



Les Mills 2019
Pesquisa Global do Consumidor de
Fitness

Principais Insights

Introdução —

Muito já foi escrito sobre as gerações mais jovens da sociedade - **Geração Z e Geração Y** -, mas 2019 será o ano em que elas converterão decisivamente no domínio do mercado consumidor. Este ano, esses dois dados demográficos compõem 63% da população global, portanto, uma relação bem-sucedida entre eles e a aptidão física é fundamental para a saúde de nossa indústria e nossa busca por um planeta mais apto.

Então quem são eles? A Geração Z nasceu em meados da década de 1990 até 2010 e hoje tem de 8 a 24 anos. Enquanto isso, os *Millennials* nasceram no início dos anos 80 até meados da década de 1990 e hoje têm entre 25 e 38 anos.

Atrair e manter esses dados demográficos representa um grande desafio e uma oportunidade para as academias. Encontrar o equilíbrio certo de pessoas, equipamentos e design, parece ser um quebra-cabeça complexo, que, se resolvido, pode trazer benefícios substanciais para os resultados financeiros da sua academia.

Notas sobre a pesquisa usada —

Aqui na Les Mills, acreditamos no poder de compartilhar dados e *insights* para potencializar o setor *fitness*. Todos os números deste relatório foram extraídos da Pesquisa Global do Consumidor de Fitness da Les Mills, de 2019, e de nossos próprios dados da academia Les Mills. Fizemos uma parceria com a Qualtrics, uma solução líder em tecnologia de pesquisa corporativa, para produzir uma pesquisa on-line que foi

Mas essas gerações mudaram o jogo e reescreveram as regras convencionais de *fitness*. A Geração Z e os *Millennials* requerem uma abordagem muito diferente das gerações que os antecederam. Portanto, criando uma segmentação e interesse por geração, as academias podem criar relacionamentos de longo prazo com esses consumidores e construir um valor vitalício para seus alunos.

Nossa nova pesquisa - a maior pesquisa global sobre *fitness* do consumidor já realizada - revelou *insights* vitais para essas gerações. As principais conclusões estão resumidas neste relatório.

realizada em 22 países e traduzida em 13 idiomas. As cotas foram estabelecidas por país, para garantir que nossa pesquisa reflita a população global e forneça *insights* de qualidade. Mais de 16.000 respostas foram recebidas, mais de 12.000 delas fornecem a base para a maioria dos *insights* abaixo.

Part. 1

Mais da metade dos novos alunos tem menos de 30 anos

A maioria das academias pode dizer a idade média de seus alunos, mas muitas não se interessam por essa informação obtida dos novos participantes e perdem um grande dado para o seu negócio. Você sabe por que isso importa?

Armar-se com essa visão permite que você aperfeiçoe sua nova estratégia. Isso o ajudará a aprimorar o foco de seu marketing para atingir as gerações mais novas que compõem a maioria dos novos alunos, mas também a construir e manter um relacionamento a longo prazo com eles para gerar benefícios de retenção.

Tente analisar seu novo perfil demográfico. Qual é a idade média? E como isso mudou nos últimos cinco anos?

É provável que a idade média de seus clientes atuais seja mais próxima de 40 do que de 30 anos - isso é uma década de diferença. Atitude, renda, tempo de lazer disponível, metas pessoais e profissionais desempenham um papel importante na tomada de decisão.

Quais as mudanças que você poderia fazer para alcançar esse novo público no momento certo, com a mensagem certa, para aumentar o impacto?

36.4

vs

30.2

Idade média - Todos os alunos

Idade média - Novos alunos



32% do total da população adulta frequenta uma academia / clube / ginástica

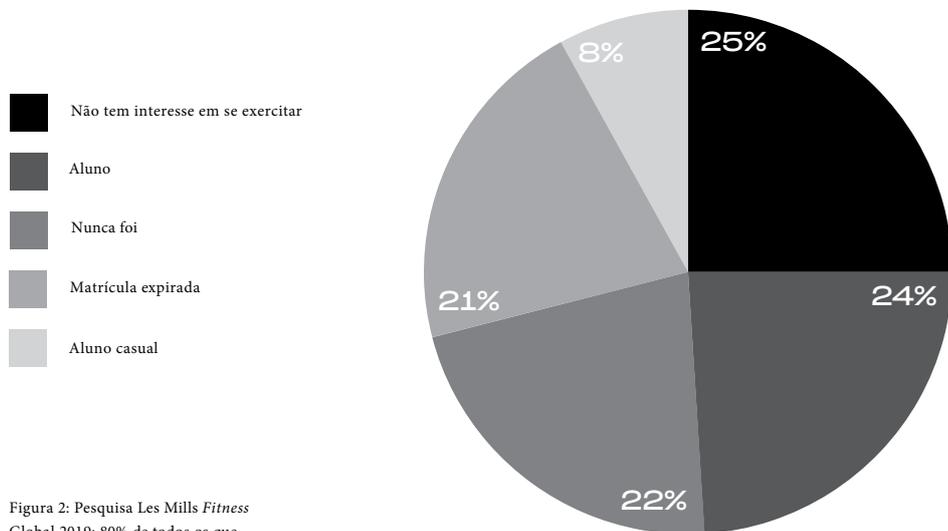
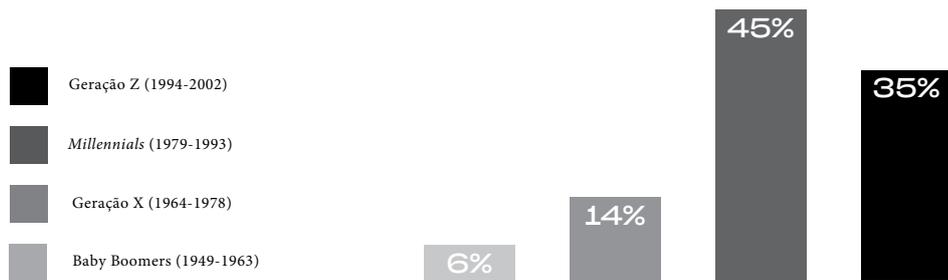


Figura 2: Pesquisa Les Mills Fitness Global 2019: 80% de todos os que frequentam uma academia são Geração Z e Millennials.



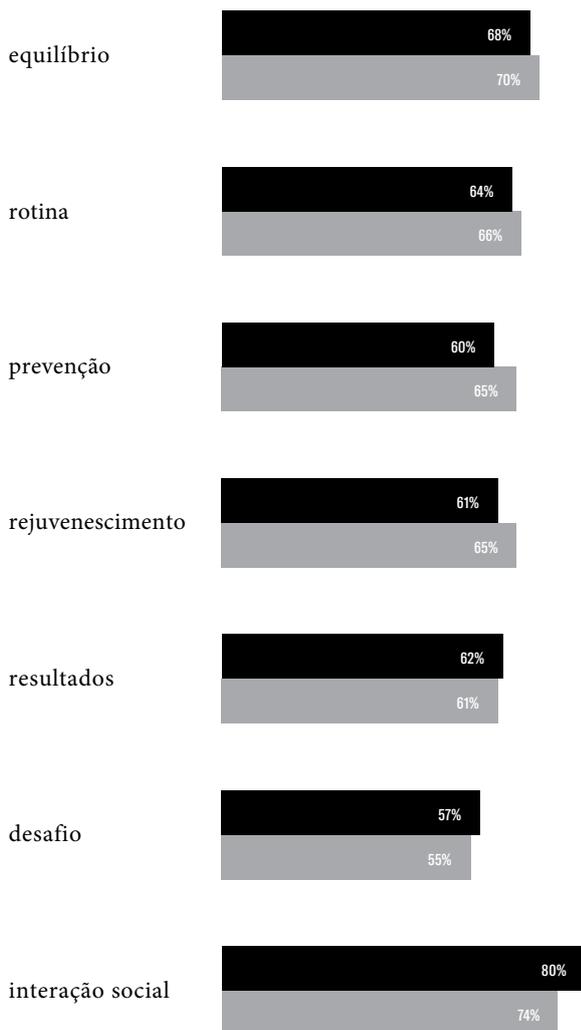
80% de todos os que frequentam uma academia são Geração Z ou *Millennial*

Part. 2

Agora eles se juntaram, vamos mantê-los motivados

A Geração Z e os *Millennials* aproveitam os aspectos mais sociais da atividade física, com a preferência de treinar com outras pessoas. Eles também são significativamente mais propensos a experimentar novos treinos, pesquisar dicas nutricionais e buscar planos alimentares para apoiar um estilo de vida mais saudável. O sentimento de ser mais forte e alcançar o auto aperfeiçoamento são elementos importantes para todos os exercícios regulares, mas particularmente para estas gerações.

A Geração Z é especialmente focada em sua aparência, com mais da metade (54%) declarando que seu principal motivo para praticar exercício físico é entrar e/ou manter a forma.



A combinação de uma academia que ofereça diversos estímulos e quadro de horário equilibrado, onde estes novos membros podem participar em atividades de grupo, encorajará uma frequência mais elevada e, conseqüentemente, uma melhor taxa de retenção. *Millennials* e Geração Z compõem a maior proporção de pessoas que fazem atividades de aula de *fitness* - *Millennials* (52%); Geração Z (50%) - então o compromisso está nas academias para atender a essa demanda com experiências dinâmicas de treino.

Quais experiências essas gerações podem receber atualmente da sua academia? Você acredita que as opções que está oferecendo corresponderão às expectativas?

Os *Millennials* mostram uma tendência similar às gerações mais velhas, onde são mais motivadas por experiências de treino que resultam em Equilíbrio, Rotina e Prevenção.

Uma experiência de treino / *fitness* que proporciona interação social tem um maior nível de apelo para a Geração Z.



Figura 3: Pesquisa Les Mills Fitness Global 2019: a média de 76% das Gerações Z e *Millennials* dizem que a interação social é um fator importante.

46%

dos praticantes regulares estão fazendo aulas de *fitness*

no entanto, uma proporção maior desses participantes é das gerações mais jovens

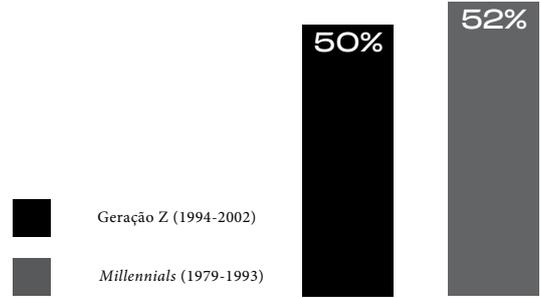


Figura 4: Pesquisa Les Mills Fitness Global 2019: % de praticantes regulares por geração que exercem atividades de aula de ginástica.

Geração Z Razão para o Exercício Físico

eles também são significativamente mais propensos do que os outros grupos etários a querer...



Figura 5: Pesquisa Les Mills Fitness Global 2019: 54% da Geração Z diz que ser e ficar em forma é uma razão para se exercitar.



Part. 3

Eles não estão se limitando a apenas uma área na academia

As novas gerações de alunos das academias adoram experimentar coisas novas. 80% das Gerações Z e *Millennials* participam em ambas as atividades de musculação* e aulas de ginástica, demonstrando seu desejo de experimentar e utilizar plenamente a gama de tipos de exercícios que as academias têm a oferecer.

Manter os alunos atualizados por meio de seu método de contato preferido e informações na academia ajudará a facilitar sua participação e garantirá que sua academia continue sendo um ponto de contato regular em suas movimentadas vidas.

79% das pessoas que fazem atividades do tipo **musculação** são do tipo Z ou *Millennials*

81% dos que fazem aulas de **fitness coletivo** são Geração Z ou *Millennials*

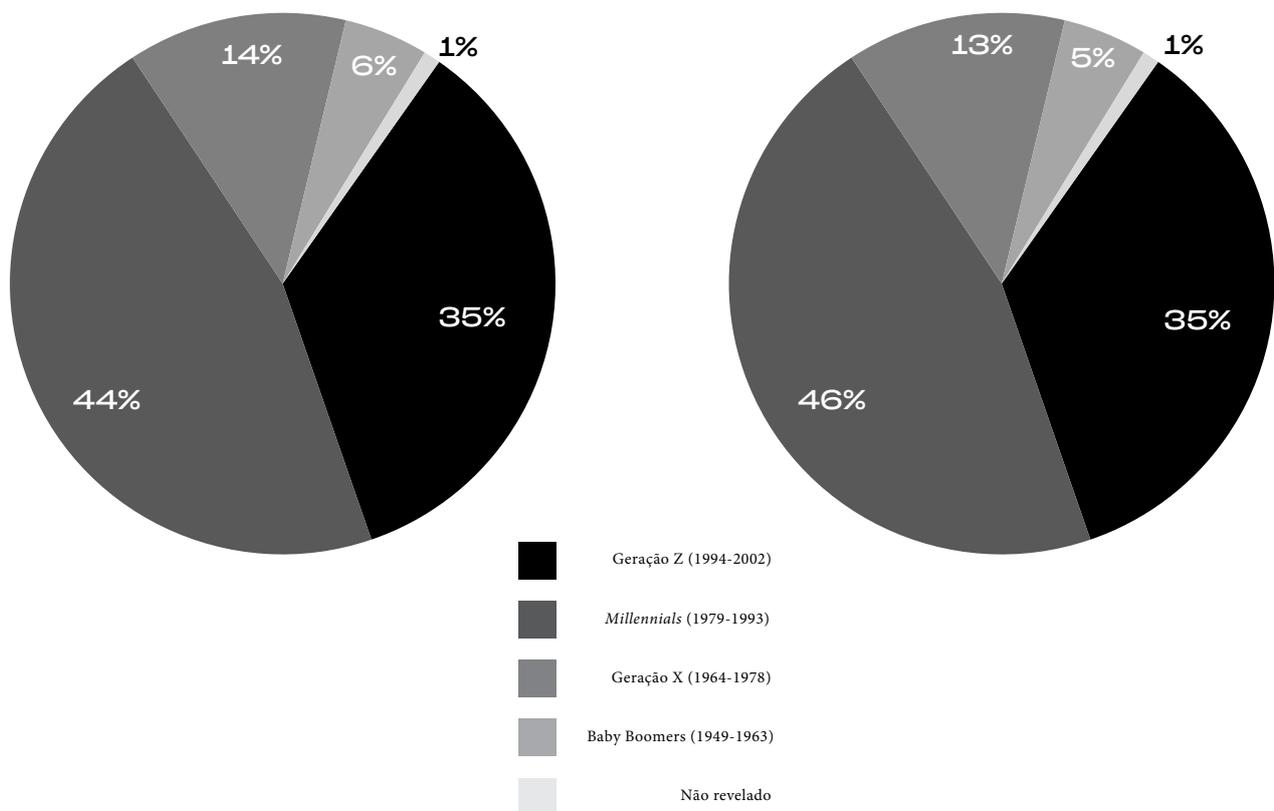


Figura 6: Pesquisa Les Mills Fitness Global 2019: * As atividades do tipo academia são definidas como treinamento com pesos, equipamentos para cardio, treinamento pessoal, treinamento em pequenos grupos, exercícios funcionais.

Part. 4

Mais da metade de todos os alunos querem mais tempo na academia

Que oportunidade! A Geração Z é a categoria de clientes mais ativa, com 87% exercendo três ou mais vezes por semana. E ainda assim eles querem mais. Fazer com que os alunos tenham o hábito de frequentar a academia mais de duas vezes por semana é a base para construir um relacionamento melhor, o que se traduz em um aumento no número de membros.

Tanto a Geração Z quanto a Geração Y estão igualmente insatisfeitas com a frequência ao ginásio quando comparadas com o Mercado*. Como o mercado em geral, essa insatisfação decorre das mesmas três coisas: eles consideram que sua frequência à academia é limitada por estarem muito ocupados, sua academia ser muito lotada e as horas de abertura serem inconvenientes.

Não é de surpreender que a academia multiuso ainda seja rei quando se trata de compartilhar a adesão. Talvez com menos expectativa, a Geração Z e *Millennials* nomeiam o local como seu segundo lugar favorito para se exercitar. Com o uso on-line e de aplicativos em 98%, esse público gosta da liberdade e flexibilidade de poder se exercitar.

89% das pessoas que fazem exercícios on-line ou usam aplicativos são Geração Z ou *Millennials*

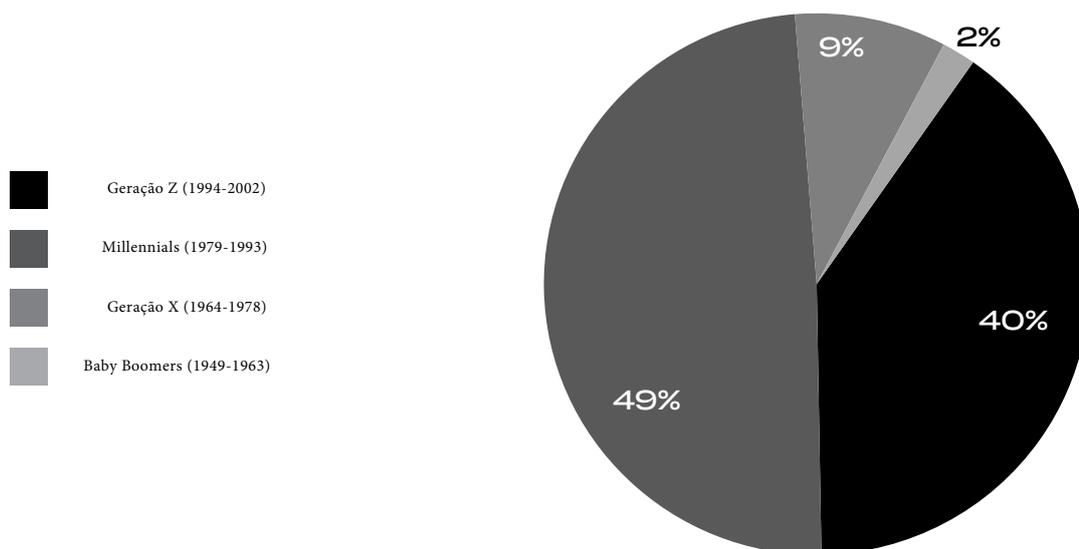


Figura 7: Pesquisa Les Mills Fitness Global 2019: 89% das Gerações Z e *Millennials* usam exercícios on-line ou baseados em aplicativos.

*O Mercado são todos adultos com mais de 16 anos que se exercitam regularmente para se manter em forma e saudável / manter boa aparência física, e aqueles que querem se exercitar para manter a forma e saudável / manter boa aparência física, mas não estão fazendo isso.

As academias multifuncionais acumulam a maior parte da carteira de participantes de exercícios em grupo que utilizam música

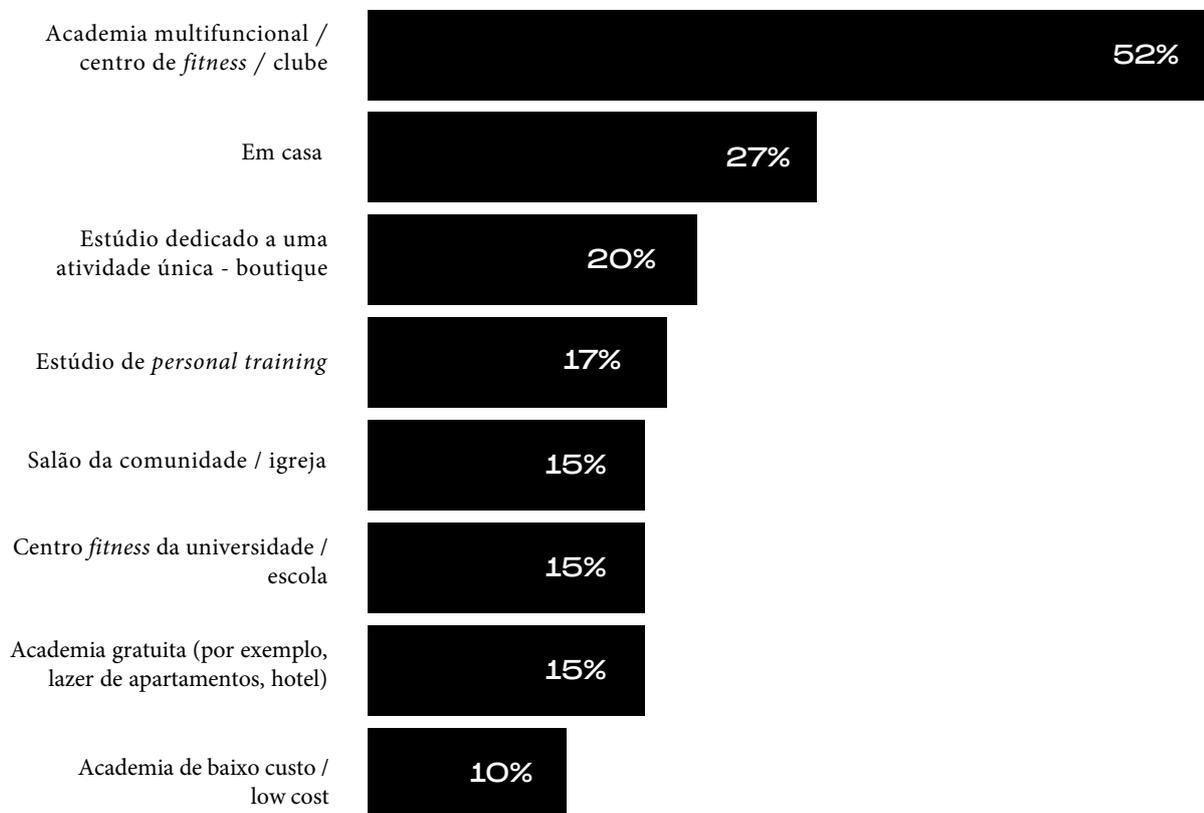


Figura 8: Pesquisa Les Mills Fitness Global 2019: Participação por serviço

Mais da metade dos alunos da academia não estão satisfeitos com a frequência que visitam

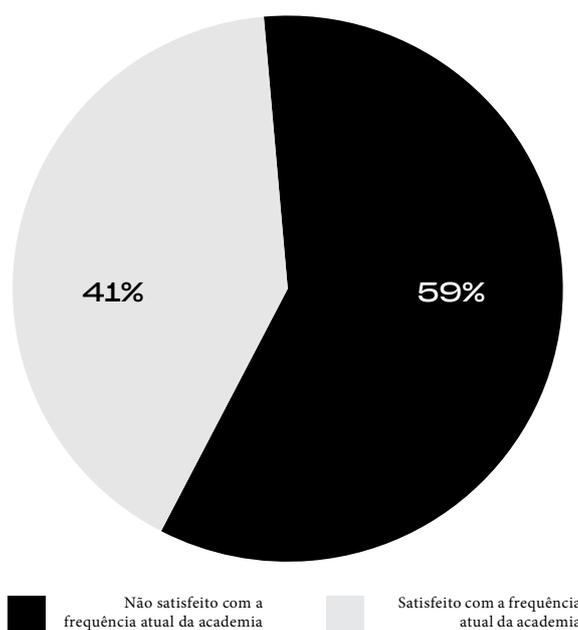


Figura 9: Pesquisa Les Mills Fitness Global 2019: Satisfação com o comportamento na academia

A Les Mills é líder global de *fitness* em grupo e criadora de 20 programas de aulas coletivas incluindo BODYPUMP™ (pesos), BODYCOMBAT™ (artes marciais), RPM™ (ciclismo *indoor*), LES MILLS GRIT™ (30 minutos de um treinamento HIIT) e a experiência revolucionária do *cycle* imersivo, THE TRIP™. Os exercícios da LES MILLS são ministrados por 140.000 professores certificados em 20.000 academias em 100 países e estão disponíveis para os alunos por meio da plataforma de *streaming* LES MILLS™ On Demand. **Toda semana, milhões de pessoas entram em forma com a Les Mills.**

Desde *insights* sobre os alunos, recursos de marketing, projetos de aquisição de novos clientes e estratégias de integração, a Les Mills pode ser a sua parceria para colocar seu negócio no caminho para o sucesso a longo prazo.

Uma análise mais detalhada e abrangente desta pesquisa está disponível exclusivamente para os parceiros da Les Mills. Entre em contato com o Gerente da Experiência do Cliente (Customer Experience) para acessar o Relatório Global Fitness Insights 2019.