

継続させるためには 『退会させない』の追求II

(株)プロフィットジャパン 菊賀 信雅

最近のフィットネスクラブでの、会員募集のチラシ折込の反応が落ちてきているという話をよく聞きます。とにかくクラブに足を運ばせようとあの手この手で、ノベルティをつけてPRをしています。また、無料体験などのキャンペーンでは、入会率を上げるために、ベテランのスタッフが担当することが多いようです。体験者もサービス満点で手厚く指導され、これならなんとなくやれそうだとすることで、入会手続きを行います。入会当初はやる気もあり、もの珍しさも手伝って週に2~4回利用します。クラブ側も最初はオリエンテーションを行ったり、マシンの使い方や個別のメニューを作成したりします。しかし、その後は個人の自主性に任せられ、個人の意欲で続けていかなければなりません。

意識が高く、はっきりとした目的を持ってトレーニングしている会員は続きますが、かなりの人は1ヶ月目は週2~3回、2ヶ月目は週2~1回、3ヶ月目は月に2~3回、4ヶ月目は月2~1回、5、6ヶ月目には退会というような流れのパターンに陥ります。(表1参照)

なぜ、このような流れになっていくのでしょうか。退会される会員にアンケートをして具体的な理由を調べた結果を表2に示します。これを見るといくつかの項目に整理されます。

A~Dの退会理由はそれぞれ対処方法が当然異なりますが、コンビにフィットネスでは以下のように対処しています。

A. 利用目的がはっきりしていない。よさそうだとすることでなんとなく入ってみたいが続かなかった。

→ 入会から来館ごとに連続8回カウンセリングを行い、会員への利用への自覚を促し、個人のプログラムに加えて、利用の週間スケジュールを作成してあげて、クロストレーニングを推奨することで、飽きずにトレーニングを行っていただけます。その後2ヶ月に一度漏れなく、確実にカウンセリングを実施し、実施状況を確認し、具体的な目的意識を持たせ、指導だけではなく、支援(サポート)しています。

B. 効果がはっきり出ている。自分の努力不足を認識せず、入会しただけで痩せたつもりでいる。

→ 効果を出すことを第一優先にしており、そのためのプログラムを標準化しています。

クビレを作るためのプログラム、3キロ~5キロ確実に痩せるダイエットプログラム、肩こり・腰痛解消プログラム、脚の疲れむくみ解消プログラム、等。

また、セルフイメージ(モチベーション)を上げるために、クラブの環境を変えたり、効果が出やすい具体例を示したり、他の会員の体験談や効果の実績を掲出することで常にセルフイメージを大きくする努力をしています。

C. スタッフと会員とのコミュニケーション不足

毎日のように来ている会員とは仲よさそうに話をするが、たまにしかいかないと名前も覚えていない。

(本当はこの人こそ退会予備軍であり最も手厚く対応しなくてははいけない)

→ 会員の写真入会簿を作成し、極力名前前で呼ぶように心がけ、既往歴、トレーニング履歴等をこまめに把握し、個別の対応を標準化しています。トレーニングの途中に手をとっての脈拍測定やウォーミングアップやクールダウンの同行、1分間マッサージなど、あらゆる場面で、いやおう無く、コミュニケーションが図られます。

D. 利用に制限がある。

とにかく忙しい、仕事の都合、家庭の都合等、時間がないの一点張り(普段からどのくらいの時間利用していたかを聞いたところ平均1時間半以上)。

→ 時間がかかるため利用に制限があるので、5分から利用でき、着替えが必要なく、汗もかかないプログラムも準備、靴も必要ありません。

やはり、もっとも大切なのは個別対応であり、各会員の情報をどのくらいスタッフが把握しているかが退会を抑えるポイントとなります。そのためには、普段から利用が少ない会員ほど意識してアプローチする必要があります。

コンビニフィットネス 経営学

パーソナルトレーナー養成講座

コンビニフィットネスのお問い合わせは (株)プロフィットジャパン
☎ 03(5688)5959 ホームページ <http://www.profitjapan.co.jp>

最近、D-Laxという、マルチコンディショニングマシンに乗るだけの会員も増えてきて、これに乗るだけで、一日の疲れが取れると好評です。



脚のむくみを取り
細くするマシン



肩こり解消マシン



超人気、マルチマシン
D-Lax(腰部を左右、腰痛
解消マシン)

最近、コンビニフィットネスD-Lax(ダイエット&リラクゼーション)の展開もすすみ、フィットネスクラブにリラクゼーションをしに来る利用者も増えています。

コンビニフィットネスは通常のフィットネスクラブに付帯したり、スイミングクラブに併設することで今までの顧客とはまったく違った層を取り込んでいます。別枠の会員区分を設定し、新たな会員を最低300人以上集客しています。

表1. 人々の健康志向と施設の提供サービスのミスマッチ
(フィットネスに対するニーズと提供するサービスについて)

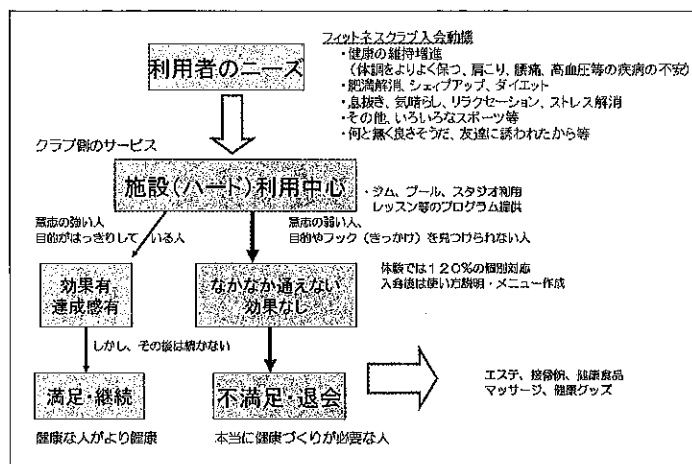


表2. フィットネスクラブでの退会理由・分析

利用率の低下(退会理由=時間が取れない、忙しい)利用率の低下する要因と具体的な内容

<p>A. 利用目的がはっきりしていない。</p> <ul style="list-style-type: none"> 入会時のカウンセリングによる入会目的を明確に確認しなかった 同じことばかりやっているので、あきが出てくる 個別プログラムへ移行していない 最初の説明と実際が違う つらいだけ、楽しくない 	<p>B. 効果がはっきり出ている。</p> <ul style="list-style-type: none"> やせない、体重が減らない くびれない 腹がへこまない 足が細くならない 肩こりが治らない 腰痛が緩和しない スタッフがマシン等の説明が不十分
<p>C. スタッフと会員とのコミュニケーション不足</p> <ul style="list-style-type: none"> あいさつ・会話ができない 会員の名前を知らない 会員の目的を知らない 会員のトレーニング履歴を知らない 会員と話す話題がない なじみの会員ばかりと話している 	<p>D. 利用に制限がある</p> <ul style="list-style-type: none"> 一回の利用に時間がかかる(1時間以上) 時間的制約有 混み合っている いつまでたってもマシンが空かない 有酸素系のマシンがあかない 友達と一緒に来ている