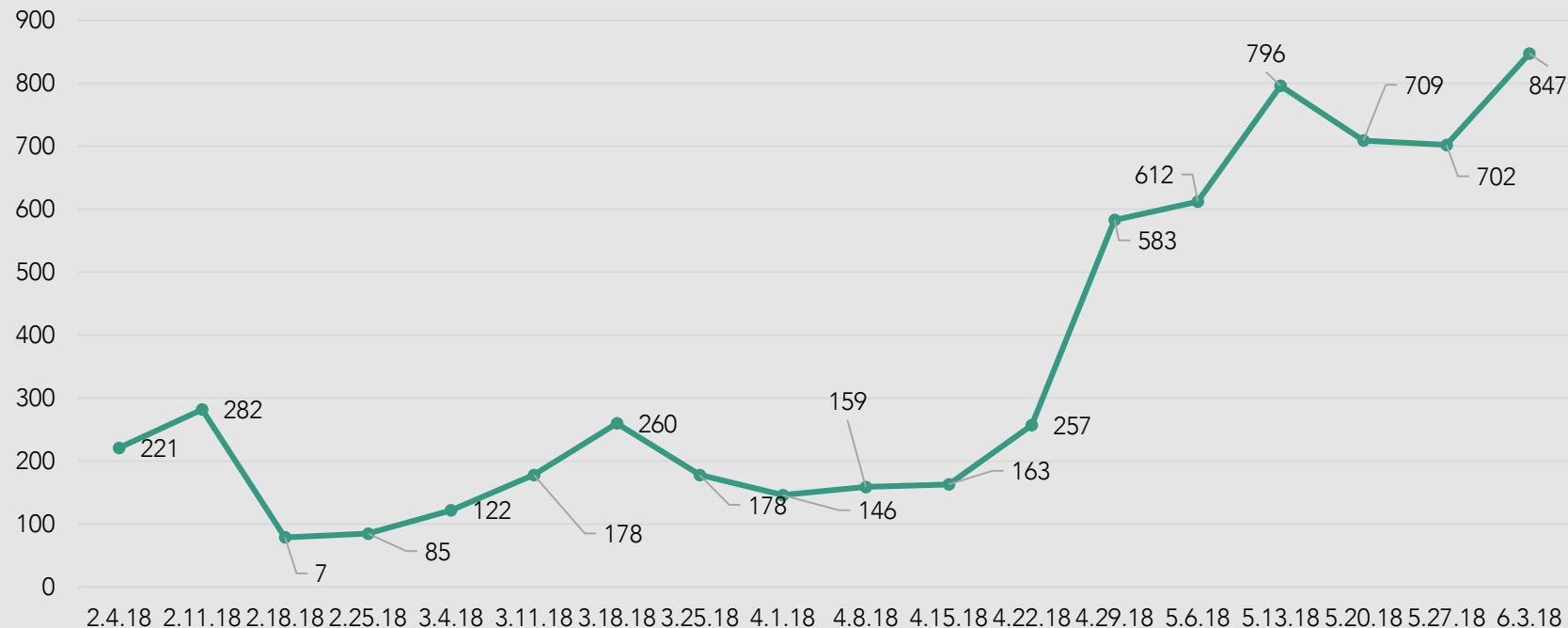
**% aller angeschauten Videos**





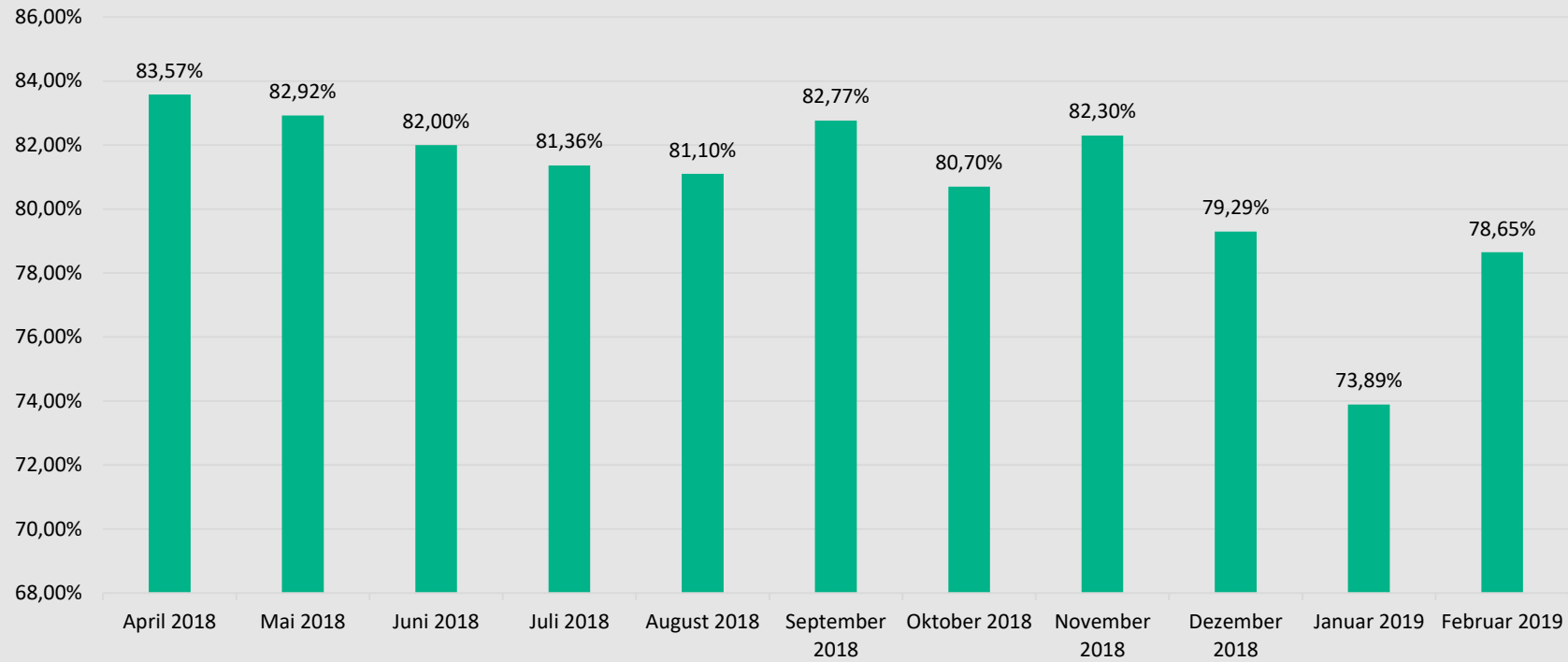
# ERKENNTNIS: ZAHL DER ABONNENTEN VON ONLINE-TRAINING ODER APPS AUF DER SUCHE NACH LIVE CLASSES WÄCHST

## „Finde eine Class“-Seitenbesuche



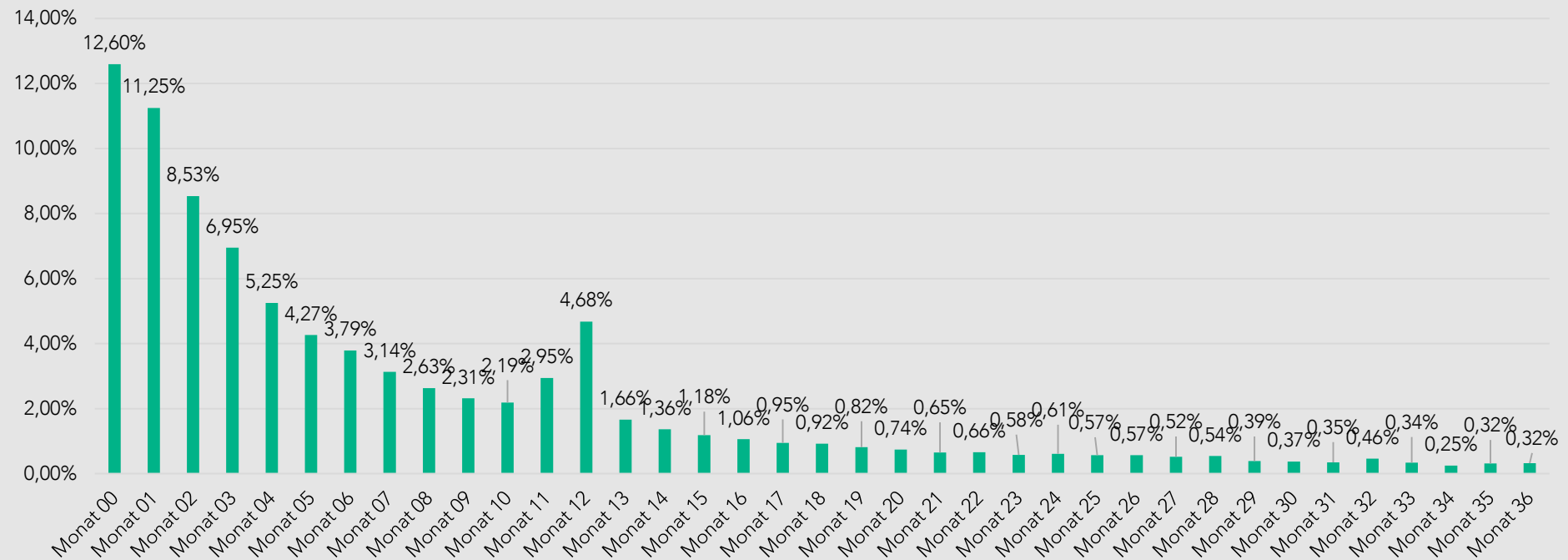
# ERKENNTNIS: KONVERTIERUNG VON TESTVERSION ZU ABONNEMENT BLEIBT KONSISTENT

**LMOD Kunden konvertieren von der Testversion zum kostenpflichtigen Abo**



# ERKENNTNIS: KÜNDIGUNGSRATE SINKT MIT DER DAUER DER MITGLIEDSCHAFT

**Kündigungsrate in jeder Phase, basierend auf allen Konvertierungen seit der Einführung**





# MACHEN SIE IHR BUSINESS ZUKUNFTSSICHER

**Durch die Verbindung mit den Mitgliedern von morgen und den frühzeitigen Aufbau einer Liebe zu Fitness**

Wenn die Hälfte der Bevölkerung übergewichtig ist und keinen Bezug zu Fitnesstraining hat, wer wird sich dann in den nächsten Jahren in Ihrem Studio anmelden?

- Zuhause
- Online-Workouts
- Geburtstagspartys
- Schule, Kindergarten, Trainingslager, Kinderbetreuungen etc. – bieten Kurse an

Motivieren Sie sie dort, wo sie sind



Bietet Ihr Studio Kindertraining an, wenn Sie über die Kapazitäten und Motivation verfügen?



“

ÜBRIGENS MUSS ICH SAGEN, DASS EIN  
UNERWARTETER NEBENEFFEKT WAR, DASS

## MEINE KINDER ON- DEMAND LIEBEN!

MEINE 6-JÄHRIGE TOCHTER GEHT ZU DEN „KIDS‘  
FREE“-WORKOUTS UND MEIN 8-JÄHRIGER SOHN  
BESUCHT MIT MIR DIE BODYCOMBAT CLASS FÜR  
ERWACHSENE. ER HAT EINE ZIEMLICH GUTE  
AUSDAUER, DA ER 3 MAL PRO WOCHE  
SPORTUNTERRICHT IN DER SCHULE HAT UND AUCH  
TURNT, ABER ICH WAR ÜBERRASCHT, DASS ER FAST  
DAS GANZE WORKOUT DURCHGEHALTEN HAT. ICH  
DENKE, WIR WERDEN EINFACH UNSER WOHNZIMMER  
IN EIN FITNESSSTUDIO VERWANDELN – HA!

KATHY, USA

”

LES MILLS

DER TECHNOLOGISCHE UMBRUCH, DER ZURZEIT IN DIESER BRANCHE STATTFINDET, MUSS KEINE BEDROHUNG DARSTELLEN. ER KANN AUCH EINE CHANCE SEIN.

**SEIEN SIE TEIL  
DIESES TRENDS  
UND KEIN  
ZUSCHAUER**

LesMILLS



STRATEGIE

05

BILDEN SIE IHRE  
MITGLIEDER WEITER





# HELFEN SIE IHREN MITGLIEDERN DABEI, GESÜNDER ZU LEBEN

Verleihen Sie der Beziehung zu Ihren Mitgliedern auch außerhalb der Workouts bzw. des Studioerlebnisses einen Mehrwert.

Inspirieren Sie Mitglieder zu einem gesünderen Lebensstil. Das wird ihnen helfen, ihre Fitnessziele zu erreichen und sich langfristig zu motivieren.



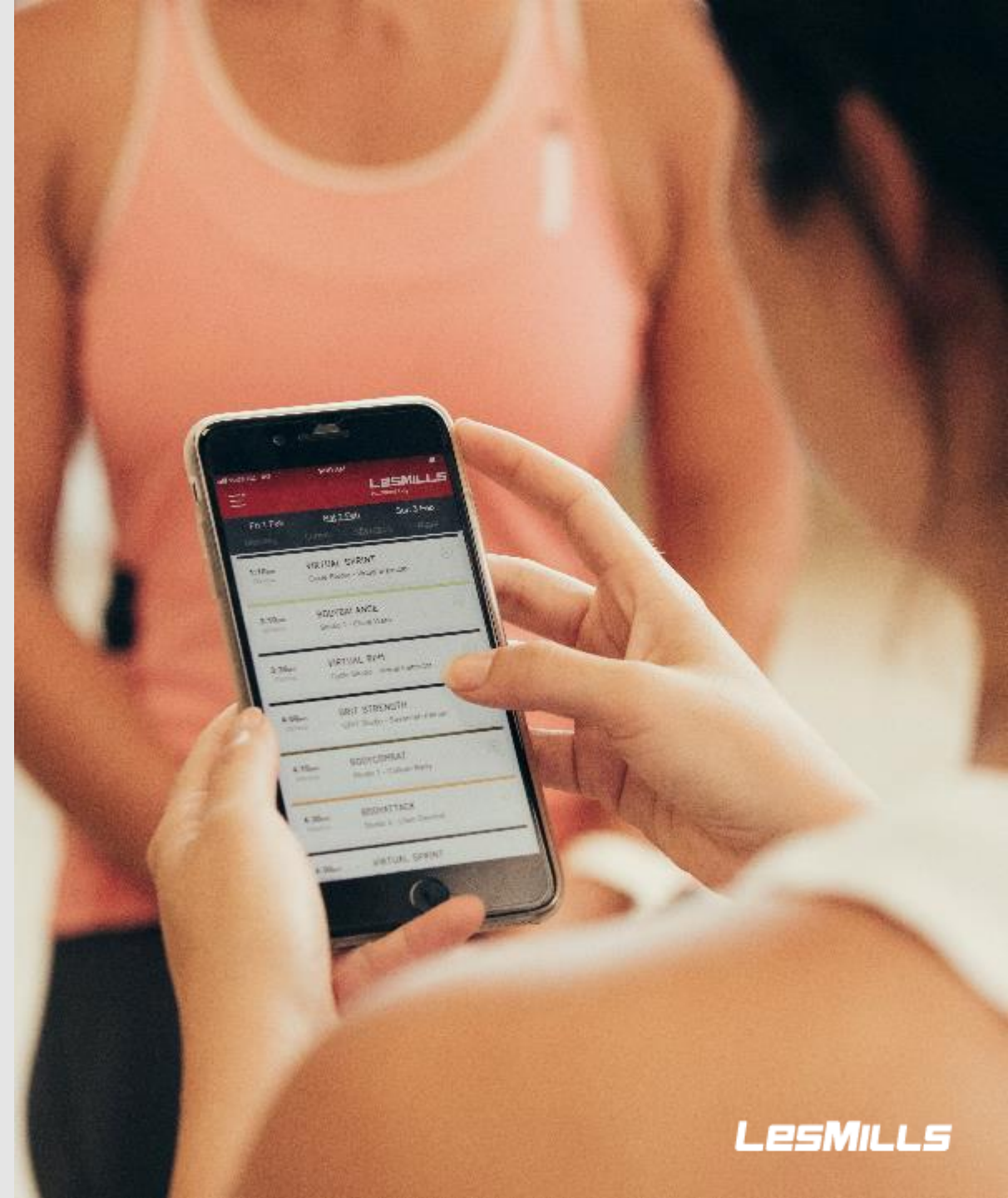
# WAS SIE ANBIETEN KÖNNEN

## Studien zu Resultaten

Mitglieder sind überzeugter von Programmen und Trainingsformen, die in der Vergangenheit bereits funktioniert haben. Trainingserfolge anderer Mitglieder in Verbindung mit den trainingswissenschaftlichen Hintergründen eignen sich bestens, um starke Beziehungen mit ihnen aufzubauen.

## Ernährung

Können Sie Ihren Mitgliedern eine Ernährungsberatung anbieten? Dies wird ihre Entwicklung unterstützen und lässt sie ihre Ziele noch schneller erreichen.





# BEISPIELE VON WISSENSVERMITTLUNG

**Fitness First UK**  
15 February at 17:30 · 🌐

What is HIIT training? What's it like and why is it so popular? Follow Fitness First Health and Fitness Manager Andy McTaggart's guide to HIIT your Targets. <http://www.fitnessfirst.co.uk/inside-t.../hiit-your-targets/>



**STC Training Club (Backa Entré)**  
17 February at 17:34 · 🌐

Vintertröt? Här kommer några tips från oss.  
<https://www.stc.se/.../7-tips-for-att-komma-upp-pa-vintermor.../>

Vintertröt? Here are some tips from us.  
<https://www.stc.se/.../7-tips-for-att-komma-upp-pa-vintermor.../>

Translated from Swedish



**7 tips för att komma upp på vintermorgnarna - STC**  
Så här under den mörka årstiden kan det kännas ganska motigt att ta...  
[WWW.STC.SE](http://WWW.STC.SE)

Like Comment Share



# WIE KÖNNEN SIE DAS UMSETZEN?

1. Content Marketing und Social Media
2. Seminare und Workshops
3. Wissensweitergabe durch Ihre Instruktoren auf der Fläche



# DAS GESAMTZIEL

Sie werden ein Vorreiter in den Augen Ihres Mitglieds und eine vertrauenswürdige Informationsquelle, die ihm auf seiner Fitnessreise helfen wird.

**WISSEN KANN LEBEN  
VERÄNDERN UND IHRE  
MITGLIEDER WERDEN SIE  
DAFÜR LIEBEN**





# WIR HELFEN IHNEN DABEI

## NEUIGKEITEN



Erfahre, was LES MILLS GRIT so effektiv und zugleich effizient macht. »

## FORSCHUNG / STUDIEN



NEUE STUDIE ENTKRÄFTET KRITIK AN  
PUSHUPS AUF DEN KNIEN »

## ERNÄHRUNG



Lebensmittel, die dir mehr schaden als  
nutzen. »

## SCHWANGERSCHAFT



Ausgewählte Übungen, die du während  
der Schwangerschaft machen kannst. »

# ZUSAMMENFASSUNG

- Werden Sie zur Wissensquelle und Inspiration für Ihre Mitglieder.
- Werden Sie zum anerkannten Experten.
- Welche Wissensquellen und Information stehen Ihnen zur Verfügung?
- Wer sind die Experten in Ihrem Studio und wie können Sie sie fördern?
- Denken Sie über die verfügbaren Kommunikationskanäle nach.





STRATEGIE

06

NUTZEN SIE MARKETING, UM IHRE  
GESCHICHTE ZU ERZÄHLEN UND  
SICH ABZUHEBEN





# WELCHE FORM VON MARKETING SETZEN STUDIOS EIN?



# WELCHE FORM VON MARKETING SETZEN STUDIOS EIN?



AT SOULCYCLE... WE ASPIRE TO INSPIRE.  
WE INHALE INTENTION AND EXHALE EXPECTATION.  
WE COMMIT TO OUR CLIMBS AND FIND FREEDOM IN OUR SPRINTS. WE ARE A FITNESS COMMUNITY RAISING  
THE ROOF AT OUR OWN CARDIO PARTY. THE RHYTHM PUSHES US HARDER THAN WE EVER THOUGHT POSSIBLE.  
OUR OWN STRENGTH SURPRISES US EVERY TIME.  
**ADDICTED, OBSESSED,**  
UNNATURALLY ATTACHED TO OUR BIKES. HIGH ON SWEAT AND THE HUM OF THE WHEEL.  
CORE ENGAGED, WE RESHAPE OUR ENTIRE BODIES, ONE RIDE AT A TIME.  
CHANGE YOUR BODY TAKE YOUR JOURNEY  
**FIND YOUR SOUL.**



# WELCHE FORM VON MARKETING SETZEN STUDIOS EIN?



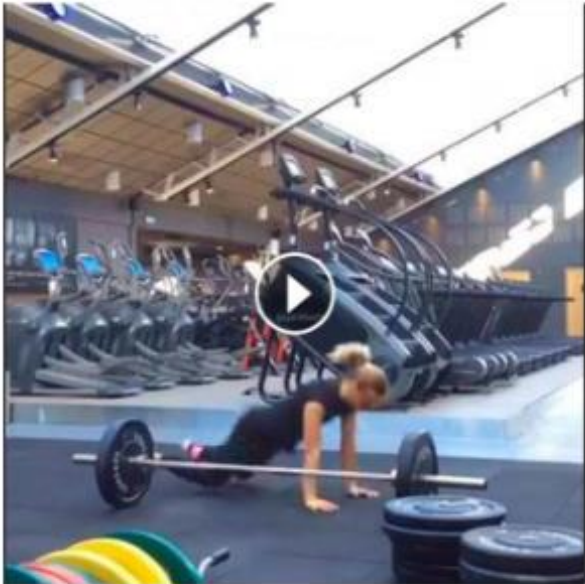


# WELCHE FORM VON MARKETING SETZEN STUDIOS EIN?

**stc** STC Training Club (Backa Entré)  
25 February at 08:57 · 🌐

Matilda hittade allt hon behövde och gav tummen upp.

Matilda found everything she needed and gave you the thumbs up.  
Translated from Swedish



1.4k Views

Like Comment Share

**Fun Fitness**  
13 January · 🌐

Unsere Studenten!

Das Team ist seit Januar 2016 komplett. Wencke und Yannick werden jetzt von Vanessa unterstützt. Die drei sind unsere GRIT - Experten und motivieren Euch montags und mittwochs, jeweils um 17.30 Uhr und donnerstags um 17.15 Uhr. GRIT ist ein hochintensives Intervalltraining, was auch im Leistungssport gerne eingesetzt wird... See more

Our students!

The team is since January 2016 completely. Wencke and Yannick are now supported by Vanessa. The three are our grit - experts and motivate you on Mondays and Wednesdays, each at 17.30 pm and Thursdays at 17.15 o' Clock. Grit is a highly intense interval training, which is also used in the competitive sport will be happy to. You're looking for your challenge - here it is! Grit is a challenge, a healthy grundfitness condition! Who is it today? We are waiting for you - your comedy fitness-Studio-team

Translated from German



Like Comment Share



# NICHT ALLES DREHT SICH UM NEUE MITGLIEDER

Marketing sollte nicht nur zur Gewinnung neuer Mitglieder genutzt werden.

Es eignet sich auch ideal, um bestehende Mitglieder zu begeistern und stärker einzubinden.

# KREIEREN SIE IHRE GESCHICHTE

## Übung: Marketingplan

Diese Übung wird Ihnen bei der (Neu-)Ausrichtung Ihres Studiemarketings helfen.

01

**Überlegen Sie, wer Sie sind und was Ihr Studio von anderen unterscheidet.**

02

**Verstehen Sie, wer Ihre Mitglieder sind.**

03

**Was sollen Ihre Mitglieder (über Ihr Studio) denken und was sollten Sie demnach sagen/kommunizieren.**

04

**Wo können Sie diese Dinge sagen/kommunizieren.**



LES MILLS



# Übung: Marketingplan

## Was macht Ihre Studio besonders?

Warum sollte sich jemand für Ihr Studio entscheiden und nicht für ein anderes?

## Was sollen Ihre Mitglieder (über Ihr Studio) denken und kommunizieren?

## Wer sind Ihre Mitglieder?

Erstellen Sie ein Bild von Ihrem typischen Studiomitglied. Bedenken Sie dabei Alter, Geschlecht, Hintergrund, Vorlieben, Aversionen und ihre Beziehung zu Fitness.

## Über welchen Kanal könnten Sie mit Ihren Mitgliedern kommunizieren?

Wo könnten Mitglieder Ihre Botschaften erhalten (z. B. Poster im Studio, lokale Zeitungen)?


































































































































# WIE SIE IHRE GESCHICHTE ERZÄHLEN



# ERSTELLEN SIE EINEN PLAN

Erstellen Sie einen Plan, WAS Sie WANN kommunizieren möchten. Diese Planung muss nicht umfassend sein, sondern soll als Hilfestellung dienen, regelmäßig und beständig Marketing zu betreiben.

Seien Sie realistisch. Versuchen Sie nicht zu viel! Arbeiten Sie mit dem Budget und den Ressourcen, die Ihnen zur Verfügung stehen.

	Woche 1	Woche 2	Woche 3	Woche 4	Woche 5	Woche 6
Social Media Post	                               					
Kommunikation im Studio	                               					
E-Mail Versand	                            					
Studio Event	                               					



# KOSTENFREIE WEGE, UM IHRE MITGLIEDER ZU ERREICHEN



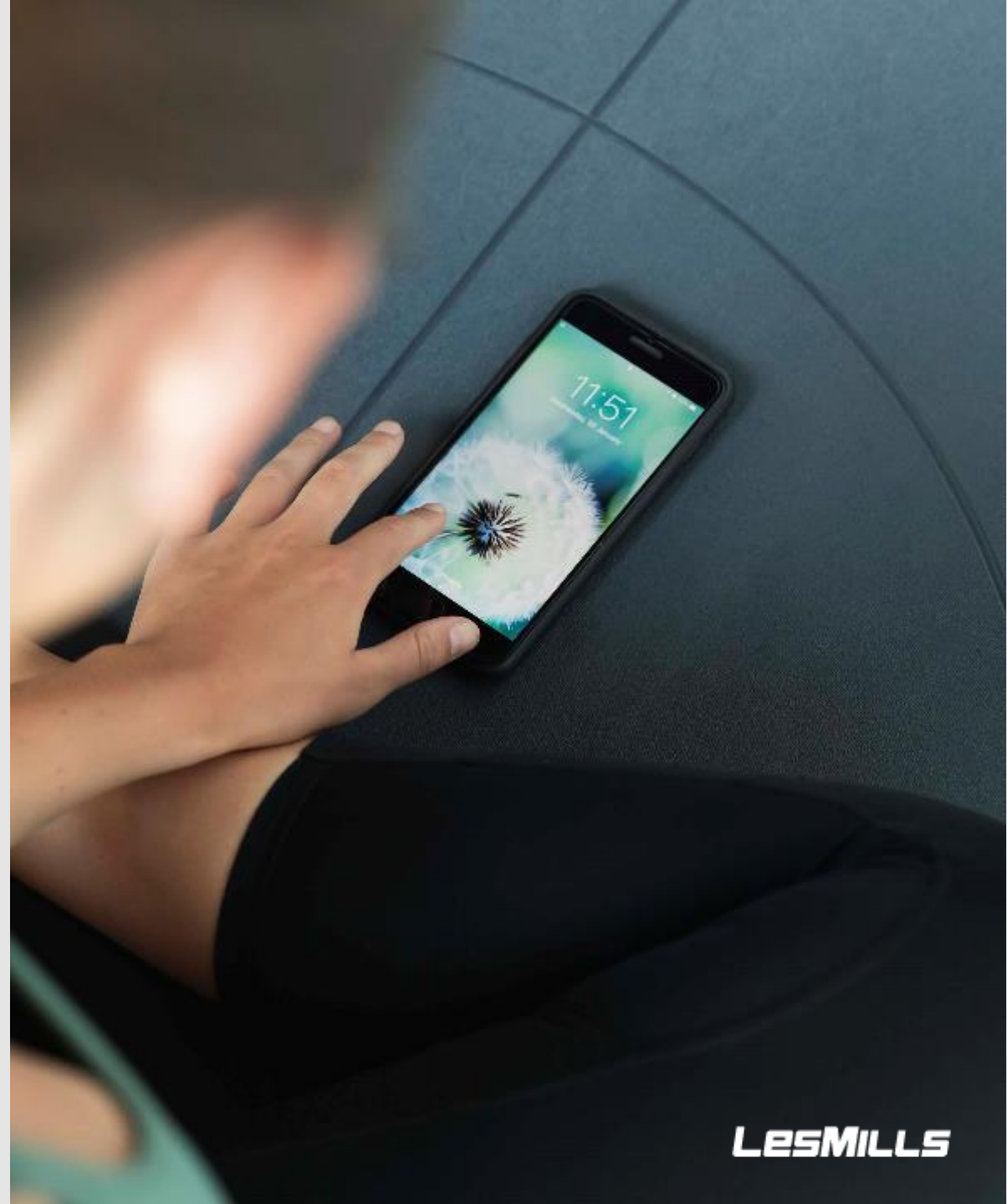
Social Media



Ihr Studio



Ihre Mitarbeiter





# NUTZEN SIE UNSER ANGEBOT

Nutzen Sie alle zugänglichen Materialien? Könnten Sie sie besser nutzen? Wenn nicht, sollten Sie das ändern, bevor Sie mehr produzieren lassen oder etwas anderes versuchen.

# WELCOME TO BRAND CENTRAL

NEW LOOK ASSETS AND EDITABLE  
TEMPLATES AVAILABLE NOW

GETTING STARTED 

SEARCH ALL ASSETS 



LES MILLS LAB BODYPUMP SOCIAL MEDIA TILE 3



LES MILLS LAB BODYPUMP INSTAGRAM STORY



LES MILLS VIRTUAL BIKE SOCIAL MEDIA PLAN



LES MILLS GRIT ATHLETIC SOCIAL MEDIA COPY



CYCLE SOCIAL TILE 4



CYCLE SOCIAL TILE 3



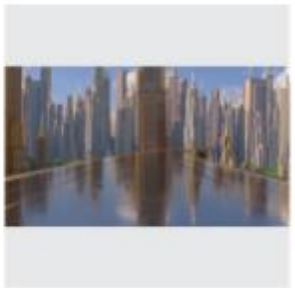
CYCLE SOCIAL TILE 2



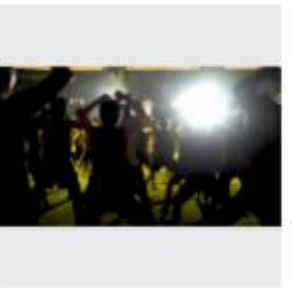
CYCLE SOCIAL TILE 1



FEBRUARY 2018 BODYBALANCE TRAILER



FEBRUARY 2018 THE TRIP 16 TRAILER



FEBRUARY 2018 FULL TRAILER



FEBRUARY 2018 RPM TRAILER



MAY 2019 BODYJAM DIGITAL SCREEN



MAY 2019 BODYFLOW DIGITAL SCREEN



MAY 2019 BODYCOMBAT DIGITAL SCREEN



MAY 2019 BODYBALANCE DIGITAL SCREEN

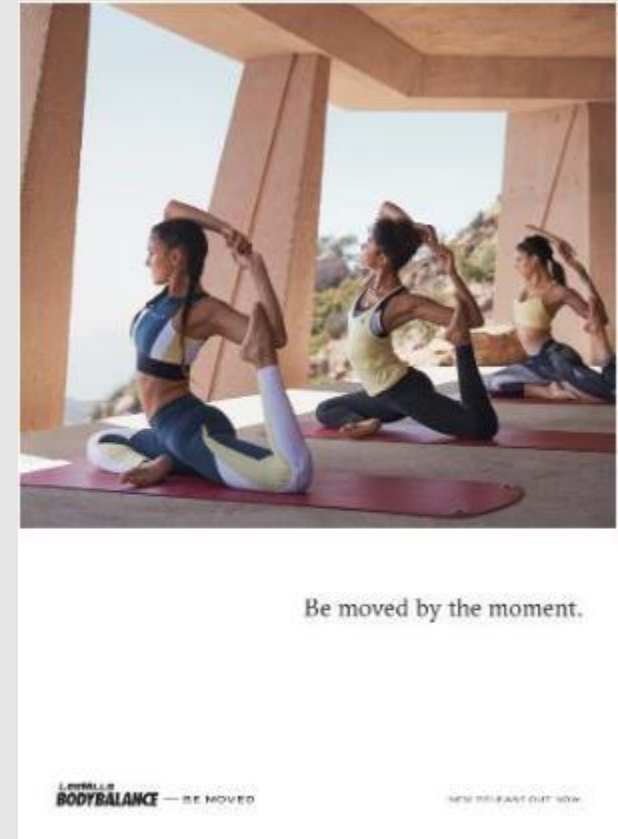
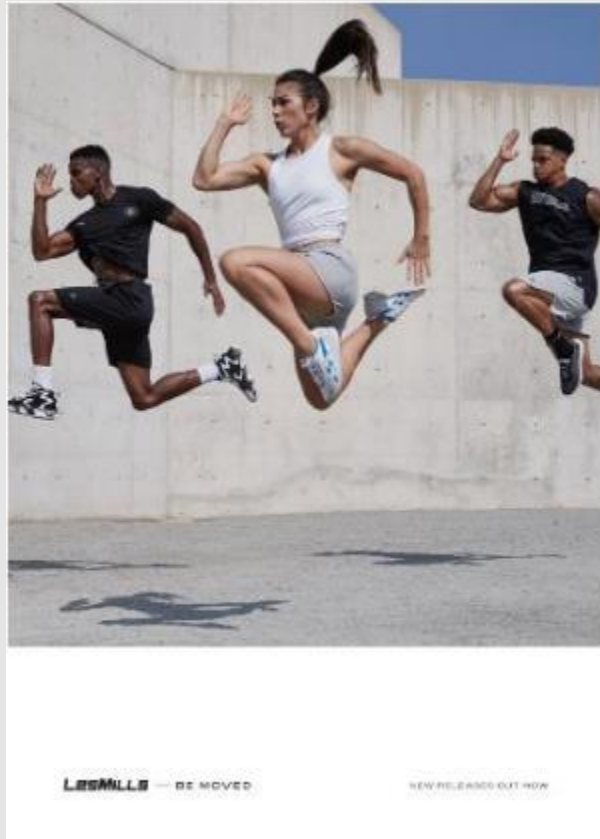
Wussten Sie, dass Sie als Kunde von LES MILLS zu unserer Online-Marketing-Ressource Brand Central Zugang haben?

So eine Auswahl an hochwertigen Materialien würde für Ihr Studio ein enormes Investment bedeuten. Aber alles, was auf Brand Central zu finden ist, ist Teil Ihrer Partnerschaft mit LES MILLS.



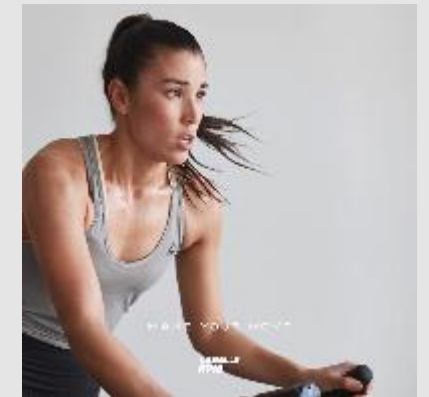
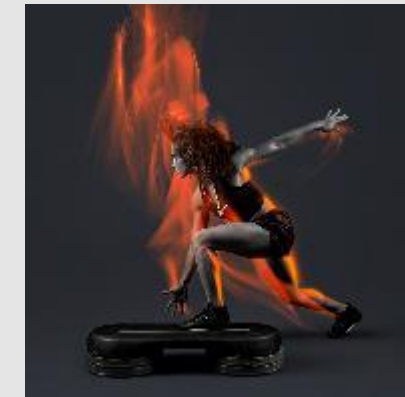
# BILD- UND KAMPAGNENMATERIAL ERHÄLTlich

Zugänglich über Brand Central



# BILD- UND KAMPAGNENMATERIAL ERHÄLTlich

Zugänglich über Brand Central



**LES MILLS**

# SCHNICK-SCHNACK VERMEIDEN UND AUTHENTISCH SEIN

## Teilen Sie mit, was in Ihrem Studio passiert

Schauen Sie den Kalender Ihres Studios an und auf die Menschen, die Ihr Studio besuchen. Da finden Sie geeignete Geschichten und Möglichkeiten für Ihr Marketing.

## Studiokalender

- Gibt es neue Programme?
- Bieten Sie bereits spezielle Gruppeneinführungen an?

## Authentische Geschichten

- Machen Ihre Instrukturen etwas Außergewöhnliches?
- Machen Ihre Mitglieder etwas Besonderes außerhalb des Studios, für einen wohltätigen Zweck oder im Sportbereich?



# WIE SIE MIT LES MILLS STARTEN

Wir aktualisieren unsere Programme alle drei Monate. Wir helfen Ihnen dabei, diese Programmeinführungen als Marketingmöglichkeit zu nutzen, um mehr Mitglieder für Ihr Studio und Ihre Classes zu gewinnen.

Wenn Sie dies erfolgreich tun, werden Sie mit jeder neuen Einführung Ihre Mitgliederbindung stärken und neue Mitglieder gewinnen.



# WEGWEISENDE STUDIOS

**Summit Area YMCA**  
7 hrs · 🌐

Special one time class happening at the Summit YMCA this Saturday April 6 only--you'll want to SPRINT to this class 🥰

Reserve your spot on the SAY Mobile App or online at [www.thesay.org/schedules](http://www.thesay.org/schedules)



Click for more

1 Share 219 Views

Like Comment Share

**WEST WOOD CLUB**  
WESTMANSTOWN

## LES MILLS LAUNCH DATES

EXPERIENCE THE WORLD'S BEST GROUP EXERCISE CLASSES

26 JAN	BODYPUMP 9AM	26 JAN	BOX WORK 10:05AM
26 JAN	THE TRIP 10:35AM	26 JAN	SPRINT 5:05PM
27 JAN	BODYATTACK 10AM	27 JAN	RPM 10:45AM
27 JAN	BODYBALANCE 12:20PM		

**PLEASE NOTE**  
The 2nd times of the BodyPump, BodyAttack & the Trip classes are slightly covered for launch day

NEW MUSIC — NEW MOVES — NEW WORKOUT  
ARRIVE EARLY TO AVOID DISAPPOINTMENT!

westwoodclub · follow

westwoodclub WESTMANSTOWN: Prepare yourself. The time for new releases is upon us. If you want a technique check before we fit into this massive weekend, book in with any of the program coaches. Get the most out of your class! See you there [thaysapostola @raysapostola](https://www.instagram.com/raysapostola)

55 likes  
04.07.22

Log in to like or comment

**24 Hour Fitness**  
March 21 at 5:01 AM · 🌐

Our #LES MILLS #MakeYourMove party is going strong – don't miss your chance to party with us! Bring friends to experience as many classes as you can. Try #BODYPUMP, #BODYCOMBAT and more. Find classes here: <https://www.24hourfitness.com/classes/studio/> #WhyIGX24 #YourResultsYourWay



Click for more

3 Comments · 6 Shares · 1.7K Views

Like Comment Share



# ERSTMAL MACHEN, DANN OPTIMIEREN

Wenn sie vorher noch nicht so viel Marketing betrieben haben, ist es besser verschiedene Dinge auszuprobieren und dann zu sehen, was funktioniert. Untätigkeit führt zu nichts.

## Wie man weiß, was funktioniert

- Achten Sie auf die Reaktionen Ihrer Mitglieder bei Programmstarts
- Beobachten Sie, ob Ihre Mitglieder auf Social Media Plattformen aktiv sind
- Orientieren Sie sich an den Bedürfnissen Ihrer Mitglieder



**WAS WERDEN SIE  
UNTERNEHMEN, UM  
DAS MARKETING  
IHRES STUDIOS ZU  
VERBESSERN?**

**LES MILLS**

# ZUSAMMENFASSUNG DER 6 STRATEGIEN

01

Geben Sie Ihren  
Mitgliedern  
Motivation

02

Begeistern Sie so viele  
Mitglieder wie möglich  
von sozialem und  
angeleitetem Training

03

Begeistern Sie Ihre  
Mitglieder vom  
ersten Tag

04

Schauen Sie über  
Ihr Studio hinaus

05

Bilden Sie Ihre  
Mitglieder weiter

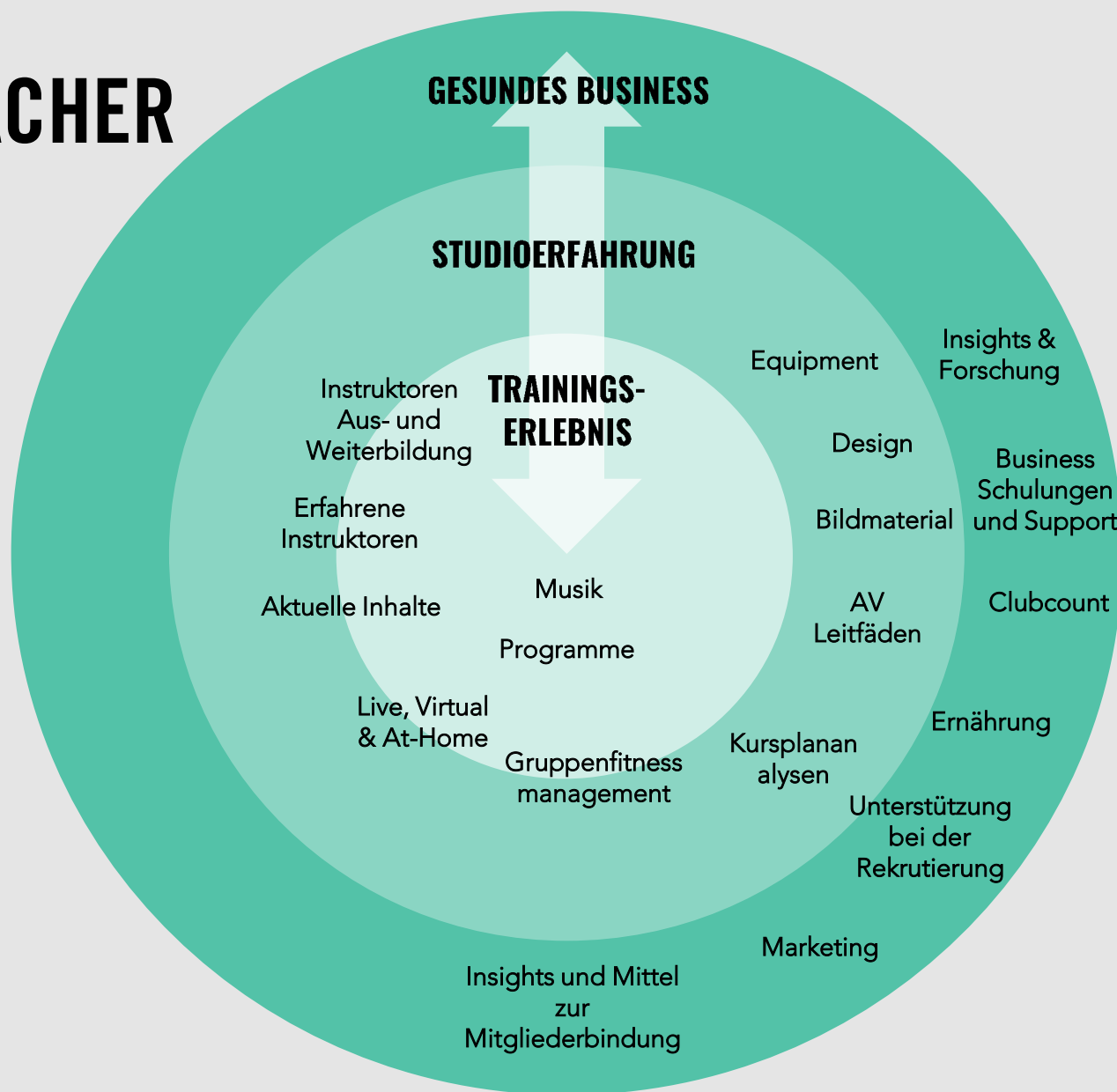
06

Nutzen Sie  
Marketing, um Ihre  
Geschichte zu  
erzählen und sich  
von anderen  
Studios abzuheben

# WIR MACHEN ES EINFACHER

Wir verändern Fitness seit 1968 und bringen Millionen von Menschen dazu, sich in ihr Training und ihre Studios zu verlieben.

## WIR STELLEN IHNEN ZUR VERFÜGUNG:









**VIELEN  
DANK**

**LES MILLS**