

重要キーワード：自社サービスの重要性-3

クラブにテクノロジーをもっと取り入れる

- 会員様の継続と獲得には常に持続的な関与と働きかけが必要です。これは、個別で行うことができ、実際そうするべきですが、この関与と働きかけを最大限の成功に導くには、多くの場合、効率的でコストパフォーマンスの高いテクノロジーを使うことが求められます。
- クラブは、適切なテクノロジーを自社のビジネスに導入することで、顧客によりパーソナライズされたサービスを提供すると共に、顧客が実行責任を果たすことを奨励・強化することができることに気づいてきています。デジタル化することで、クラブは、会員様がどこにいても、何をしても、彼らと連絡を取り合うことができるようになります。
- 会員様へのサービスのパーソナライズ化と、モチベーションの向上に役立つテクノロジーへの投資を躊躇するクラブは、テクノロジーに精通した会員様が增加する中、投資を行うクラブやオンライン競合他社に遅れを取ることが懸念されます。

マーケティングアプローチの見直しと変更

- クラブは、ダイレクトメールやFacebookが以前ほど効果的ではないなど、マーケティングが変化してきていることを実感しています。
- さらに、有料検索はコストが高く、効果的なSEOは進化しており、消費者は様々なメッセージに反応しています。
- クラブは、マーケティングの「基本に立ち返る」必要があります。つまり、カテゴリーごとに月次、週次、及び、日次の見込み客の目標を設定し、定期的にコミュニティに出て、ビジネスを推進する必要があります。
- 他のリードよりも質が高い傾向にある「紹介」を積極的に追跡する。
- マーケティングとは、人々がクラブでの体験を語るための様々な要素の組み合わせであることを頭に入れて、クラブは自社のサービスに対する会員様のフィードバックに注目しています。もしフィードバックが建設的に否定的な場合は、運営改善に役立てることができ、肯定的な場合は『お客様の声』として証言の作成に役立てることができます。

ChatGPTに自社サービスの重要性について 聞いてみましょう。



自社サービスを充実させることは、日本のフィットネスクラブにとって非常に重要です。競合が激しく、顧客ニーズが多様化しているため、顧客獲得や定着につながります。顧客がより満足するサービスを提供することは、リピート率を高め、口コミでの宣伝効果を生むことができます。最近では、マインドフルネスやストレッチ、ヨガなどのクラスや、個人トレーニング、食事指導などのサービスが、多くのフィットネスクラブで提供されるようになってきました。自社サービスの充実により、競争力を高め、顧客満足度を向上させることが重要となります。

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。