



**LES MILLS**

**GUIA DE REABERTURA**

**DA ACADEMIA**

“Estamos trabalhando em nosso plano de recuperação. As duas chaves para um plano de recuperação bem-sucedido são o tempo e o tom - não pode ser muito cedo e você não pode ser muito agressivo.”

**COLIN GRANT, CEO, PURE FITNESS**

# COMECE (FORTE) DE NOVO

## **ÁREA DE FOCO**

A saúde agora é a principal prioridade de todos, então como o seu negócio pode se preparar para aproveitar essa oportunidade?

Pela nossa experiência com nossas equipes na China e no Japão, a reabertura precisa ser cautelosa; criar confiança nos clientes, seguir as normas/conselhos governamentais e demais considerações culturais.

Não há problema em se sentir perdido e estressado com o futuro. Mas prepare-se para adotar uma nova mentalidade. A oportunidade é grande, mas o desafio também é.

## **INSIGHTS**

### **O FUTURO É BRILHANTE**

Na China, uma pesquisa Nielsen pós-bloqueio constatou que 75% do público planeja gastar mais em esporte e fitness no futuro, enquanto 80% estão tentando comer de maneira mais saudável.

### **CONSIDERE TODOS OS CENÁRIOS**

Em Cingapura e na China, as academias abriram e foram forçadas a fechar novamente após uma nova onda de infecções.

## **TÁTICAS**

### **DEFINA UMA DATA INTELIGENTE**

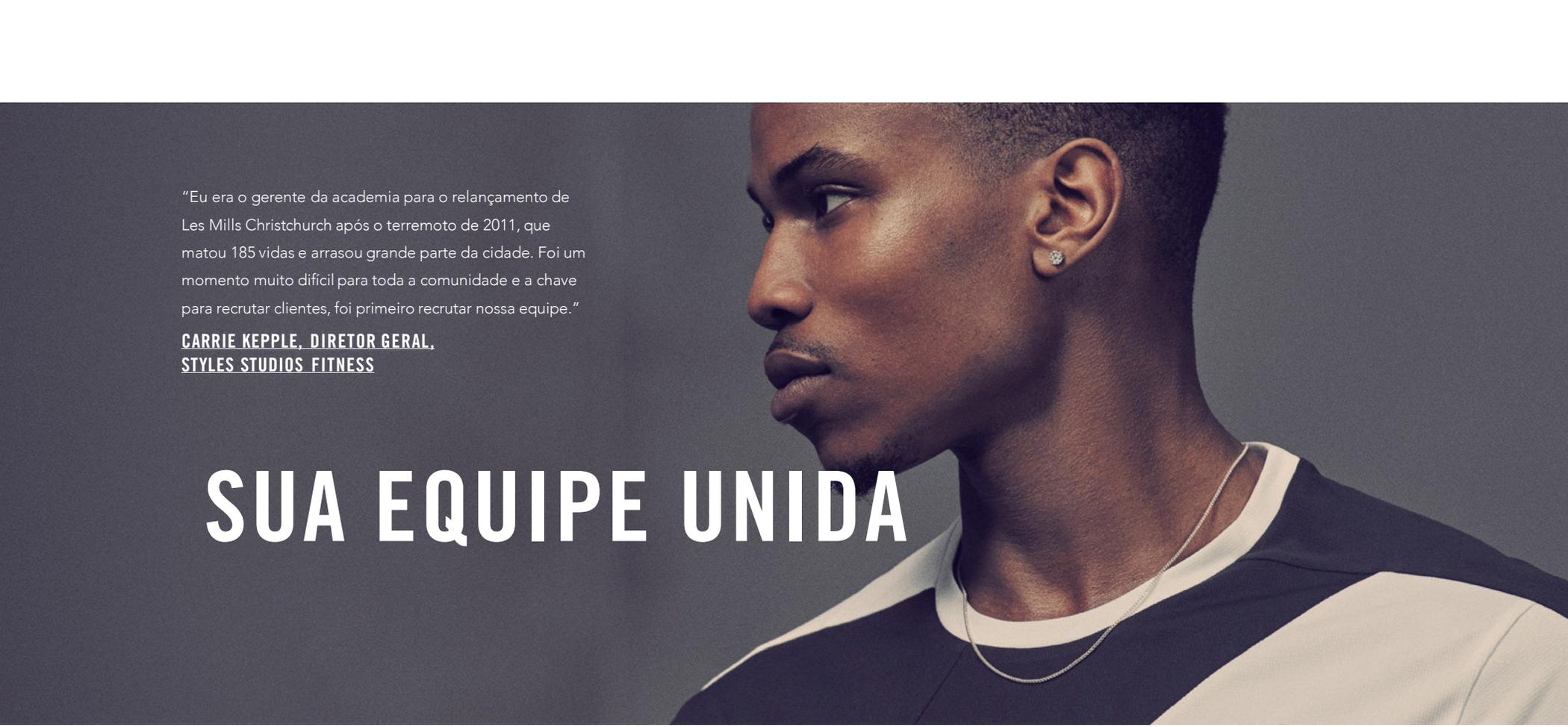
Fique perto dos conselhos do governo e escolha sua data de abertura com cuidado. Abra em etapas, se necessário.

### **PLANO DE MUDANÇA**

Certifique-se de que seu planejamento inclui o que acontecerá com sua equipe, clientes e a operação em si, se for preciso fechar as portas novamente.

### **CONFIE EM NÓS**

Considere a equipe de marketing da Les Mills uma extensão sua. Aproveite as ferramentas de comunicação e planejamento pré criadas e disponibilizadas no [Brand Central](#) >



“Eu era o gerente da academia para o relançamento de Les Mills Christchurch após o terremoto de 2011, que matou 185 vidas e arrasou grande parte da cidade. Foi um momento muito difícil para toda a comunidade e a chave para recrutar clientes, foi primeiro recrutar nossa equipe.”

**CARRIE KEPPLE, DIRETOR GERAL,  
STYLES STUDIOS FITNESS**

# SUA EQUIPE UNIDA

## **ÁREA DE FOCO**

Em vez de se concentrar em apenas ter seus clientes de volta à academia, considere que a sua equipe e seus instrutores são essenciais para que o seu negócio ganhe vida novamente. Verifique se todos estão se sentindo apoiados e inspirados em fazer a diferença na vida das pessoas.

Independentemente de como as coisas foram no passado, esta é uma oportunidade para fazê-las de maneira diferente. Portanto, como as academias podem envolver melhor seus funcionários e instrutores para proporcionar ótimas experiências aos clientes, que os diferenciam das experiências on-line que estão usando?

## **INSIGHTS**

### **SE CONCENTRE NA INFORMAÇÃO**

Como parte da reabertura no Will's Gym na China, a equipe recebeu uma educação abrangente sobre novos procedimentos, e o uso de máscaras e luvas é obrigatório para toda a equipe promover a higiene e passar confiança aos clientes.

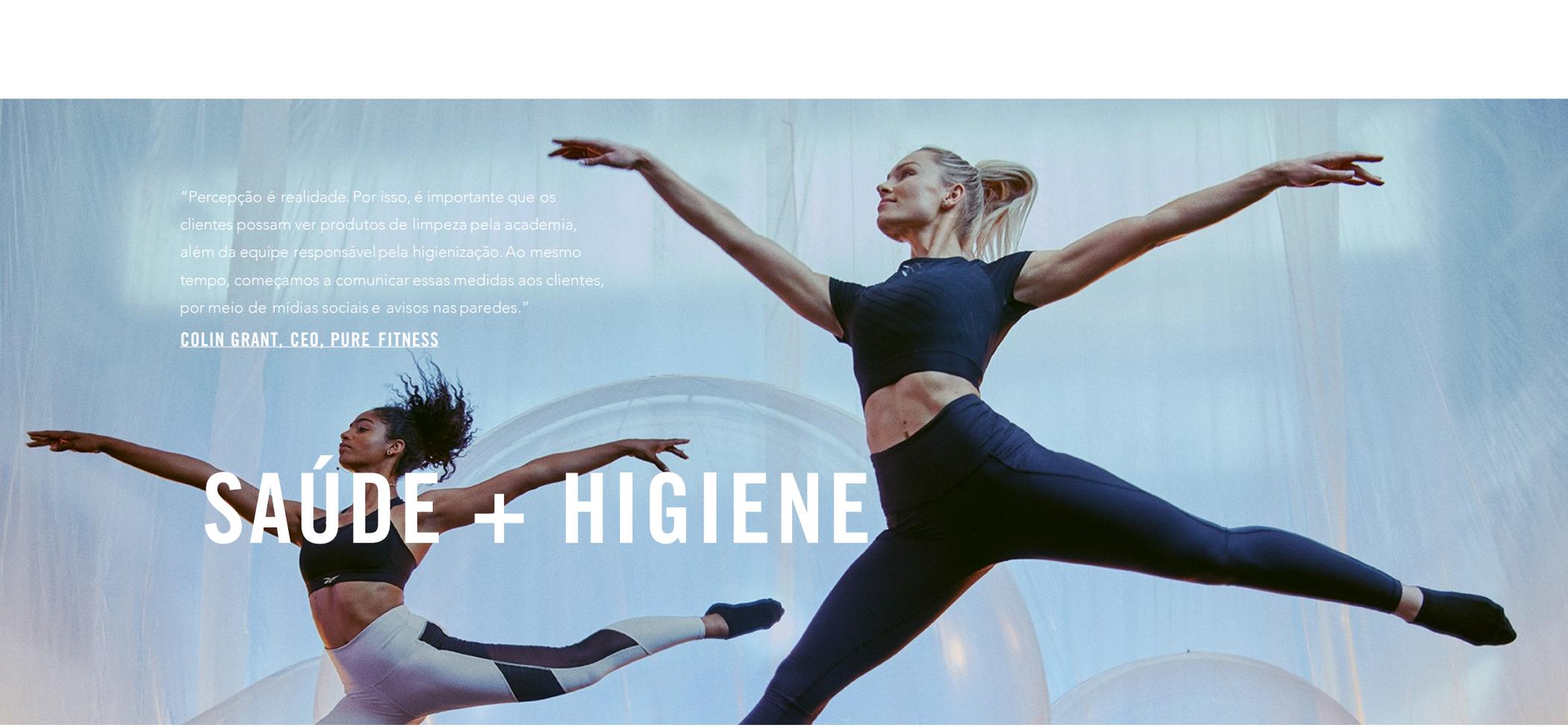
## **TÁTICAS**

### **OUÇA**

Passa algum tempo compreendendo as preocupações dos membros da sua equipe, como estão se sentindo e entendendo que perguntas eles têm.

### **SEGURANÇA PRIMEIRO**

Sua equipe ficará preocupada com a segurança deles; portanto, certifique-se de que eles se sintam seguros e apoiados para poderem ajudar os clientes.



“Percepção é realidade. Por isso, é importante que os clientes possam ver produtos de limpeza pela academia, além da equipe responsável pela higienização. Ao mesmo tempo, começamos a comunicar essas medidas aos clientes, por meio de mídias sociais e avisos nas paredes.”

**COLIN GRANT, CEO, PURE FITNESS**

# SAÚDE + HIGIENE

## **ÁREA DE FOCO**

Ajude os clientes que retornam ao seu negócio a se sentirem seguros, aumentando a frequência e a visibilidade de suas práticas de saúde e higiene.

A higiene será a preocupação número um para todos que voltarem a uma academia. Portanto, quando os praticantes perceberem que seu ambiente é seguro, eles continuarão frequentando.

## **INSIGHTS**

### **MOSTRE A LIMPEZA**

A rede premium Pure Fitness na China está reforçando visualmente as medidas que estão tomando para manter os clientes seguros. Isso inclui garantir que os produtos de limpeza estejam sempre à vista, bem como comunicar as novas medidas de higiene, por meio de mídias sociais e avisos na parede.

### **COPO MEIO CHEIO**

As aulas coletivas foram autorizadas a retornarem com 50% da capacidade na China e no Japão. É necessário um planejamento cuidadoso e um novo quadro de horários para satisfazer os clientes, além de mantê-los seguros.

## **TÁTICAS**

### **VISIBILIDADE**

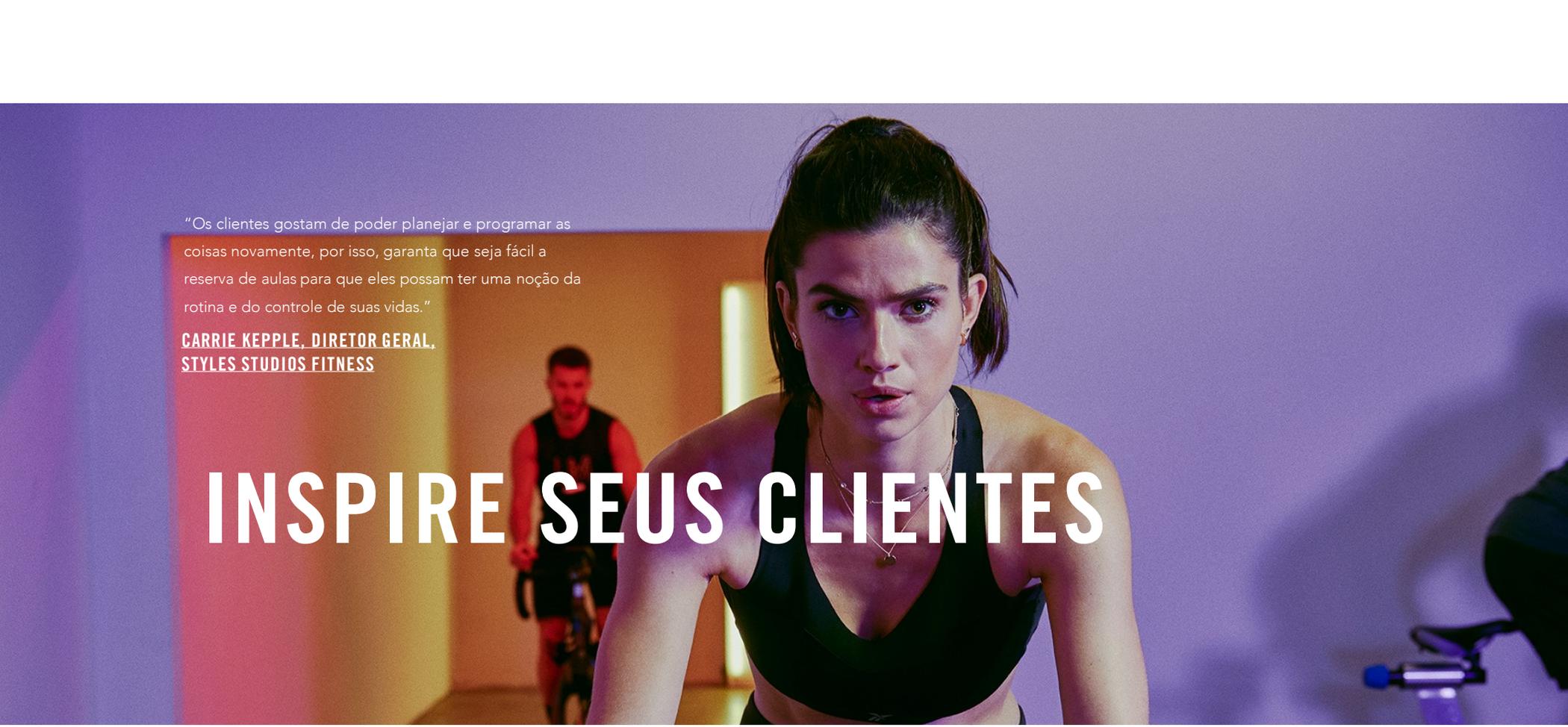
Garanta que seus esforços de saúde e higiene sejam visíveis e óbvio para os clientes. Preparamos algumas imagens com dicas de saúde e higiene e, estão disponíveis no Brand Central.

### **LIMPO E NOVO**

Realize a manutenção de seus equipamentos, considere a pintura do estúdio e aplique novas sinalizações. Cada detalhe demonstra um forte sinal de que as coisas são novas e diferentes.

### **DICAS DE SINALIZAÇÃO**

Se você não tem tempo ou recursos para criar seus avisos, [faça o download gratuito de tudo que preparamos para você.](#)



“Os clientes gostam de poder planejar e programar as coisas novamente, por isso, garanta que seja fácil a reserva de aulas para que eles possam ter uma noção da rotina e do controle de suas vidas.”

**CARRIE KEPPLER, DIRETOR GERAL,  
STYLES STUDIOS FITNESS**

# INSPIRE SEUS CLIENTES

## **ÁREA DE FOCO**

Depois de um tempo fora de suas instalações, alguns clientes podem precisar de ajuda para voltar ao ambiente da academia. Temos as ferramentas necessárias para inspira-los a treinarem com você novamente. Também vale a pena estudar a porcentagem de seus clientes com menos de um ano de matrícula, pois talvez você precise se esforçar mais para se conectar com aqueles que ainda não construíram um vínculo sólido com o seu negócio.

## **INSIGHTS**

### **RELAÇÕES HUMANAS**

Na China, as pessoas estão desesperadas para voltar à academia e estão empolgadas com o treino.

A Les Mills China viu que o aspecto social e o desejo de conexão humana na experiência das aulas coletivas tem sido um forte impulsor.

### **NOVOS HÁBITOS**

À medida que seus clientes retornam, eles podem ter novos hábitos que você precisa atender com a inclusão de ofertas de treinos em casa e/ou on-line.

Seja adaptável e use seus dados para se preparar para o sucesso em seu retorno.

## **TÁTICAS**

### **OFEREÇA ALGO NOVO**

Esse é o momento perfeito para lançar uma oferta diferente, como "experimente uma nova aula" ou traga um amigo para treinar com você.

### **BOM ESTAR DE VOLTA**

Destaque ativamente nas mídias sociais que as pessoas estão de volta à academia e utilize a mensagem de que como é a experiência de treinarmos juntos novamente. Faça o download da campanha de marketing da Les Mills, disponível no [Brand Central](#) para inspirar seus clientes a voltarem para a rotina saudável, de atividades físicas, utilizando os materiais de vídeo, para impressão e imagens.

“Oferecer aos novos clientes um plano flexível para as primeiras 12 semanas é crucial.”

**DRA JINGER GOTTSCHALL, COLUMBIA UNIVERSITY,  
NYC**

# CONSTRUA CONFIANÇA



## **ÁREA DE FOCO**

Depois de dois meses, ou mais, longe da academia, seus clientes ficarão ansiosos por voltarem à sua antiga rotina. Eles podem ter mudado seus hábitos de exercício devido às restrições do bloqueio, portanto, tenha um plano para a reabertura da sua academia. Recomendamos incluir mais aulas no seu quadro de horários, porém, em formatos mais curtos.

## **INSIGHTS**

### **DE VOLTA AO TRABALHO**

Na China, nossas equipes perceberam que há apreensão sobre o retorno à academia, mas, surpreendentemente, não se trata apenas dos riscos da COVID-19, mas sobre o fato de ser o primeiro treino de volta em mais de dois meses.

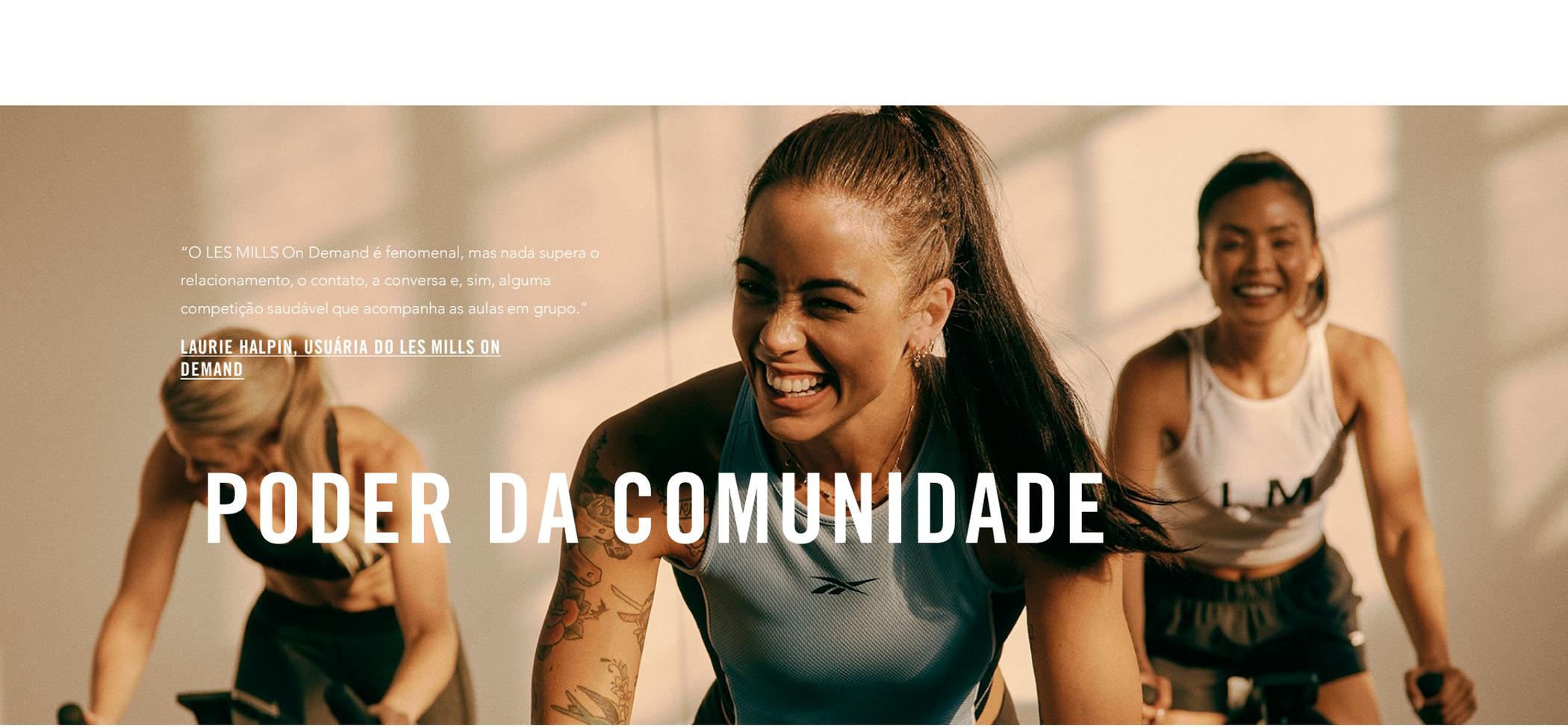
### **FREQUÊNCIA ANTES DA INTENSIDADE**

É importante colocar as pessoas no hábito do exercício físico, novamente. Elas precisam de opções para adaptar o treino de acordo com suas necessidades. 84% dos praticantes regulares de exercício físico, treinam no mínimo três vezes por semana \*

## **TÁTICAS**

### **APRESENTE AS AULAS EM GRUPO**

Os clientes que praticam as aulas coletivas, usam suas instalações 4x por semana, em comparação com o número de 1,9 visitas de clientes da musculação (em média) \*. Consulte nossa [Pesquisa Global de Fitness em 2019](#).



“O LES MILLS On Demand é fenomenal, mas nada supera o relacionamento, o contato, a conversa e, sim, alguma competição saudável que acompanha as aulas em grupo.”

**LAURIE HALPIN, USUÁRIA DO LES MILLS ON DEMAND**

# PODER DA COMUNIDADE

## **ÁREA DE FOCO**

A interação social e poder da comunidade nunca foi tão importante quanto agora. É um diferencial importante entre a sua academia e qualquer formato de atividade física on-line que seus clientes podem ter utilizado durante o período de isolamento. Motive e inspire seus clientes, concentrando-se nos benefícios sociais e de conexão que surgem ao se exercitar em um ambiente ao vivo.

## **INSIGHTS**

### **O PODER DO ‘AO VIVO’**

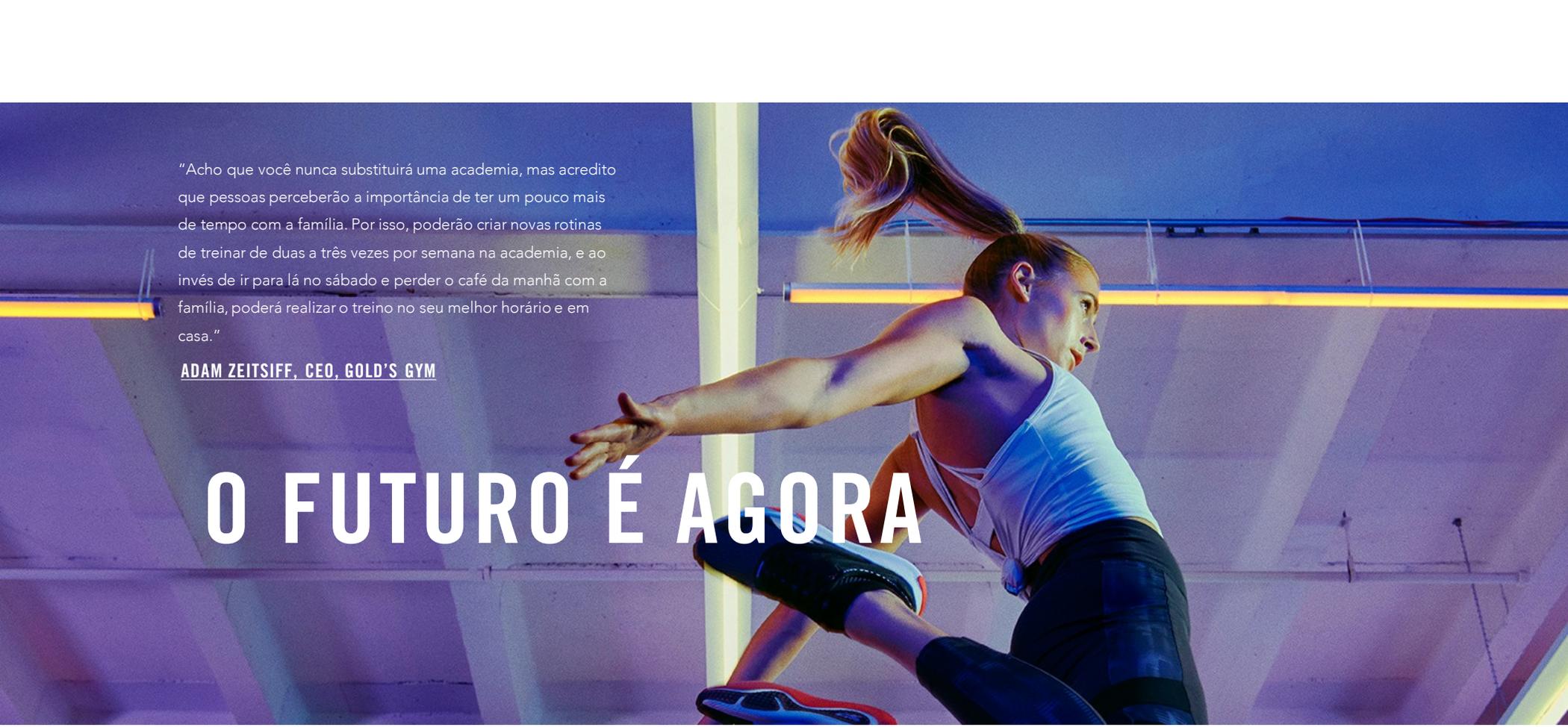
Quando Les Mills Christchurch reabriu após o terremoto de 2011, descobrimos pessoas realmente atraídas pelos aspectos sociais da academia – aulas em grupo obviamente, mas também coisas como a lanchonete e espaços de convivência.

Não se tratava de ser capaz de treinar novamente - muitos permaneceram ativos o tempo todo - era sobre estar de volta e pertencer a um grupo. Por isso, dobramos os eventos ao vivo para oferecer mais contato e, lançamos desafios, como “experimente uma nova aula”.

## **TÁTICAS**

### **MAIS DO QUE FITNESS**

Destaque para os clientes o que está acontecendo nas áreas de sua academia que incentiva a conexão social. Não se esqueça do café e de outras áreas que não são apenas para treinar.



“Acho que você nunca substituirá uma academia, mas acredito que pessoas perceberão a importância de ter um pouco mais de tempo com a família. Por isso, poderão criar novas rotinas de treinar de duas a três vezes por semana na academia, e ao invés de ir para lá no sábado e perder o café da manhã com a família, poderá realizar o treino no seu melhor horário e em casa.”

**ADAM ZEITSIFF, CEO, GOLD'S GYM**

# O FUTURO É AGORA

## **ÁREA DE FOCO**

Antes da COVID-19, 85% dos clientes da academia estavam se exercitando em casa e 23% dos praticantes regulares estavam participando de treinos online ou via aplicativos \*. Agora, o cenário do fitness mudou para sempre, e podemos esperar que esses números aumentem. Um modelo de negócios que depende apenas de experiências ao vivo não é mais sustentável. Você precisa de uma combinação de ofertas ao vivo, virtuais e digitais para permanecer relevante e conectado aos seus clientes, dentro e fora de suas quatro paredes.

## **INSIGHTS**

### **BOOM DIGITAL**

Em 2020, a demanda por fitness digital sofreu uma aceleração devido ao COVID-19.

A plataforma de fitness digital LES MILLS™ On Demand (LMOD) registrou um aumento de 900% nas assinaturas desde janeiro.

### **O NOVO NORMAL**

Antes da COVID-19, o Will's Gym, gestor de 170 redes na China, tinha poucas vendas on-line, mas agora mais de 50% da receita de novos clientes e vendas de Personal Trainer estão sendo gerados on-line, então eles adaptaram seus canais e experiência do usuário para oferecer esse suporte.

## **TÁTICAS**

### **CONHEÇA A DEMANDA COM SOLUÇÕES 360°**

A COVID-19 deixará um impacto duradouro na tradicional jornada de trabalho, com um aumento no trabalho flexível, no teletrabalho e no desemprego. Usar o fitness Virtual para agendar aulas ao longo do dia será importante para dimensionar sua oferta, pois os horários de pico podem não retornar por um tempo.

### **CONSTRUA SUA OFERTA**

Aulas ao vivo, treino via streaming, virtual e/ou sob demanda permite que você ofereça flexibilidade e mais opções aos seus clientes. É preciso continuar entregando soluções mesmo em circunstâncias adversas. [Saiba mais sobre o LES MILLS Virtual aqui.](#)

\*Fonte: Pesquisa Global sobre o Consumidor de Fitness 2019 - Les Mills

**COMECE  
(FORTE)  
DE NOVO**

Escolha sua data de abertura, após consultar as diretrizes e conselhos do governo local  
 Crie seu plano operacional para operações abertas, fechadas ou com restrições  
 Faça o download dos materiais de marketing e planejamento no Brand Central

---



---



---

**SUA EQUIPE  
UNIDA**

Revise seu plano, com base na quantidade de funcionários que você precisará, sob restrições  
 Marque uma reunião on-line para colocar sua equipe (incluindo instrutores) na mesma página  
 Seja claro sobre as alterações nas responsabilidades e qualquer treinamento extra que possa ocorrer  
 Explique novas restrições de segurança, saúde e higiene para seu time de colaboradores  
 Verifique se sua equipe está ativa on-line e engajada nas mídias sociais sobre a data de reabertura

---



---



---



---

**SAÚDE + HIGIENE**

Revise suas diretrizes e requisitos do governo local primeiro  
 Altere / revise seu cronograma de limpeza e higienização  
 Verifique se seus novos protocolos de limpeza e higienização estão claramente visíveis aos clientes  
 Planeje novas sinalizações, protocolos de entrada e outros requisitos de distanciamento social  
 Trabalhe novamente o cronograma de aulas coletivas para aumentar a oferta e evitar aglomerações  
 Delimite as áreas de treino com o guia de distância (como fita adesiva no chão) para ajudar os clientes a manterem o espaço ideal

---



---



---



---



---

**INSPIRE SEUS  
CLIENTES**

Revise sua programação para trazer uma experiência nova para atrair as pessoas de volta  
 Planeje sua oferta de "reversão" para matrículas expiradas / canceladas / inadimplentes

---



---

**CONSTRUA  
CONFIANÇA**

Revise o programa Smart Start e garanta que a equipe seja informada sobre o apoio esperado aos membros que retornam.  
 Programe aulas mais curtas e opções virtuais sempre que possível, para transições fáceis

---



---

**PODER DA  
COMUNIDADE**

Planeje eventos de lançamento seguros e que respeitem o distanciamento social  
 Revise seus espaços sociais e elabore um plano para aproveitar ao máximo sua academia  
 Certifique-se de que sua equipe e instrutores sejam instruídos para engajar as pessoas

---



---



---

**O FUTURO É  
AGORA**

Analise suas opções sob demanda, transmissão ao vivo, virtual e ao vivo  
 Reserve tempo com seu gerente de experiência da Les Mills para entender como criar um negócio alinhado às tendências do futuro

---



---



**LES MILLS**  
[www.lesmills.com/br](http://www.lesmills.com/br)