

重要キーワード：他社との差別化

■ 米国の経営者が今考えていることPart6

バジェット（低価格）クラブの価格競争に巻き込まれないよう、異なる消費者をターゲットにした、他社にはない複数の商品・サービスを開発する

対策として「ゲーミフィケーション」によるポジティブな行動変容に焦点を当て、特典プログラムやツールを使って会員様を引き込み、ポジティブな運動習慣の形成を促進させます。

例としては、以下のようなものがあります

入会・オリエンテーションの際に、会員様に現実的な個人目標を設定させること。
そして最も重要なのはその目標を「書き留める」ことです。
(書き留めることで目標が達成される可能性が高くなるという研究結果があります)

多くのクラブでは、クラブやスタジオに「会員様の目標とコミットメント」専用のボード(壁面)を用意する。

(書かれた目標は他の人の目に晒されるため、達成する確率が高くなるという研究結果があります)

「チャレンジ」やゲーミフィケーションを活用して、会員様が最初から、継続的にジムのコミュニティに参加をし、夢中になれるようにする。(会員様に「チャレンジ」を提供し、達成したら報酬を与えることで、ポジティブな行動変容を強化することができます)

チャレンジには、個人のチャレンジ、クラブ全体のチャレンジ、クラブ対抗チャレンジがある。
ポジティブな行動や成果をさらに強化するために、表彰プログラムを活用する。



※弊社のMyzoneは、上記の課題解決が可能なサービスです。ご興味ある方は担当者もしくは下記あてにご連絡ください。

最後まで、お読みいただきありがとうございました。
何かご質問があれば、info-request@bravogroup.comまで
お気軽にご連絡ください。