



A MANEIRA MAIS RÁPIDA DE COLOCAR O SEU CLUBE EM PLENA FORMA

Laura McStay

Diretora dos Parceiros Internacionais Les Mills

Durante o ano passado, as nossas equipas enfrentaram enormes pressões, os nossos membros foram afastados uns dos outros e, uma armada de fitness digital lutou pelo seu lugar no mercado. Existem muitas barreiras para a nossa recuperação, mas, com a vacina COVID e a reabertura dos clubes, há luz no fim do túnel.

Os operadores responderam ao surto de COVID-19 com uma agilidade impressionante, implementando soluções de treino digital em questão de semanas para manter os seus membros ativos e envolvidos. A pandemia acelerou a mudança, que nós, como operadores, precisávamos fazer de qualquer maneira.

Hoje, os consumidores exigem uma experiência de fitness perfeitamente conectada, que se adapte ao seu estilo de vida e que permita que eles se exercitem nos seus próprios termos. Mas a maneira mais rápida de fazer com que nossos clubes voltem à plena forma nos próximos meses, será aumentar a nossa vantagem no fitness presencial.

O renascimento do presencial

Um relatório da IHRSA de outubro de 2020 afirma que, 95% dos sócios, sentiram falta de, pelo menos, um aspeto no seu clube e que, mais de metade, estavam insatisfeitos com as suas rotinas de exercício durante o confinamento.

Nos nossos clubes Les Mills, na Nova Zelândia, em janeiro de 2021 registámos um retorno massivo, correspondendo a cerca de 94% de membros do registado em janeiro de 2020.

“Entrar pela porta do estúdio pela primeira vez foi, definitivamente, um momento emocionante para alguns”, explica Ish Cheyne, da Les Mills. O reencontro dos membros com os instrutores e treinadores pessoais foram uma parte crítica para eles voltarem rapidamente. Os rostos amigáveis contam muito, assim como serem muito claros e consistentes na comunicação sobre os protocolos de limpeza e como será a experiência de treino no clube.

A Exercise New Zealand fez um ótimo trabalho ao criar diretrizes muito claras para a indústria de fitness sobre como os clubes, estúdios e profissionais de exercícios devem operar em cada nível de confinamento. Podemos competir uns com os outros nos negócios, mas quando se trata do COVID-19, precisamos de trabalhar juntos, como uma equipa da indústria, para garantir

que as pessoas se sentem seguras ao praticar exercício.”

Essencial para a sociedade

Enfatizar o papel essencial dos clubes na recuperação pós-covid será a chave para trazer os sócios de volta. Um dos pontos mais positivos do ano passado, foi a importância que os governos - e a sociedade em geral - atribuíram à saúde e à boa forma. Fortes esforços de lobby de órgãos da indústria e da HCM Magazine – a trabalhar em estreita colaboração com clubes e instrutores - resultaram em vitórias de políticas para o setor.

Os dados mais recentes da ukactive (publicados em 17 de fevereiro) mostraram que para cada 100.000 visitas a clubes e centros de lazer do Reino Unido durante 2020, apenas 1,7 pessoas tiveram resultado positivo para a COVID-19, sem evidência de que a transmissão ocorreu nos clubes. Manter um ritmo constante de notícias sobre a segurança nos clubes, será fundamental para amenizar as preocupações e influenciar a política em torno das restrições

“ Entrar pela porta do estúdio pela primeira vez foi, definitivamente, um momento emocionante para alguns ”

do COVID-19, mas, devemos também, destacar nosso impacto no esforço de vacinação. Vários estudos sugeriram que o exercício físico pode ajudar a aumentar a eficácia das vacinas.

Proporcionar a experiência social

Depois de meses de isolamento para grande parte da população mundial, os clubes estão numa posição ideal para atender ao anseio por comunidade e interação humana que todos sentimos durante o confinamento. Em todos os mercados que já foram reabertos, proporcionar a experiência social foi a chave para envolver os membros.

Usando o digital para impulsionar o crescimento do clube

Muitos previram que o aumento da aptidão digital iria canibalizar as adesões aos clubes, mas os números não confirmam isso. À medida que a revolução do fitness digital ganhou força nos últimos anos, as taxas de adesão aos clubes e as taxas de penetração continuaram a aumentar.

Com uma estimativa de 375.000 aplicações de fitness existentes, as evidências sugerem que o fitness digital está a trazer mais pessoas para o mundo do exercício. Ao levar a experiência do clube para as casas das pessoas, os operadores têm a oportunidade de alcançar uma grande percentagem da população que, normalmente, não visitaria um clube.

Uma experiência de clube totalmente conectada

O digital é agora um pilar fundamental para o sucesso do clube, e é a sua combinação com experiências de treino presencial que pode dar aos clubes uma vantagem sobre os produtos de fitness apenas digitais.

O surgimento de ofertas de fitness digital de empresas como Apple e Google não irá facilitar a vida dos clubes, mas, com cada desafio vem uma nova oportunidade. Os clubes podem não ter o poder financeiro

ou o poder da marca das grandes empresas de tecnologia, mas têm ativos que a Big Tech ainda não consegue igualar: comunidades altamente envolvidas, centradas em relações humanas autênticas e experiências presenciais.

No lado digital, a parte crucial para os clubes é oferecer conteúdo de exercício físico on-demand de alta qualidade e aulas de transmissão ao vivo que sejam motivadoras, divertidas e voltadas para resultados. O Youtube está repleto de conteúdo de fitness gratuito, por isso, as ofertas dos nossos clubes têm de ter grande qualidade para que os clientes continuem a pagar por elas.

Afunilar para o exercício presencial

Aproveitar as soluções digitais para envolver os membros e fazer com que voltem aos treinos presenciais, é o plano para uma recuperação em expansão. É importante ser proativo em todos os canais de comunicação do clube, enfatizando como é bom para as pessoas estar de volta ao ginásio. E, embora muito tenha mudado, alguns princípios permanecem

os mesmos. “Os instrutores prendem o coração dos sócios mais do que qualquer outra pessoa no clube e isso é necessário agora mais do que nunca”, acrescenta Carrie Kepple, presidente interina da IHRSA e médica da Styles Studios Fitness em Illinois.

O confinamento trouxe um grande progresso no leque de opções para as pessoas se manterem ativas em casa, mas permanece o fato de que, os membros do clube são, em média, 14 vezes mais ativos do que os não membros. Isso deve-se em parte à praticidade - a maioria das pessoas não tem espaço, dinheiro ou equipamento para um treino doméstico replicável - mas a razão mais convincente é que os clubes não servem apenas para fazer exercícios, eles fornecem motivação.

A motivação continua a ser essencial para a adesão ao exercício regular, e dois dos motivadores mais poderosos são a responsabilidade e o sentido de pertença que obtemos ao trabalhar com outras pessoas. É por isso que, o nosso pessoal, continua a ser o maior patrimônio dos nossos clubes e por isso que as experiências de fitness social são a chave para uma recuperação estrondosa.

