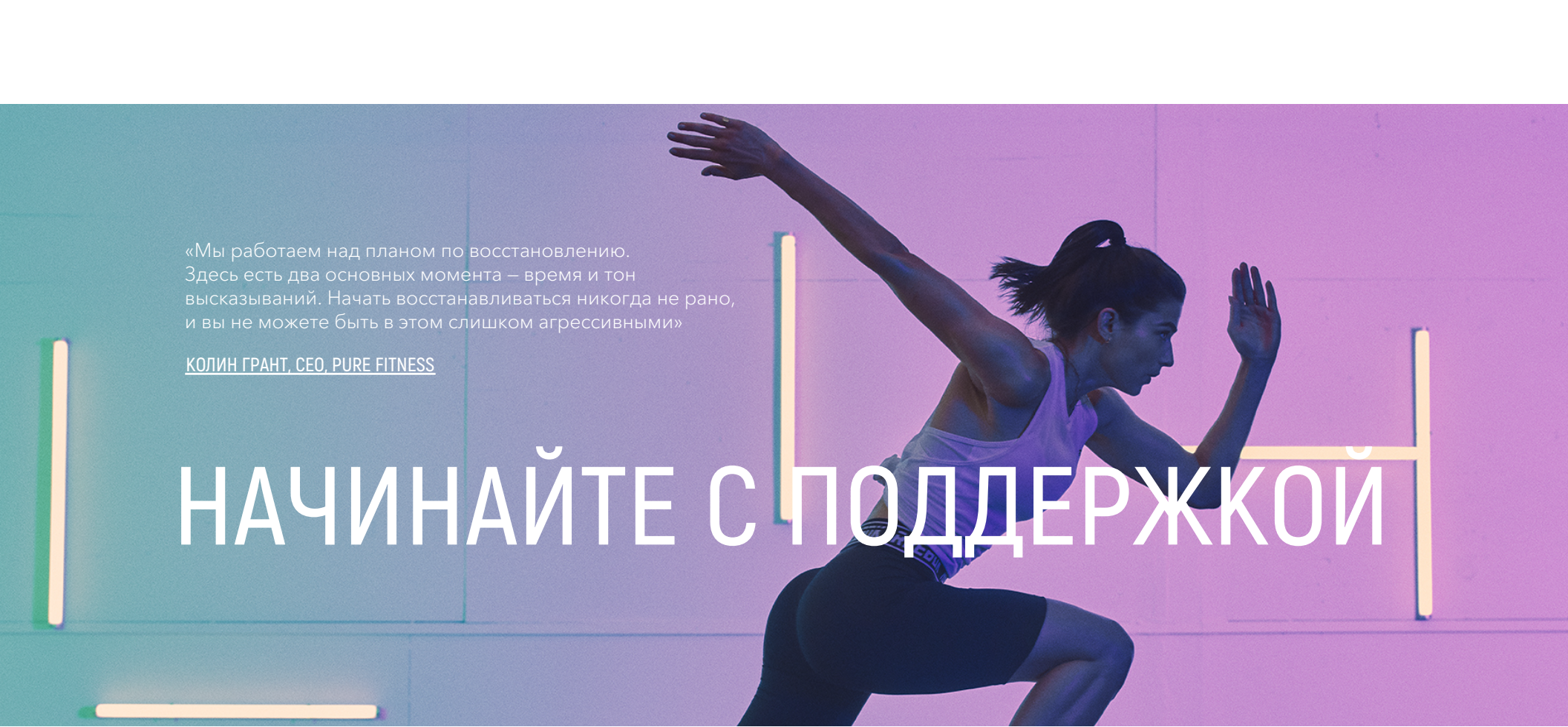




**LES MILLS**

РУКОВОДСТВО  
ПО ПЕРЕЗАПУСКУ КЛУБА



«Мы работаем над планом по восстановлению. Здесь есть два основных момента – время и тон высказываний. Начать восстанавливаться никогда не рано, и вы не можете быть в этом слишком агрессивными»

КОЛИН ГРАНТ, CEO, PURE FITNESS

# НАЧИНАЙТЕ С ПОДДЕРЖКОЙ

## ПРИОРИТЕТНАЯ ОБЛАСТЬ

Здоровье сегодня является главным приоритетом для каждого, так как же ваш клуб может настроиться на то, чтобы использовать эту возможность?

Исходя из опыта работы с нашими командами в Китае и Японии, повторное открытие может быть постепенным, ориентирующимся на доверие клиентов, правительственные рекомендации и культурные соображения.

Это нормально – чувствовать себя потерянным и переживать из-за будущего. Но приготовьтесь принять и новое мышление. Возможность велика, но и вызов тоже.

## ИДЕИ

### **В БУДУЩЕЕ – С ОПТИМИЗМОМ**

В Китае, исследование Nielsen, проведенное после карантина, показало, что 75% населения планируют в будущем больше тратить на спорт и фитнес, в то время как 80% стараются питаться более здоровой пищей.

### **ВСЕ ЕЩЕ В ПУТИ**

В Сингапуре и Китае некоторые клубы открылись и были вынуждены снова закрыться после новой волны инфекций.

## ТАКТИКА

### **ВЫБИРАЙТЕ ВРЕМЯ ОТКРЫТИЯ**

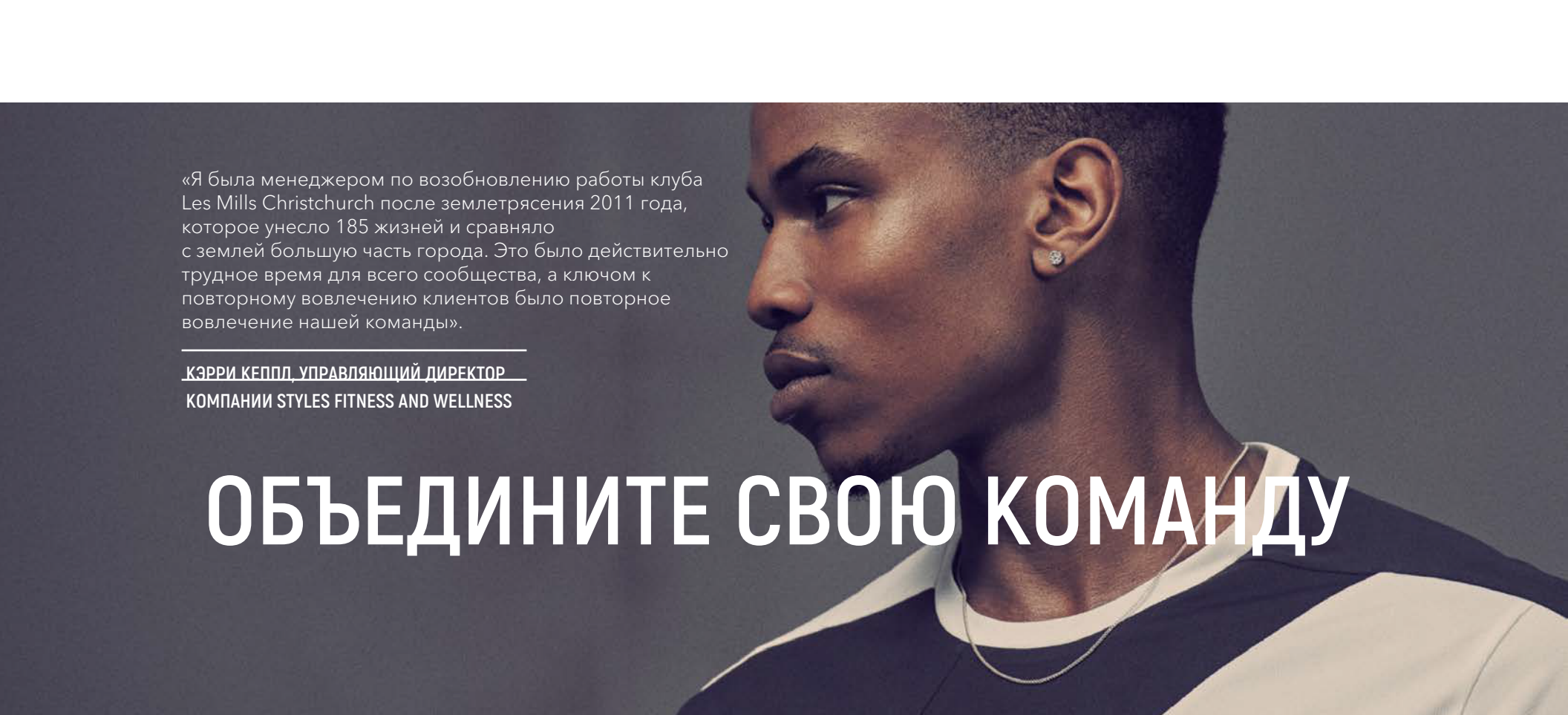
Следуйте рекомендациям правительства, тщательно выбирайте дату своего открытия. Открывайтесь поэтапно, если вам так проще.

### **ПЛАН ПЕРЕМЕН**

Убедитесь, что ваши планы включают в себя рекомендации по обращению с персоналом, клиентами и клубами, если вы вернетесь в режим изоляции.

### **РАССЧИТЫВАЙТЕ НА НАС**

Считайте, что маркетинговая команда Les Mills – это ваше собственное продолжение. Используйте готовые инструменты маркетинговых коммуникаций и планирования на нашем BRAND CENTRAL.



«Я была менеджером по возобновлению работы клуба Les Mills Christchurch после землетрясения 2011 года, которое унесло 185 жизней и сравняло с землей большую часть города. Это было действительно трудное время для всего сообщества, а ключом к повторному вовлечению клиентов было повторное вовлечение нашей команды».

---

**КЭРРИ КЕППЛ, УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР**  
КОМПАНИИ STYLES FITNESS AND WELLNESS

# ОБЪЕДИНИТЕ СВОЮ КОМАНДУ

## **ПРИОРИТЕТНАЯ ОБЛАСТЬ**

---

Вместо того чтобы сразу же приступить к возвращению ваших клиентов в спортзал, подумайте о том, что ваш персонал и инструкторы по фитнесу – это секретный ингредиент для того, чтобы тренажерный зал снова заработал. Убедитесь, что ваша команда чувствует поддержку и вдохновение для того, чтобы изменить жизнь людей к лучшему. Независимо от того, как все было в прошлом, это возможность сделать все по-другому. Как клубы могут лучше привлекать своих сотрудников и инструкторов, чтобы обеспечить опыт клиентов, который отличается их от онлайн-опыта?

## **ИДЕИ**

---

### **ХОРОШАЯ ЗАЩИТА**

В рамках повторного открытия в тренажерном зале Will's в Китае персонал получил всестороннее образование по новым процедурам, ношение масок и перчаток является обязательным для всех сотрудников, чтобы способствовать гигиене и успокоить членов клуба.

## **ТАКТИКА**

---

### **СЛУШАЙТЕ**

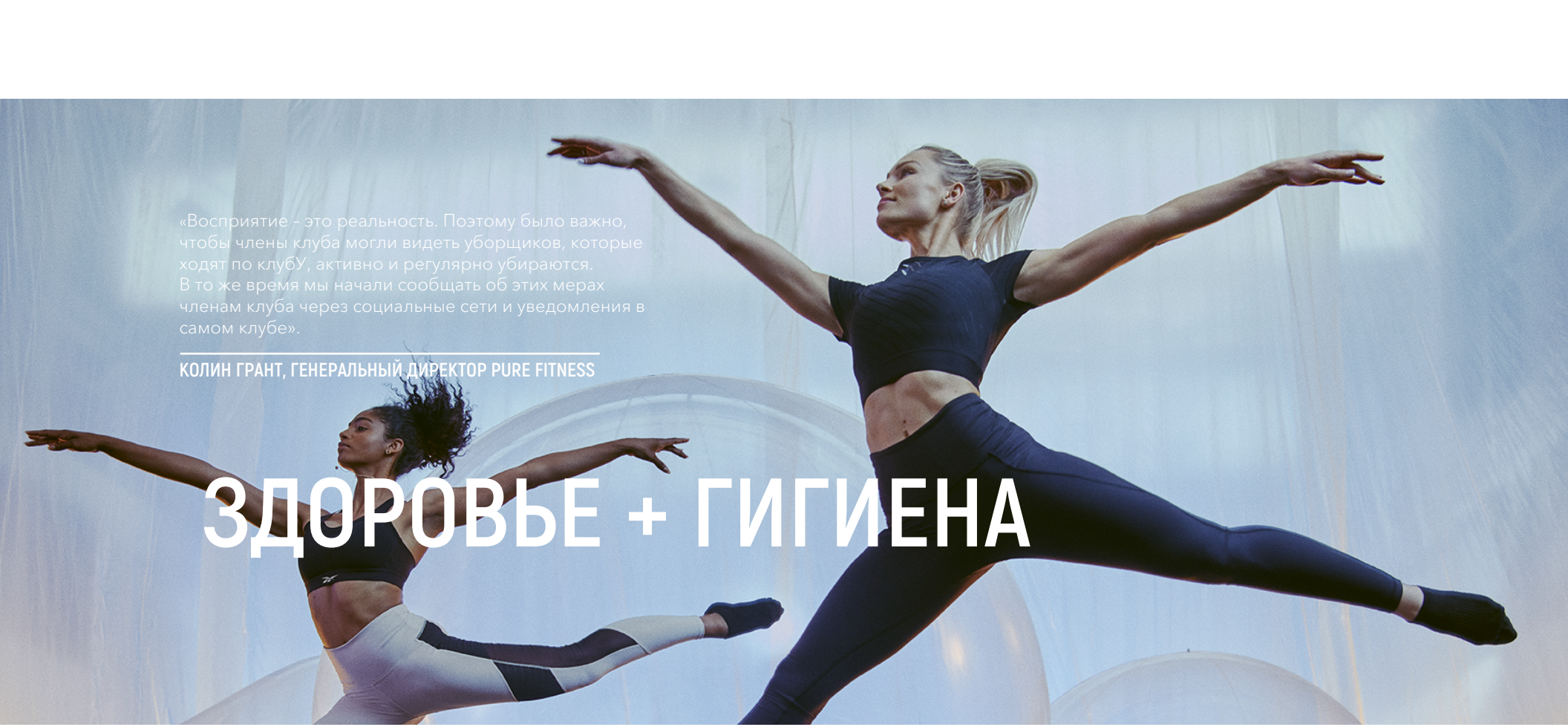
Потратьте некоторое время на понимание проблем вашей команды, того, как они себя чувствуют, какие у них есть вопросы.

### **БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕЖДЕ ВСЕГО**

Ваши сотрудники будут беспокоиться о своей безопасности, поэтому убедитесь, что они чувствуют себя комфортно и уверенно, и могут помогать членам клуба.

### **НАЧАТЬ ЗДЕСЬ**

У нас есть руководство по часто задаваемым вопросам для персонала. Чтобы быстрее адаптироваться – прочитайте его здесь.



«Восприятие – это реальность. Поэтому было важно, чтобы члены клуба могли видеть уборщиков, которые ходят по клубу, активно и регулярно убираются. В то же время мы начали сообщать об этих мерах членам клуба через социальные сети и уведомления в самом клубе».

КОЛИН ГРАНТ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР PURE FITNESS

# ЗДОРОВЬЕ + ГИГИЕНА

## ПРИОРИТЕТНАЯ ОБЛАСТЬ

Помогите клиентам, возвращающимся в ваш клуб, чувствовать себя в безопасности, повышая частоту и видимость ваших медицинских и гигиенических процедур.

Гигиена будет на первом месте для всех, кто возвращается в клуб. Поэтому, когда клиенты увидят, что в клубе безопасно, они начнут возвращаться.

## ИДЕИ

### **ВИДИМАЯ ЧИСТОТА**

Премиум-оператор Pure Fitness в Китае визуально усиливает меры, которые они предпринимают, чтобы обеспечить безопасность своих клиентов. Это включает в себя гарантию того, чтобы уборщики всегда были на виду, когда клиенты находятся в клубе, а также информирование их о новых мерах гигиены через социальные сети и уведомления в самом клубе.

### **ОПТИМИЗМ**

Занятия групповыми упражнениями в Китае и Японии были запущены только на 50% мощности. Для удовлетворения потребностей клиентов и обеспечения их безопасности необходимы тщательное планирование и новый график работы.

## ТАКТИКА

### **ВИДИМОСТЬ**

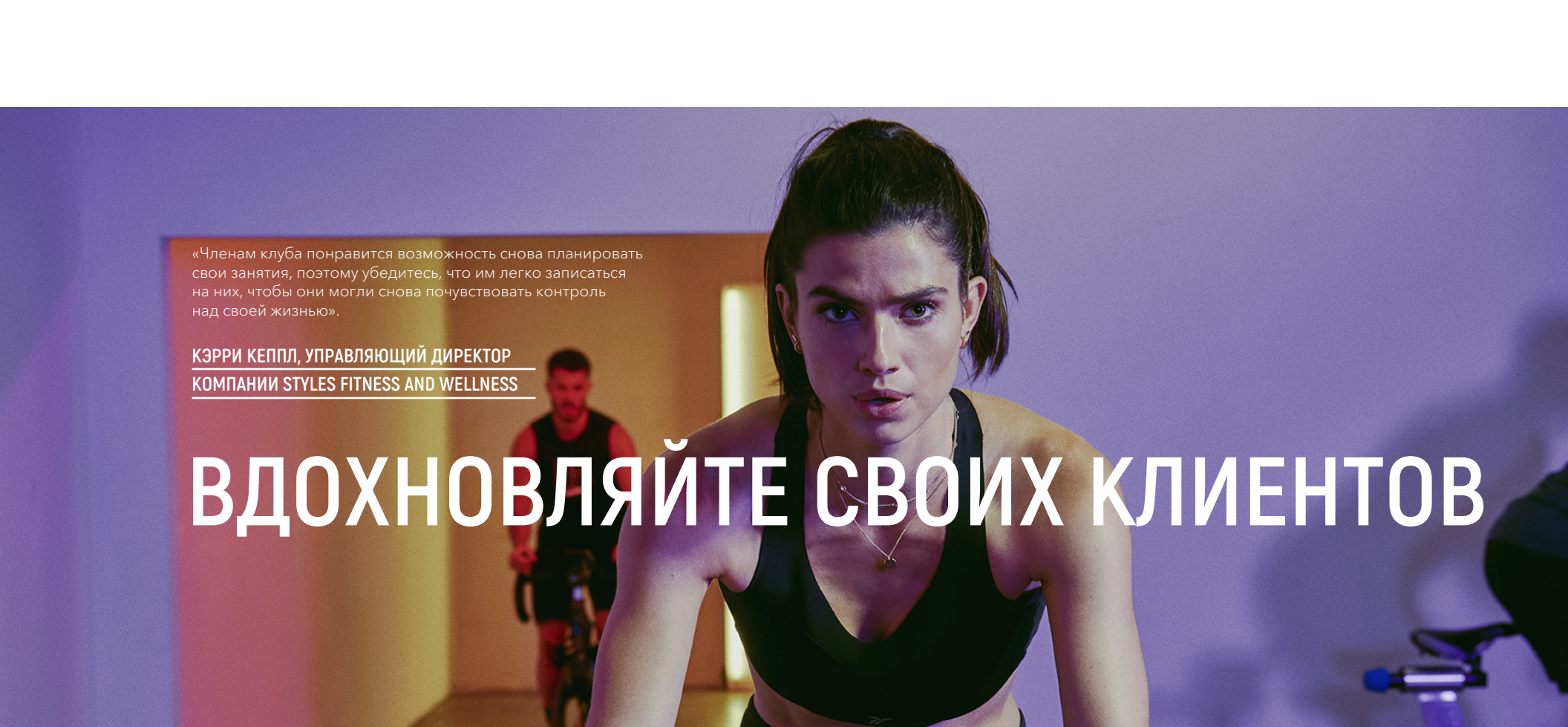
Убедитесь, что ваши усилия по охране здоровья и гигиене видны и очевидны для членов клуба. Подробнее о тактике здоровья и гигиены в клубах по всему миру читайте здесь.

### **ЧИСТОТА И НОВИЗНА**

Модернизация оборудования, покраска зала и обновление вывески дают мощный сигнал о том, что все в клубе теперь новое и необычное.

### **ЗНАМЕНИЕ ВРЕМЕНИ**

Если у вас нет возможности или времени для обновления дизайна, скачайте нашу бесплатную вывеску Health & Hygiene Club



«Членам клуба понравится возможность снова планировать свои занятия, поэтому убедитесь, что им легко записаться на них, чтобы они могли снова почувствовать контроль над своей жизнью».

**КЭРРИ КЕППЛ, УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР  
КОМПАНИИ STYLES FITNESS AND WELLNESS**

# ВДОХНОВЛЯЙТЕ СВОИХ КЛИЕНТОВ

## ПРИОРИТЕТНАЯ ОБЛАСТЬ

После того, как вы вновь откроете свое заведение, некоторым участникам может понадобиться помощь, чтобы вернуться в спортивную среду. У нас есть инструменты, которые вам понадобятся, чтобы вдохновить ваших клиентов снова тренироваться с вами.

Кроме того, стоит изучить процент ваших клиентов, которые занимаются менее года, так как вам, возможно, придется тщательнее работать, чтобы восстановить связь с теми, кто еще не построил в себе прочную связь с клубом.

## ИДЕИ

### **СТУК В ДВЕРЬ**

В Китае люди отчаянно стремились вернуться в спортзал и были в восторге от начала тренировок. В Les Mills понимали, что социальный аспект и тяга к человеческим связям в групповом фитнесе были главными движущими силами.

### **НОВАЯ ПРИВЫЧКА**

Когда ваши клиенты вернутся, у них могут появиться новые привычки, которым они научились, в том числе на дому или в интернете. Будьте адаптивны и используйте все возможности, чтобы настроить себя на успех при их возвращении.

## ТАКТИКА

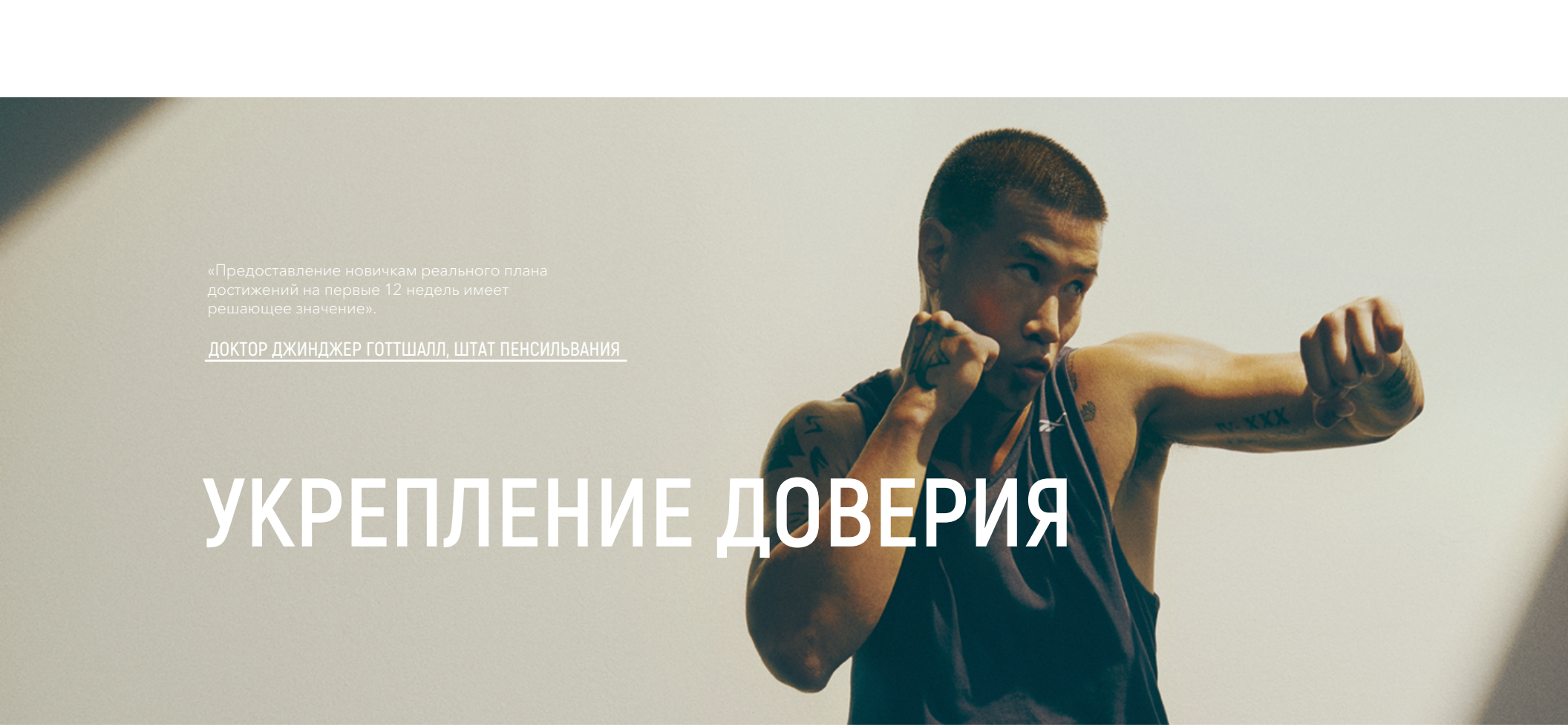
### **ОБЪЯТИЯ НОВОГО**

Идеальное время для пробных тренировок или акции «приведи друга».

### **ХОРОШО, ЧТО Я ВЕРНУЛСЯ**

Активно подчеркивайте в социальных сетях, что люди снова могут приходить в тренажерный зал, и пишите сообщения о том, что вам приятно снова вместе тренироваться.

Наша последняя маркетинговая кампания – это отличный способ для старта рекламы, в ней есть готовые сообщения из серии «добро пожаловать обратно».



«Предоставление новичкам реального плана достижений на первые 12 недель имеет решающее значение».

ДОКТОР ДЖИНДЖЕР ГОТТШАЛЛ, ШТАТ ПЕНСИЛЬВАНИЯ

# УКРЕПЛЕНИЕ ДОВЕРИЯ

## ПРИОРИТЕТНАЯ ОБЛАСТЬ

После четырех или более недель отсутствия в клубе ваши клиенты будут нервничать, возвращаясь к своей рутине.

Возможно, они изменили свои привычки к упражнениям из-за ограничений изоляции, поэтому убедитесь, что у вас есть план, как плавно вернуть их в зал – включая более короткие форматы занятий.

## ИДЕИ

### **ВОЗВРАЩЕНИЕ К РАБОТЕ**

В Китае заметили, что у людей есть опасения по поводу возвращения в спортзал, но удивительно, что речь идет не только о рисках COVID-19, а скорее о том, что это будет их первая тренировка за последние два месяца.

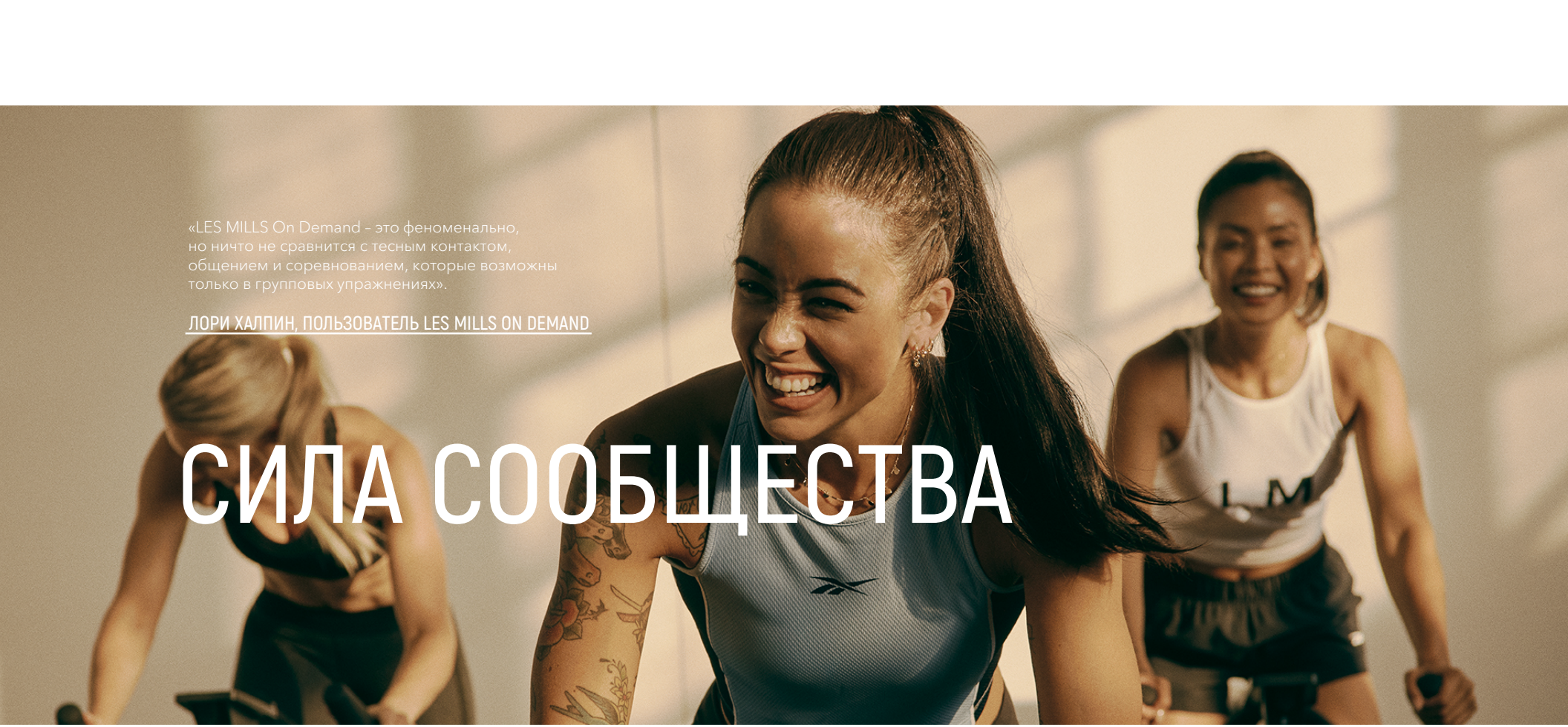
### **ЧАСТОТА И ИНТЕНСИВНОСТЬ**

Очень важно привить людям привычку заниматься спортом. Людям нужны варианты для того, чтобы они могли адаптировать тренировку к своим возможностям. 84% регулярно занимающихся спортом тренируются минимум три раза в неделю.

## ТАКТИКА

### **ВВЕСТИ ГРУППОВЫЕ УПРАЖНЕНИЯ**

Участники, занимающиеся групповым фитнесом, посещают свое заведение 4 раза в неделю по сравнению 1,9 посещения в неделю в среднем. Просмотрите наш глобальный фитнес-опрос 2019 года.



«LES MILLS On Demand – это феноменально, но ничто не сравнится с тесным контактом, общением и соревнованием, которые возможны только в групповых упражнениях».

ЛОРИ ХАЛПИН, ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ LES MILLS ON DEMAND

# СИЛА СООБЩЕСТВА

## ПРИОРИТЕТНАЯ ОБЛАСТЬ

Сообщество и социальное взаимодействие никогда не были так важны, как сейчас. В этом ключевое различие между вашим клубом и любым онлайн-фитнесом, который ваши клиенты использовали во время изоляции.

Мотивируйте и вдохновляйте своих клиентов, сосредоточившись на преимуществах социальной связи, которые рождаются от работы в живой среде.

## ИДЕИ

### **ВОЗВРАЩЕНИЕ К РАБОТЕ**

Когда Les Mills Christchurch вновь открылся после землетрясения 2011 года, мы обнаружили, что люди действительно тяготеют к социальным аспектам клуба, в частности, к групповому фитнесу, но также и к таким вещам, как клубное кафе.

Дело было не столько в том, чтобы снова начать тренироваться – многие и так были активны все это время, – сколько в том, чтобы снова оказаться в группе. Поэтому мы удвоили количество клубных мероприятий, чтобы поддержать это стремление, и поставили перед участниками такие задачи, как «тест-драйв нового класса».

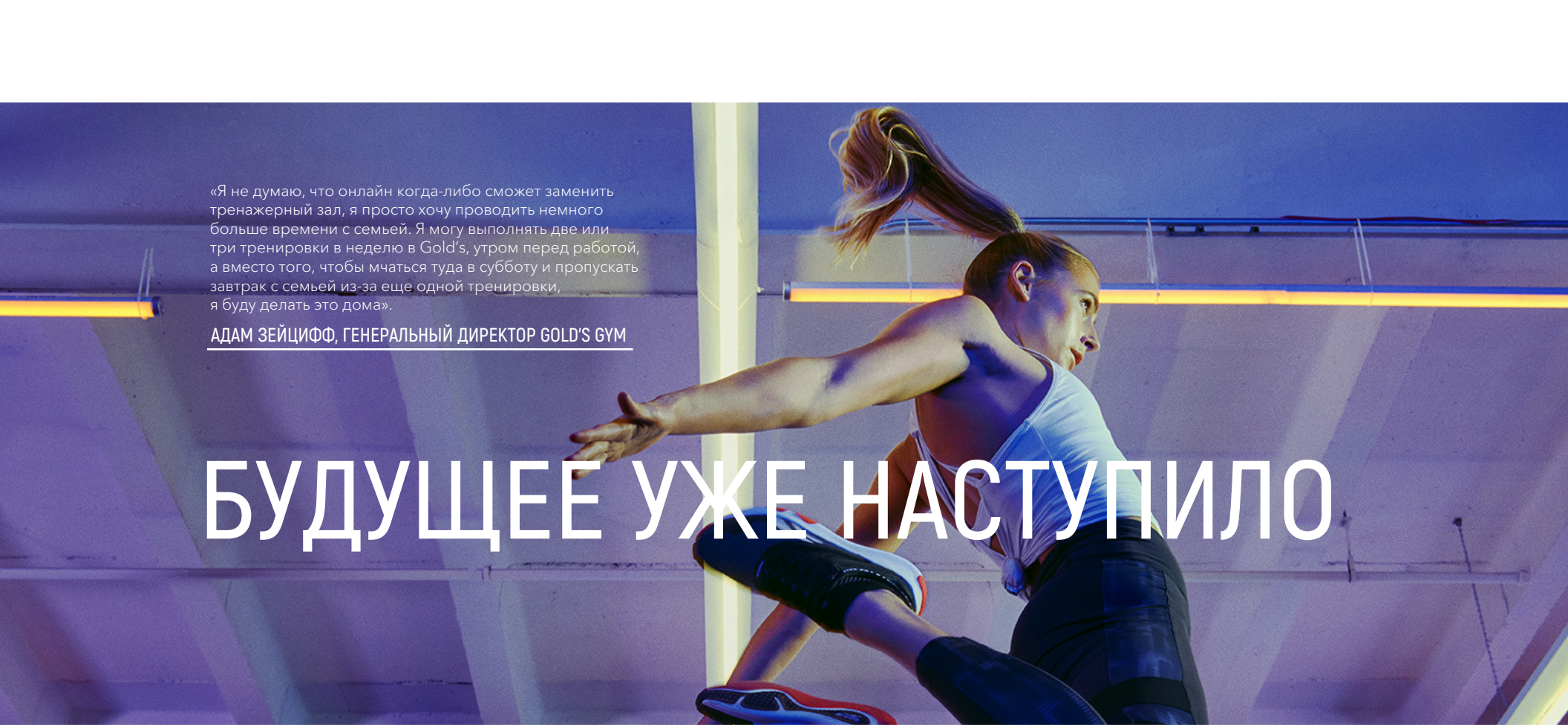
## ТАКТИКА

### **БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ФИТНЕС**

Заботьтесь о том, что происходит в зонах вашего тренажерного зала, которые способствуют социальной связи. Не забывайте о кафе и других местах, не связанных с тренировками.

### **ОРГАНИЗОВЫВАЙТЕ МЕРОПРИЯТИЯ**

Запуски и социальные мероприятия могут эффективно и безопасно проводиться в соответствии с правилами социального дистанцирования, с использованием проработанного плана контроля посещаемости и соблюдения некоторых основных правил. Смотрите наши подробные рекомендации по событиям.



«Я не думаю, что онлайн когда-либо сможет заменить тренажерный зал, я просто хочу проводить немного больше времени с семьей. Я могу выполнять две или три тренировки в неделю в Gold's, утром перед работой, а вместо того, чтобы мчаться туда в субботу и пропускать завтрак с семьей из-за еще одной тренировки, я буду делать это дома».

АДАМ ЗЕЙЦИФФ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР GOLD'S GYM

# БУДУЩЕЕ УЖЕ НАСТУПИЛО

## ПРИОРИТЕТНАЯ ОБЛАСТЬ

До COVID-19, 85% посетителей тренажерного зала занимались фитнесом у себя дома, а 23% участвовали в онлайн тренировках или занятиях с помощью приложения. Теперь формат фитнеса изменился навсегда, и мы можем ожидать, что эти цифры увеличатся. Бизнес-модель, которая опирается только на живой опыт фитнеса, больше не является устойчивой. Вам нужно сочетание живых, виртуальных и цифровых предложений, чтобы оставаться актуальными и сохранять связь с вашими клиентами, внутри и за пределами клубов.

## ИДЕИ

### **ЦИФРОВОЙ БУМ**

В 2020 году спрос на цифровой фитнес резко возрос благодаря COVID-19. Цифровая фитнес-платформа LES MILLS On Demand (LMOD) с января увеличила количество регистраций на 900%.

### **НОВАЯ НОРМА**

До COVID-19, Will's Gym, оператор 170 клубов в Китае, имел недостаточно онлайн-продаж, но теперь более 50% новых доходов от членства генерируются онлайн, поэтому они адаптировали к ситуации свои каналы и пользовательский опыт.

## ТАКТИКА

### **УДОВЛЕТВОРЕНИЯ СПРОСА НА 360°**

COVID-19 окажет длительное воздействие на традиционный рабочий день, с увеличением числа временных рабочих мест, удаленной работы и безработицы. Использование виртуального фитнеса для планирования занятий в течение всего дня будет важно для масштабирования вашего предложения, так как пиковые загрузки могут не восстановиться в течение продолжительного времени.

### **ВЫСТРАИВАЙТЕ СВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

Тренировки в прямом эфире, потоковом режиме, виртуальном режиме и по требованию позволяет вам предоставлять фитнес-услуги своим клиентам тогда, когда они в этом нуждаются, и дают вам гибкость для продолжения работы в неблагоприятных обстоятельствах. Узнайте больше с помощью нашего Виртуального Калькулятора ROI.



<p><b>НАЧАЛО РАБОТЫ</b></p>	<p>Выберите дату открытия, проконсультировавшись с руководящими советами местных органов власти, создайте свой операционный план для открытых и закрытых мероприятий. Скачайте необходимые инструменты маркетинга из Brand Central</p>	<hr/> <hr/> <hr/>
<p><b>ЗАДЕЙСТВУЙТЕ СВОЮ КОМАНДУ</b></p>	<p>Пересмотрите свой план работы с персоналом, исходя из того, сколько сотрудников вам потребуется в условиях ограничений. Устройте виртуальную встречу команды, включая инструкторов ГФ на одном сайте, будьте понятны в объяснении новых обязанностей и любых дополнительных тренингов, которые могут пройти в соответствии с вашим планом, объясните новые ограничения по безопасности, здоровью и гигиене для персонала, убедитесь, что ваша команда активна сообщает в социальных сетях о дате открытия.</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p><b>ЗДОРОВЬЕ И ГИГИЕНА</b></p>	<p>Сначала ознакомьтесь с руководящими принципами и требованиями местных органов власти. Пересмотрите свой график уборки и дезинфекции, убедитесь, что ваши новые действия четко видны участникам. Пересмотрите свое расписание занятий групповым фитнесом, чтобы увеличить пропускную способность и предотвратить скученность. Отметьте тренировочные зоны с помощью указателей (например, ленты на полу), чтобы помочь участникам сохранить дистанцию.</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p><b>ВДОХНОВЛЯЙТЕ СВОИХ КЛИЕНТОВ</b></p>	<p>Пересмотрите свою программу, чтобы принести новый опыт и вернуть людей в свой клуб, планируйте свое предложение по привлечению отошедших от тренировок клиентов.</p>	<hr/> <hr/> <hr/>
<p><b>УКРЕПЛЕНИЕ ДОВЕРИЯ</b></p>	<p>Изучите программу Smart Start и обеспечьте чтобы персонал был проинформирован о поддержке возвращающихся клиентов, планируйте более короткие занятия и виртуальный фитнес для облегчения возобновления тренировок. Планируйте безопасные, социально-дистанционные дружественные стартовые мероприятия для объединения людей.</p>	<hr/> <hr/> <hr/>
<p><b>СООБЩЕСТВО</b></p>	<p>Просмотрите свои социальные сети и составьте план, как максимально использовать их, убедитесь, что ваша команда и инструкторы настроены вовлекать людей.</p>	<hr/> <hr/> <hr/>
<p><b>КАК БЫТЬ С НАСТУПИВШИМ БУДУЩИМ</b></p>	<p>Просмотрите свои опции on-demand, лайв-стрима, виртуального и живого фитнеса, забронируйте встречу с вашим представителем Les Mills, чтобы обсудить, как построить перспективный бизнеса.</p>	<hr/> <hr/> <hr/>



LES MILLS