



GYM

LE GUIDE DU

GÉRANT




Découvrez ce que vous ne saviez pas sur les personnalités de vos membres.

Évaluez les informations que vous ne connaissiez pas sur vos membres pour exécuter les campagnes de marketing les plus solides envers vos objectifs.

COMMENCONS...





COMPRENDRE VOS MEMBRES

Donc, vous voulez commercialiser davantage votre salle de sport efficacement, hein ? peut-être comprendre vos membres potentiels un peu mieux ? Nous pouvons vous aider avec cela. Juste avec deux questions.

Commencez avec:

1. Comprenez-vous les problèmes que vos nouveaux prospects y sont confrontés ?
2. Savez-vous comment votre salle de sport peut les aider à surmonter ces problèmes ?

Vous devrez répondre "oui" aux deux questions si vous voulez maximiser votre marketing et attirer plus de membres dans votre salle de sport. Mais ne vous inquiétez pas si votre réponse est "non" en ce moment... c'est pourquoi nous sommes ici.



PROBLÈMES COURANTS POUR LES PROSPECTS

Voici quelques-unes des objections que les prospects pourraient utiliser pour expliquer pourquoi ils ne sont pas prêts à rejoindre votre salle de sport :

01

"Je ne pense pas avoir le temps de m'entraîner."

02

"Je suis trop nerveux/embarrassé pour aller au gym."

03

"Je ne me suis pas concentré sur la forme physique depuis un bon moment maintenant, et je ne sais pas par où commencer."



LE GUIDE 2022



POURQUOI AVEZ VOUS BESOIN DE CONNAÎTRE CETTE INFO?

Lors de votre entretien avec les prospects, il est essentiel que vous compreniez leurs peurs, leurs motivations et leurs défis. L'une des meilleures façons d'y parvenir est de créer des personas pour les plus courants types de prospects que vous rencontrez. Lorsque vous trouvez comment surmonter leur objections, votre processus de vente devient beaucoup, beaucoup plus facile.

Comprendre vos prospects améliorera tous les aspects de votre communication et de vente. Et plus, vous pratiquez parler aux prospects en utilisant vos personas, mieux vous y parviendrez.

3 PERSONNALITÉS DE DÉPART POUR VOUS



La création de personas de clients prend du temps au début, mais en vaut la peine long terme. Pour vous faire gagner du temps, nous avons fait une partie du travail initial pour vous.

Nous avons créé trois personnages qui sont communs dans le monde des salles de sport.



CES PERSONAS VOUS AIDERONT À

01

Identifier les problèmes qui empêchent certains prospects de s'inscrire

02

Communiquer avec les prospects et répondre à leurs objections

03

Faire le suivi avec les prospects après la conversation initiale

VOICI LES 3 PERSONAS



Alfredo Torres

"Je suis trop occupé pour aller au gym."



Sara Dupont

"Je suis coincé dans le passé."



Claudia Alves

"Je recherche une nouvelle salle de sport."

Alfredo Torres

"Je suis trop occupé pour aller au gym."

DEBUT DE LA CONVERSATION

- Pourquoi la santé et la forme physique devraient-elles être des priorités dans votre vie ?
- Est-ce que l'exercice régulier vous aiderait à vous sentir mieux ou à mieux fonctionner dans la vie de tous les jours ?
- Comment vous sentiriez-vous si vous atteigniez vos objectifs ?

Alfredo est facilement submergée par son état d'esprit de tout ou rien.

Pour surmonter ce problème, essayez de vous concentrer sur plusieurs heures de cours et sur la possibilité d'assister à n'importe quel cours. Rassurez-le en lui disant que le fitness ne nécessite pas plus de deux ou trois cours d'une heure par semaine. il va voir rapidement un retour sur son investissement au gymnase avec une productivité, une énergie et des résultats mesurables accrus marqueurs de santé (par exemple, perte de graisse, gain musculaire et bien être général).

EXEMPLES DE CONVERSATIONS





Conversation avec Alfredo

- Je crois comprendre que votre objectif est de trouver du temps pour vous entraîner. Voyons comment faire de l'exercice avec un emploi du temps chargé comme le votre!
- Nous pouvons vous aider à vous concentrer sur vos objectifs et à intégrer la forme physique à votre vie. Nous avons juste besoin d'une heure de votre part quelques jours par semaine pour améliorer votre, énergie et santé physique et mentale.
- Quels jours vous conviendraient le mieux ?

Encouragez-le en lui faisant savoir que vous l'aidez à établir des objectifs réalistes.

- Je comprends que votre objectif est de vous installer dans une routine de conditionnement physique régulière. Habituellement ça prend environ six semaines aux membres pour s'adapter. Nous pouvons définir un petit, objectif réaliste et mesurer votre réussite au cours de vos premiers mois.
- Comment vous sentez-vous à l'idée de commencer avec 15 cours au cours des six premières semaines ? À ce moment-là, vous serez dans une routine et ressentirez les résultats !
- Quels sont les trois jours par semaine qui vous conviennent le mieux ?



FAITES LE SUIVI



Envoyez à Alfredo un simple formulaire d'établissement d'objectif . Préparez-le pour le succès avec un objectif réalisable lié à son temps, comme assister à un certain nombre de cours les premières semaines.

Si vous n'êtes pas déjà un client Enosport, vous pouvez payer pour des logiciels comme Typeform et configurer vos questions de formulaire avant l'envoi à vos prospects.

- Déjà client Enosport ?

Les formulaires d'établissement d'objectifs sont inclus avec votre compte ! Envoyez l'un de ces formulaires à Alfredo pour la faire adhérer.

Alfredo est plus susceptible d'avoir une opinion positive de sa forme physique si ses objectifs sont petits et réaliste. Envoyer un long formulaire avec plusieurs questions pourrait le submerger et le faire fuir immédiatement. Ou, s'il remplit le formulaire, il peut finir par arrêter s'il n'atteint pas tous ses objectifs. Il peut penser : "Je n'ai pas suffisamment de temps pour atteindre mes objectifs."

Une fois qu'Alfredo devient membre, offrez continuellement de la valeur afin qu'il estime que son adhésion en vaut la peine. Continuer de créer une relation significative en en faisant le point avec lui tous les 30, 60 et 90 jours. Une fois qu'il atteint régulièrement ses objectifs, envisagez de lui fixer de nouveaux objectifs après le 100e jour. Assurez-vous de maintenir un langage encourageant en cours de route.



Sara Dupont

"Je suis coincé dans
le passé."

DEBUT DE LA CONVERSATION

- "Que voulez-vous changer dans votre routine actuelle de remise en forme ?"
- "Imaginez que vous faites un pas chaque jour vers votre objectif. Comment vous sentiriez-vous dans trois mois ?"

Sara tombera facilement dans le piège de la comparaison, vous voulez donc éliminer rapidement des questions comme "Combien de temps me prendra-t-il pour ressembler à ça ?"

Essayez de vous concentrer sur l'état d'esprit d'un débutant au lieu de comparer ce qu'il faisait avant à ce qu'il est en train de faire maintenant. Partagez comment vous pouvez lui apprendre de nouvelles choses, le motiver à atteindre de nouveaux objectifs et l'aider s'améliorer durant cette phase de sa vie.

EXEMPLES DE CONVERSATIONS





Conversation avec Sara

Sara continue de revivre son passé et passe beaucoup trop de temps à parler de son ancienne époque sportive.

- " Je crois comprendre que votre objectif est de perdre 10 kilos. Vous pouvez le faire efficacement et en toute sécurité en surveillant votre nutrition tout en vous motivant avec notre programme de cours en petits groupes. Comment vous vous ressentiriez si vous commenciez à voir ces changements sur votre corps ? "
- " Je comprends que votre objectif est de retrouver votre motivation. Nos cours avec coach et un programme varie constamment afin d'assurer que votre entraînement soit intéressant et pas ennuyeux! Qu'est-ce que vous aimeriez apprendre de nouveau ou, y a t-il quelque chose vous aimeriez améliorer ? "



FAITES LE SUIVI



Une fois Sara devenu cliente, envoyez-la un SMS hebdomadaires pendant les six premières semaines pour la tenir engagé et s'assurer qu'elle voit la valeur de ses entraînements. Mettez un rappel sur votre téléphone pour demander après elle en personne également.

Voici quelques questions que vous pouvez utiliser pour commencer le conversation:

- *"Quel été votre entraînement préféré cette semaine ?"*
- *"A quel moment exactement à l'intérieur du gymnase où tu te sentais le plus à l'aise durant cette dernière semaine ? "*
- *Ça fait déjà six semaines que vous êtes membre, Sara! Comment vous sentez-vous maintenant par rapport à quand tu as commencé ? »*

- Déjà client Enosport ?

Envoyez chaque semaine un SMS à Sara depuis notre plateforme Enosport. Aussi fixer un rappel de tâche pour vous-même ou un membre de votre personnel pour avoir une conversation rapide avec elle avant ou après son prochain cours. N'oubliez pas de noter les points clés de la conversation sur son dossier client !



Claudia Alves

"Je recherche une nouvelle salle de sport."

DEBUT DE LA CONVERSATION

- "Qu'est-ce qui vous a empêché d'atteindre vos objectifs de remise en forme ?"
- "De quoi avez-vous besoin de votre nouvelle salle de sport pour vous aider à atteindre ces objectifs ?"

Sara tombera facilement dans le piège de la comparaison, vous voulez donc éliminer rapidement des questions comme "Combien de temps me prendra-t-il pour ressembler à ça ?"

Invitez Claudia à obtenir plus d'informations sur les raisons pour lesquelles elle a quitté son gymnase actuel. Après avoir parlé de ses objectifs, expliquez les façons spécifiques dont son expérience dans votre salle de sport peut apporter plus de valeur par rapport à son expérience précédente.

EXEMPLES DE CONVERSATIONS





Conversation avec Claudia

Claudia cherche quelque chose de spécifique, et c'est à vous de découvrir ce que c'est.

- "Je crois comprendre que vous aviez besoin d'un gymnase qui offre plus de cours le soir. Nous offrons trois heures de cours entre 17h et 20h. Quelle journée est la plus adéquate pour vous? Essayez un cours afin que vous puissiez avoir une bonne idée de notre salle de sport ? "
- "Je comprend que vous aviez de l'expérience en cours de groupe, mais que vous ne faisiez pas de progrès vers vos objectifs à votre salle de gym précédente. Selon vous, qu'est-ce qui bloquait votre progression ? "



FAITES LE SUIVI



Claudia cherchera ce qui est différent de votre salle de sport par rapport à autres gymnases de la région. Quand elle vous contacte, envoyez la un e-mail qui comprend les valeurs fondamentales de votre salle de sport.

Cela vous semble-t-il beaucoup de travail pour envoyer des e-mails à chaque prospect ? Tu peux le faire avec des feuilles de calcul, Zaps et des rappels de calendrier , mais c'est tellement plus facile avec Enosport. Personnalisez simplement l'un de nos e-mails de campagne pré-écrits, et vous êtes Prêt à partir.

- Déjà client Enosport ?

Nous vous suggérons de personnaliser un e-mail de campagne de prospection active pour inclure vos valeurs et tout ce qui fera que votre salle de sport se démarquera des autres.

En tant qu'athlète chevronné, Claudia sera à la recherche d'un gymnase qui l'épatera. Le contenu générique sur la forme physique et la nutrition est toujours précieux, mais elle recherchera également des éléments de contenu plus uniques.





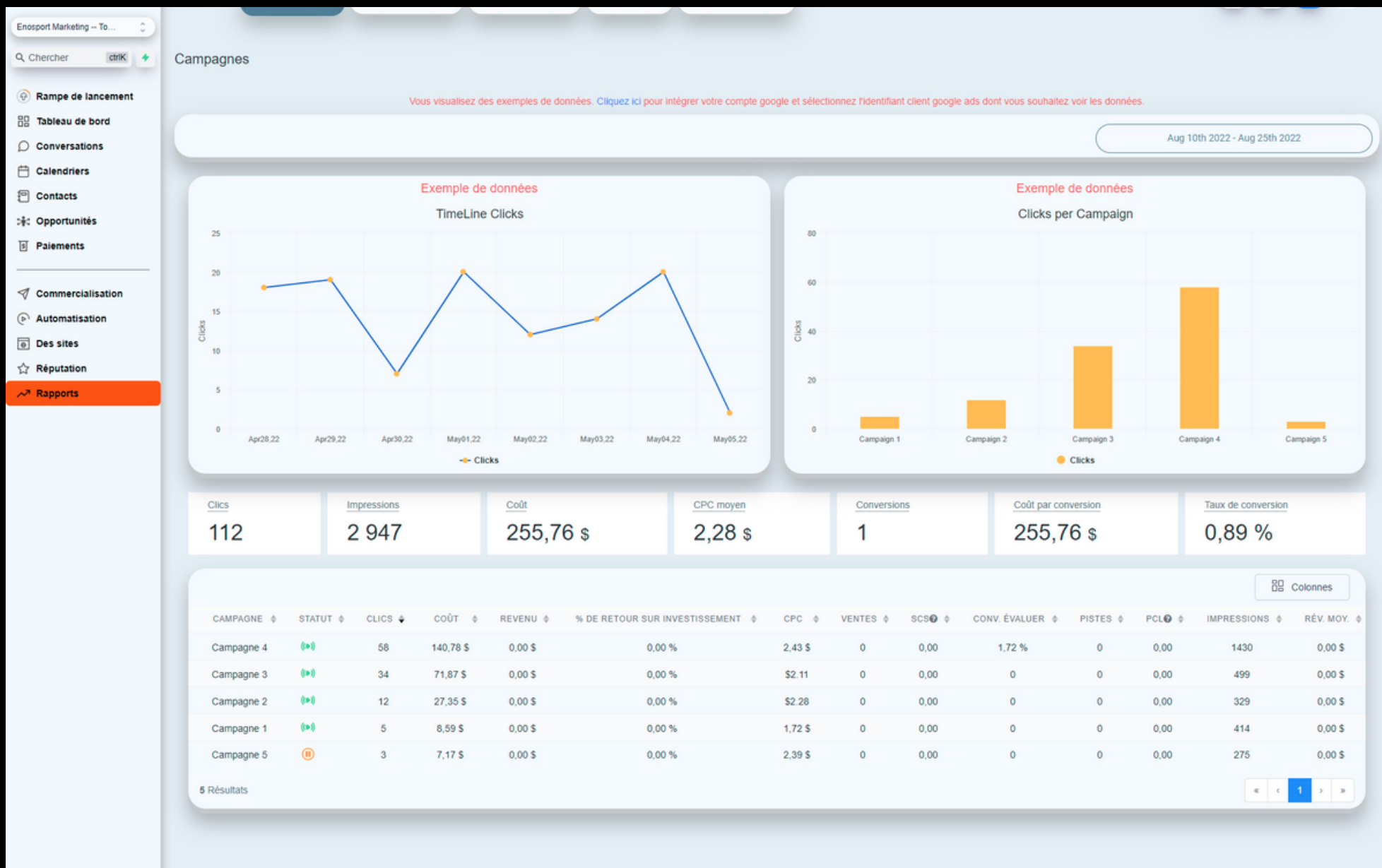
POURQUOI AVEZ-VOUS BESOIN D'UN CRM + CSM?

Si vous êtes comme la plupart des propriétaires de salles de sport, vous avez probablement porter tous les chapeaux de votre entreprise.

Un logiciel de gestion de la relation client (CRM) vous aide à attirer de nouveaux membres en collectant, automatisant, et organisant toutes vos communications clients en un seul emplacement central. En rationalisant vos communications, vous vous assurez que tous vos prospects reçoivent des informations cohérentes et opportunes lorsqu'ils manifestent de l'intérêt pour votre salle de sport.

Une fois que vous avez un logiciel CRM en place, il est temps d'embaucher quelqu'un pour le gérer.

Si vous n'avez pas envisagé d'embaucher un responsable de la réussite client (CSM), vous voudrez peut-être donner la priorité à cela lors de la prochaine embauche. Lorsque vous déléguez vos tâches CRM à un CSM, vous libérez un temps précieux que vous pouvez ensuite consacrer à d'autres aspects de votre entreprise.



COMMENT ENOSPORT PEUT VOUS AIDER?



EXPERTS EN MARKETING

Nous travaillons dur avec vous pour que votre business se démarque de la compétition.

PLATFORM ROBUSTE

Vous aide à offrir des expériences client exceptionnelles. Communication, réservation en ligne, et bien plus encore...

RESULTATS GARANTIES

C'est exact... si nous ne livrons pas les résultats promis, vous récupérez votre argent. L'époque des grandes promesses et de rien pour les étayer est révolue depuis longtemps !

ÉQUIPE DÉDIÉE

Une équipe créative d'experts en marketing qui ont le savoir-faire, la capacité et les idées novatrices.

DÉVELOPPEMENT DE COMPÉTENCES

Un contenu de qualité est publié chaque semaine. Vous apprendrez les dernières stratégies et techniques du marketing efficace.

EXCLUSIVITÉ TOTALE

Nous vous donnons l'exclusivité totale de votre ville et de votre communautés. Avec notre système, vous établissez une domination du marketing en ligne.



MERCI !

ce guide a été créé pour aider les propriétaires de salles de sport à bâtir une entreprise prospère et performante.

@enosport.marketing
#enosportmarketing

<https://enosport.com>

