



Success! Weekly Letter

【入会増に不可欠な情報とは？】

なぜ入会者を増やすために この情報が重要になるのか？

「コロナ禍でフィットネスクラブの会員数が3割近く減少したのと、少子化の影響等によりスイミングスクールの入会者が徐々に減り続けていることについて早急に対策が必要と考えています」。

上記は当社の広告診断会に参加されたフィットネスクラブとスイミングスクールを経営する方からのご相談です（最近類似のご相談が増えています）。

詳しく話を伺うと、会員数や売上高の減少に加えて、光熱費の高騰が経営を直撃して困っているとのこと。コロナ禍で一度実施した会費の値上げやコスト削減だけでは追いつかず、入会者を増やして会員数と売上高を増やしたいとのことでした。とはいえ、入会者はなかなか増えない・・・と。

会員募集広告やホームページを見て私はすぐに理解しましたが、いくつか致命的な問題を抱えていました。たとえば施設やサービスについては自社自慢に終わってしまっていることや、弱いキャッチコピー、よく目にする入会特典などです。

ただこれらについてはこの会社だけの問題ではなく、多くのフィットネス事業者についても似たり寄ったりで、顧客から見て違いがよくわかりません。実は入会者を増やす場合、すぐに広告等を考えがちですが、その前にやるべきことがあります。

私はそのことについて相談者に尋ねてみましたが、思った通り「まったく実施していません」とのことでした。入会者を増やしたいのであれば、広告を作成する前に次のことを行う必要があります。

入会して欲しい相手が得られる良い結果についての情報を収集すること。これはフィットネスの

入会に限ったことではありません。人は商品やサービスそのものを買っているのではなく、そこから得られる「良い結果」を買っているのです。

ですから、自社のフィットネスクラブやスイミングスクールに入会することでその人（やその人の家族）にとってどんな良い結果が得られるのか。そこをまず明確にする必要があるのです。

そしてそれを広告でいきいきとビジュアルライズさせるのです。このことを「フューチャーペイシング」といいます。

私は国内外のフィットネス事業者の広告をよく見ますが（海外については基本的にウェブサイト中心）、国内企業については一部の企業を除いて、このフューチャーペイシングが全くと言って表現されていません（あ～もったいない！）。

入会したらどんな良い結果や未来があるのか。入会者を増やしたいのであれば、そのことについてわかりやすく伝える必要があります。重要なのでもう一度言います。

入会者を増やしたいのであれば、相手が得られる良い結果を、ビフォー・アフター、強みや魅力、実績などを通じて広告で効果的に伝えること。

ここでよく聞かれることの1つに、「田村さんのおっしゃることはわかりますが、良い結果を収集すると言われてもよくわからないのですが・・・」。

方法は簡単です。実際に入会された方の中で（潜在客や見込み客がイメージしやすいように入会1年以内の方が望ましい）、心身面や感情面などで良い結果を出した方を見つけてインタビューをすればいいだけです。ぜひ試してみてください。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。次号も魅力的な情報をお楽しみに！

著者プロフィール



田村真二 (Tamura Shinji)

ウェルネスビズ株式会社 代表取締役

健康ビジネス専門の経営コンサルタント/マーケティングコンサルタント/AFP。イオンで 22 年間、フィットネスと小売事業の経営・営業・店舗開発・人事等に携わり、07 年に同社を退社し独立。健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業に向けて、マーケティングをベースにしたコンサルティング手法で業績向上を支援している。「閉鎖寸前から売上高4倍超になったスポーツジム」「専門家から集客予想会員数 1,600 名と診断された立地で会員数5千名・年間営業利益2億円超のフィットネスクラブを開発」「会員数 800 名台から 2,200 名へと大幅増加したフィットネスクラブ」など、会員数拡大・客単価向上・継続月数増をかけた「儲かる事業構築の仕組み」導入コンサルティングで高収益企業が連続出中。全国各地からコンサルティング、講演、執筆等の依頼が絶えない。

出版・編集・お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

TEL:03-4530-6263

FAX:03-3562-7822

Mail :info@wellness-biz.jp

URL:<https://www.wellness-biz.jp>

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。