

A photograph of a man in a gym, shirtless and lifting a dumbbell. A large blue diagonal shape is overlaid on the right side of the image. The text 'Comment ouvrir sa salle de sport avec succès' is written in white over the blue area.

# Comment ouvrir sa salle de sport avec succès

**FITOGRAM**

# Contents

|                                                                                               |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1 / Introduction</b>                                                                       | <b>5</b>  |
| <b>2 / Premières étapes pour ouvrir votre salle de sport</b>                                  | <b>9</b>  |
| a) Réalisez une étude de marché                                                               |           |
| b) Choisissez le concept de votre salle de sport (Musculation, Crossfit, cours collectifs...) |           |
| c) Réalisez votre business plan                                                               |           |
| <b>3 / Aménagez et équipez votre salle de sport, recrutez du personnel compétent</b>          | <b>18</b> |
| a) Aménagez votre salle de sport                                                              |           |
| b) Équipez votre salle de sport (machines, cardio, poids libres....)                          |           |
| c) Engagez du personnel de qualité.                                                           |           |
| <b>4 / Développez et gérez votre business, démarquez vous de vos concurrents</b>              | <b>25</b> |
| a) Définissez la stratégie marketing de votre salle de sport                                  |           |
| b) Gérez l'administration de votre studio/salle de sport                                      |           |
| c) Démarquez-vous de vos concurrents                                                          |           |
| <b>5 / Conclusion</b>                                                                         | <b>33</b> |



Max est en charge du marketing en France pour Fitogram. Ancien sportif de haut niveau, il a utilisé ses connaissances de l'industrie du fitness et son expertise en marketing pour écrire ce guide, afin d'aider toute personne désirant ouvrir sa propre salle de sport.

**Max Pierson** | [max@fitogram.pro](mailto:max@fitogram.pro)



**FitogramPro est une solution de gestion pour studios et salles de sport. Nous sommes convaincus que rien ne doit faire obstacle à votre passion. C'est notre raison d'être.**



**Fitogram FR**



**fitogramfr**



**fr.fitogram.pro**





A woman with long dark hair is shown in profile, eyes closed, in a meditative pose with her hands pressed together in a prayer position. She is wearing a grey tank top with the word 'HERBALIFE' visible. The image is overlaid with a large blue geometric shape that cuts diagonally across the frame. The word 'Introduction' is written in white, bold, sans-serif font across the middle of the image.

# Introduction

**FITOGRAM**

Si il y a un secteur qui ne connaît pas la crise en France, c'est bien celui du sport et du fitness. Ce phénomène attire chaque année davantage de personnes de tout horizon, peu importe leur âge ou leur classe sociale. Pour s'en rendre compte, il suffit de regarder l'augmentation du nombre d'adhérents à une salle de sport en France, atteignant un total de 5,71 millions en 2017 (+4,6% par rapport à l'année dernière)<sup>1</sup>. Il en va de même pour le nombre de clubs fitness, estimé à plus de 4200. Il est prévu que cette croissance s'étende sur la durée, au vu de l'intérêt toujours grandissant des français pour la musculation et le fitness en règle générale. Comme tout secteur, celui-ci continue d'évoluer au fil des années et de nouvelles tendances semblent émerger. De nouveaux concepts tels que l'EMS (électro-stimulation) ou le *functional training* (entraînement fonctionnel) séduisent de plus en plus de monde. On observe également que les clubs low-cost se développent de façon exponentielle, notamment via des franchises comme Fitness Park ou Basic-Fit.

Il y a donc une réelle opportunité pour ceux qui souhaitent entreprendre. Cependant, comme pour la création de tout business, il est nécessaire de bien se préparer en prenant chaque paramètre et détail en compte. Vous souhaitez ouvrir votre salle de sport ? Grâce à notre expérience acquise après des années de présence dans le monde du fitness, nous avons décidé de vous aider.

En 2017,

**5.71** MILLIONS

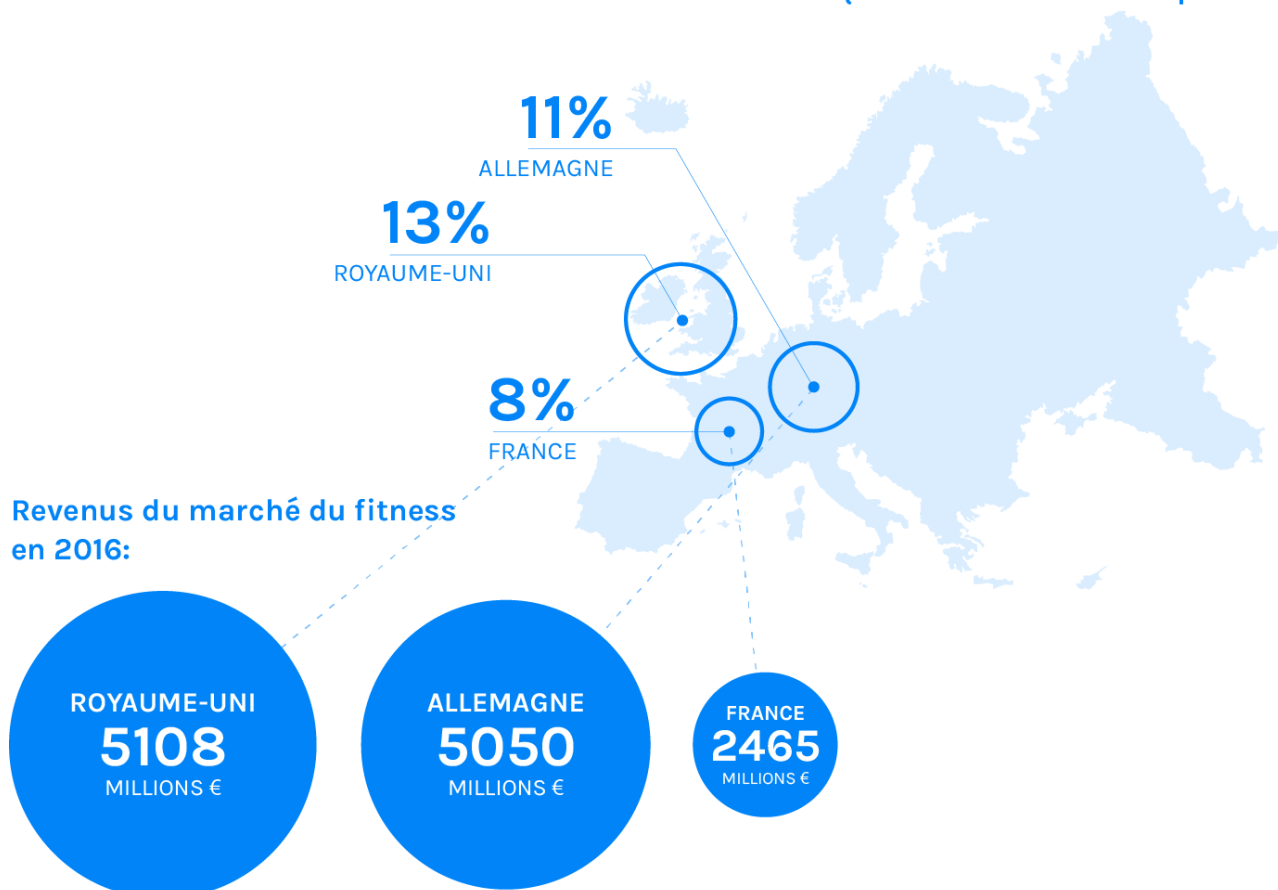
d'adhérents en France ( augmentation de 4.6% par rapport à l'année dernière)

<sup>1</sup> Source: Deloitte

# 4200 clubs

en France

Pourcentage de la population  
fréquentant une salle de sport:



Source: Deloitte

2





# Premières étapes pour ouvrir sa salle de sport



## a) Réalisez une étude de marché

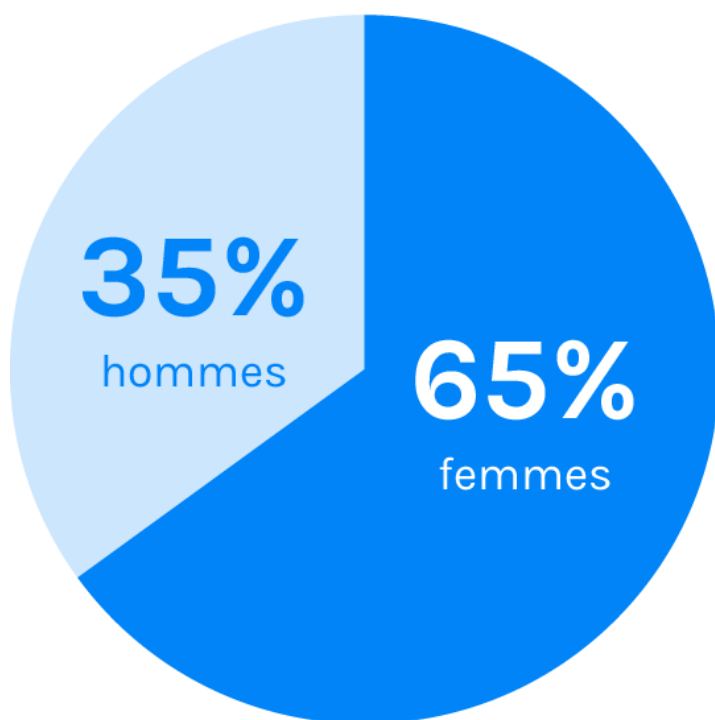
Avant toute chose, il va vous falloir analyser le marché et les différents acteurs qui le composent. Afin de mettre toutes les chances de votre côté, il vous est nécessaire d'avoir une vue d'ensemble et de prendre en compte un maximum de facteurs différents. Analysez donc la demande (les consommateurs) et l'offre (les clubs de sport) dans la zone géographique qui vous intéresse.

- Qui sont vos potentiels clients ? Pour répondre à leurs attentes, il est important de les connaître. Âge, sexe, travail, la catégorie sociale à laquelle ils appartiennent...
- Que recherchent-ils ? Quelle activité sportive souhaitent-ils pratiquer ? Sont-ils des sportifs de haut-niveau à la recherche de performance ou seulement des personnes souhaitant se remettre en forme ?
- Sont-ils seulement intéressés par la pratique de la musculation ou préféreraient-ils avoir accès à des cours collectifs, de la danse ou des sports de combat ?
- Quel emplacement choisir pour votre salle de sport ? Ce critère aura un impact direct sur la fréquentation de votre établissement. En effet, il est bien plus facile d'accéder à une salle de sport en plein centre ville, qu'à une salle se trouvant dans une zone éloignée et mal desservie par les transports en commun.

Néanmoins, le prix sera sûrement bien plus élevé. Considérez donc toutes les options avant de prendre une décision. Autre conseil: s'installer à proximité d'universités/lycées peut s'avérer judicieux, surtout quand on connaît le succès que la musculation et le fitness connaissent auprès des plus jeunes.

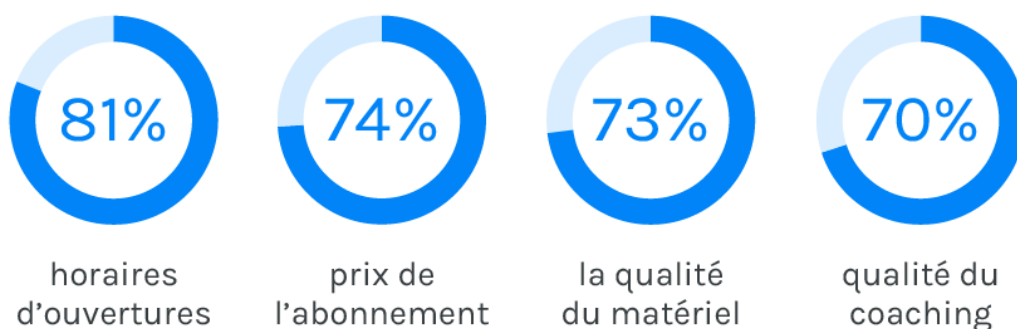
→ Qui sont vos concurrents ? Il risque d'être difficile de se démarquer si vous proposez exactement la même chose qu'eux. En savoir plus à leur sujet vous permet de proposer quelque chose de différent. Vous pourrez alors attirer une toute nouvelle clientèle ou une clientèle déçue par l'offre actuelle.

### Sexe des adhérents à une salle de sport:



Voici les critères qui semblent le plus compter lors du choix de sa salle de sport, les horaires, le prix, l'emplacement, l'équipement (machine, tapis de course, fonte...), et l'encadrement (entendez par là la présence de coaches, afin de guider les adhérents lors de leurs entraînements). Si vous n'avez pas les moyens de mener une étude de marché poussée, essayez de répondre positivement à un maximum de ces critères.

## Comment les gens choisissent leur salle de sport:



Afin de recueillir un maximum d'informations sur vos futurs potentiels clients, l'option la plus simple et la moins chère est probablement de les solliciter directement. Voici ce que nous vous recommandons: mettez en place un questionnaire en ligne (Google form par exemple) que vous partagerez sur les réseaux sociaux; Facebook est l'outil rêvé pour cela. Pour obtenir un maximum de réponses, vous pouvez tirer au sort un gagnant parmi les participants de l'étude et offrir par exemple un futur abonnement gratuit dans votre salle, des vêtements ou de l'équipement sportif...

“

*Afin de recueillir un maximum d'informations sur vos futurs potentiels clients, l'option la plus simple et la moins chère est probablement de les solliciter directement.*

## b) Choisissez le concept de votre salle de sport ( **Musculation, Crossfit, cours collectifs...**)

Une fois l'étude de marché réalisée, il est temps d'utiliser toutes les informations que vous avez obtenues. L'un des choix les plus importants est le type de salle que vous souhaitez ouvrir. Chaque type de salle s'adresse à une clientèle différente et a des caractéristiques bien précises. Une box de Crossfit par exemple requiert une licence et des coachs qualifiés; ce qui implique des tarifs élevés si vous souhaitez être rentable. Ce type de salle s'adresse donc à une clientèle plutôt aisée. Si vous souhaitez principalement cibler des étudiants, une salle de musculation low-cost sera à ce moment-là bien plus approprié, le prix de l'abonnement mensuel étant plus accessible.

Vous devez donc vous baser sur les attentes de la demande, mais également sur la concurrence déjà présente. Peu importe l'état de la demande, si votre ville compte déjà un nombre important de Box de Crossfit, vous aurez peu de chance d'attirer de nouveaux clients. A vous de décider si vous souhaitez viser une clientèle plutôt large ou être plus spécifique. Votre connaissance du milieu (haltérophilie, powerlifting, crossfit...) vous aidera à vous démarquer de vos concurrents. Dans tous les cas, nous avons observé que les cours collectifs (body-pump, zumba, biking...) étaient un moyen efficace d'attirer de nombreux nouveaux clients.



## c) Réalisez votre business plan

A ce stade, vous savez déjà quel type de salle vous souhaitez ouvrir, à quelle clientèle vous vous adressez et qui sont vos principaux concurrents. Il vous faut donc maintenant réaliser un business plan, document de référence afin de convaincre partenaires et investisseurs. Vous devez prouver que votre projet est viable, rentable et qu'il répond à une réelle demande. Voici comment devrait se composer votre business plan:

- ➔ La première partie doit comprendre la présentation de votre projet et du marché sur lequel vous souhaitez vous implanter et votre stratégie commerciale. Il est judicieux de réutiliser les données récoltées lors de votre précédente étude de marché, afin de montrer que votre projet est mûrement réfléchi et que vous comptez mettre toutes les chances de votre côté. Ensuite, répondez aux questions suivantes:
  - Quel est votre produit (description, prix...) et à quel besoin répond-il ?
  - A qui s'adresse-t-il (étudiants, personnes âgées, cadres...) ?
  - Quel est l'emplacement de votre salle de sport, et pourquoi l'avoir choisi ?
  - Qui sont vos concurrents et quels produits/services proposent-ils (prix de l'abonnement, clientèle visée) ?
  - En quoi votre projet se distingue-t-il des autres ? Vous devez montrer ce qu'apportent vos services et comment vous allez pouvoir vous démarquer de vos concurrents.

→ Dans la deuxième partie, vous vous présenterez ainsi que les autres membres de votre équipe. Connaître les différents acteurs du projet incitera davantage à vous faire confiance, chose essentielle si vous avez besoin d'un financement. Voici ce qui devrait s'y trouver:

- Une présentation personnelle de chacun des acteurs du projet ainsi que leur parcours professionnel avec idéalement, leur CV.
- Quelles sont vos capacités ou vos expériences passées qui font de vous quelqu'un capable de mener à bien ce projet.
- Vos motivations: pourquoi souhaitez-vous ouvrir une salle de sport ?
- La statut juridique adopté pour entreprise: SARL, EURL, SAS... De nombreux facteurs tels que le nombre d'employés, les risques ou l'investissement initial sont à prendre en compte. N'hésitez pas à demander l'avis d'un expert pour davantage d'informations, car ce choix aura un impact crucial sur la gestion de votre salle de sport.



→ Enfin, la troisième partie est réservée aux prévisions financières. C'est l'un des points clés de votre projet et celui-ci doit être particulièrement détaillé et cohérent. Pour vous donner un ordre d'idée, l'ouverture d'une salle de sport nécessite en général un investissement entre 50 000 et 150 000€. Rappelez-vous: si une banque vous prête de l'argent, c'est qu'elle attend un retour sur investissement. L'enjeu principal de cette partie est la rentabilité de votre projet, afin de prouver à vos investisseurs que vous pourrez les rembourser. Voici ce que devrait contenir cette partie:

- Le compte de résultat prévisionnel
- Le bilan prévisionnel.
- Le tableau de financement
- Le budget de trésorerie

N'hésitez pas à agrémenter ces tableaux financiers de notes et explications, afin de les rendre plus clair. Si une majeure partie de ces termes vous sont inconnus, sachez qu'il est possible de trouver de nombreuses informations à ce sujet sur internet. Avoir recours à un expert financier n'est également pas une option à exclure, bien que vous aurez tôt ou tard à maîtriser ces notions de finance et de comptabilité en tant qu'entrepreneur. Néanmoins, si vous tenez vraiment la comptabilité en horreur, sachez que FitogramPro facilite grandement la gestion financière de votre salle. Ceci rend donc l'administration bien plus simple, vous permettant de vous concentrer sur l'aspect sportif de votre business.

Une fois toutes les parties de votre business plan rédigée, vous voilà prêt pour présenter et défendre votre projet auprès de votre banque et obtenir votre financement. Montrez-vous convaincant et utilisez tous les arguments que vous avez à disposition!

3





Aménagez et équipez  
votre salle de sport,  
recrutez  
du personnel  
compétent

## a) Aménagez votre salle de sport

Une fois votre projet financé, il est temps d'aménager vos locaux de la meilleure des manières. Sachez qu'il sera nécessaire d'effectuer auprès de la mairie une demande d'ERP (établissement recevant du public). Dans un premier temps, renseignez vous sur les différentes normes d'hygiène et de sécurité afin de vous assurer d'être en règle, mais aussi fournir la meilleure expérience possible pour vos adhérents. Dans un lieu où tout le monde partage le même équipement et les mêmes vestiaires, l'importance de l'hygiène est primordiale. Plus d'une salle de sport a été contrainte de fermer ses portes, temporairement ou définitivement, suite à des infections sanitaires. Vous pourrez trouver sur [sports.gouv.fr](https://sports.gouv.fr) la législation complète nécessaire.

L'aménagement dépendra du concept de votre salle de sport. En effet, une box de Crossfit nécessitera une disposition bien particulière et différente d'une salle de musculation ou d'un centre d'électrostimulation. Dans tous les cas, même si l'espace dédié au sport est censé occuper la majeure partie de vos locaux, pensez à prévoir des vestiaires séparés, une salle pour les cours collectifs et des toilettes/douches. N'oubliez pas de réserver un peu de place pour vos bureaux ainsi que pour vos employés. N'ayez pas peur de voir les choses en grand en ce qui concerne la superficie de vos locaux: il n'y a rien de pire que de se marcher les uns sur les autres durant l'entraînement. Prévoyez donc assez de place pour tout ce qui a été énoncé plus haut. Afin de ne pas avoir à dépenser régulièrement en travaux rénovations, vous devriez investir dans des locaux assez neufs et bien isolés également. Cela permettra de réduire vos dépenses d'énergies et éviter à vos adhérents de s'entraîner dans le froid en hiver.

## b) Équipez votre salle de sport (machine, cardio, poids libres....)

Le secret d'une bonne salle de musculation? Un équipement de qualité, et varié ! Voici ce que devrait comporter votre salle de sport:

- Un espace cardio. Certains n'utilisent ces machines que pour s'échauffer, tandis que d'autres y consacrent la plupart de leur temps à la salle. Vélo classique ou elliptique, tapis de course, escaliers, rameurs... Il existe autant d'instruments de plaisir (ou de torture) que vous pouvez l'imaginer. Tout le monde ne cherche pas à soulever des charges colossales ou à se sculpter un corps d'Apollon, mais seulement se maintenir en forme ou devenir plus athlétique. Il serait donc dommage de se priver de potentiels clients, d'autant plus que tout le monde en a usage.
- Un espace machines guidées. Parfaites pour les débutants, celles-ci permettent d'apprendre à exécuter les mouvements avant de passer aux poids libres. En effet, celles-ci ne sollicitent en règle générale pas ou peu le gainage et sont donc souvent considérées comme plus sûres pour commencer. Notez cependant que mêmes les bodybuilders les plus chevronnés aiment les utiliser de temps à autre.
- Un espace poids libres. Haltères, fontes, barres, banc de développé couché, rack à squat. N'oubliez pas de recouvrir cet espace d'un sol approprié. Plutôt que du carrelage ou du parquet, choisissez un revêtement spécial permettant à la fois d'amortir le choc mais également le bruit lors de chute de poids (fonte ou haltère) sur celui-ci. Pour les salles de crossfit ou d'haltérophilie, un équipement spécialisé sera nécessaire. Anneaux, cordes, squat boxes, kettlebells...A titre d'exemple, Rogue est un fournisseur d'équipements de qualité.

→ Un espace cours collectif/fitness. Les cours collectifs (Zumba, BodyPump...) sont de plus en plus populaires ces dernières années. C'est l'alternative parfaite pour ceux qui souhaitent se remettre en forme, n'apprécient pas de s'entraîner seuls et n'ont pas forcément les moyens d'engager un coach particulier. Un pourcentage important des adhérents à une salle de musculation ne s'inscrivent que pour pouvoir participer à ces cours collectifs. Idéalement, cet espace se trouve à part, afin de ne pas être dérangé par les autres membres de la salle. Beaucoup de ces personnes sont introverties et ne sont pas prêtes à transpirer devant les yeux du plus grand nombre. Tapis, Medecine Ball, Steps, corde à sauter et poids légers devraient également s'y trouver pour permettre la bonne tenue des cours.

Evidemment, ceci s'applique uniquement aux salles de sport dites "classiques". Pour un studio de Pilates ou d'EMS, l'aménagement nécessaire sera bien différent.

Sachez que la qualité de l'équipement est l'un des facteurs déterminants lors du choix de sa salle de sport. Il est recommandé d'acheter des machines de qualité dès le départ plutôt que de devoir régulièrement payer des frais de réparations et ne jamais savoir quand la prochaine machine tombera en panne. Néanmoins, pour ceux ne pouvant dépenser une telle somme, le rachat de matériel d'occasion est une excellente alternative. Sur des sites comme Leboncoin ou Ebay, de nombreuses salles se défont de leur matériel et vous pourrez y trouver votre bonheur en économisant parfois plus de la moitié du prix d'origine. Afin de guider les débutants, veillez également à ce que des consignes d'utilisations soient inscrites sur chaque machine.

N'oubliez pas que dans les 3 mois suivants l'ouverture de la salle de sport, il est nécessaire d'effectuer une déclaration à la préfecture du département, afin de recenser l'ensemble de votre équipement et de faire homologuer votre salle par la même occasion.



## c) Engagez du personnel de qualité

Gérer une salle de sport est un réel challenge, impossible à relever tout seul. Aussi, ne comptez pas travailler que 35h par semaine, surtout dans les premiers temps. C'est un réel travail de passionné qui demande un investissement considérable de temps et d'argent. Les personnes que vous allez engager pour vous épauler auront donc un rôle extrêmement important dans le développement de votre projet. Rien ne sert d'avoir un équipement dernier cri si personne n'est là pour en prendre soin ou expliquer à vos adhérents comment s'en servir. Choisissez avec précaution qui vous souhaitez engager, puisque vos employés vous représentent directement et sont le visage de votre salle de sport. Avant toute chose, pensez à vérifier l'état de vos finances. Engager quelqu'un implique d'assumer les divers frais et charges s'ajoutant à son salaire. Dressez la liste des tâches dont vous pouvez vous occuper personnellement, et celles qui vous semblent hors de votre portée (soit par manque de temps ou de savoir faire). Cours, entretien, comptabilité, accueil, marketing... Autant de choses auxquelles vous devez penser. Une fois cela fait, vous savez de quels types de compétences vous avez besoin et ce que vous pouvez attendre de votre futur employé. Au début, vous aurez tout intérêt à prendre quelqu'un de polyvalent et possédant des capacités complémentaires aux vôtres afin de vous aider au mieux.

Commencez donc à rédiger des offres d'emplois, en précisant bien ce que vous recherchez (compétences, diplômes, attitude...) et une description du travail proposé. Il est important de la rendre aussi attractive que possible (parlez du challenge que cela représente et des opportunités de croissance) si vous souhaitez attirer les meilleurs candidats. Soyez cependant honnête et précisez quelles sont les contraintes du poste. Plutôt que d'engager rapidement quelqu'un ne répondant que vaguement à vos critères, prenez votre temps afin de trouver le "match" parfait: il est nécessaire d'avoir une vision sur le long terme et ne pas simplement combler les trous dans l'effectif.

Sachez que pour coacher en salle, il est nécessaire d'être diplômé d'une formation reconnue par l'Etat, telle que:

- Le BPJEPS AGFF, s'effectuant pendant 2 ans après le Bac. Celui-ci comporte deux mentions spéciales: "Musculature" et "Forme en cours collectif". Si vous disposez d'assez de ressources, vous pouvez engager un coach de chaque spécialité afin d'apporter une dimension complète à l'encadrement de votre salle de sport. Dans un premier temps, un coach en musculature devrait être suffisant et peut également donner des cours (notamment bodypump, circuits...), la deuxième option visant davantage les activités accompagnées de musique tels que la Zumba.
- Le DEUST métier de la forme, qui s'effectue également en deux ans en alternance est une formation complète, notamment avec des notions de marketing, informatique, droit, sociologie... Autant de compétences pouvant vous aider à développer votre salle de sport, en plus du côté du sportif.

Un bon coach ne doit pas seulement avoir des connaissances sportives. En effet, il se doit d'être pédagogue pour enseigner les différents mouvements et être assez patient pour corriger vos adhérents plusieurs fois si nécessaire. L'écoute est également primordiale afin de répondre le mieux possible aux attentes des personnes qui lui demandent conseil. En bref, il lui faut de réelles qualités humaines. Trouvez donc quelqu'un réunissant un maximum de ces qualités afin de représenter au mieux votre salle et vous aidez à la développer.

4



Développez et gérez  
votre business,  
démarquez vous de  
vos concurrents

FITOGRAM



## a) Définissez la stratégie marketing de votre salle de sport

Une fois votre salle équipée et votre équipe formée, vous pouvez vous atteler au recrutement de vos adhérents. Vous aurez beau avoir la meilleure salle du monde et les meilleurs coachs, les gens devront d'abord entendre parler de vous pour pouvoir s'inscrire dans votre gym. Afin d'augmenter votre notoriété et gagner en visibilité, vous allez donc devoir mener un certain nombres d'actions marketing. Voici quelques exemples:

- Créer un site internet devrait être votre première action marketing, et devrait même être réalisée avant l'ouverture. Votre site web est la vitrine de votre salle de sport. Toutes les informations nécessaires doivent être visibles et facilement accessibles pour renseigner les personnes souhaitant s'inscrire: localisation, contact, tarifs, horaires, cours... Vous pouvez soit le réaliser par vous même gratuitement ou presque, ou alors recourir aux services d'une agence. Cela sera plus onéreux, mais garantira également un résultat plus professionnel. Une fois créé, il vous faudra améliorer votre référencement, afin d'augmenter votre trafic et que vos potentiels clients puissent trouver votre site plus facilement. Ceci peut être fait gratuitement grâce au SEO (Search Engine Optimization) via l'utilisation de mots-clés, ou en payant via Google Ads. De cette façon, quelqu'un effectuant une recherche sur google comme "salle de sport +(nom de votre ville)" sera davantage susceptible de trouver votre site, et donc de devenir un futur client.

→ Être actif sur les réseaux sociaux. S'il était possible de s'en passer il y a encore quelques années de cela, ces derniers sont désormais devenus incontournables (au moins Facebook et Instagram). Il est donc nécessaire d'élaborer une réelle stratégie marketing. Grâce à eux, vous allez pouvoir communiquer et poster des photos concernant l'actualité de votre salle, les cours ou les nouveaux équipements que vous recevrez. Variez les contenus de vos posts: motivation, conseils nutritionnels ou d'entraînement, transformation physique de vos adhérents... La liste est longue alors n'hésitez pas à laisser libre cours à votre imagination. Incitez vos followers à "tagger" leurs amis (c'est à dire les identifier sur la publication) afin que ces derniers reçoivent une notification et prennent connaissance de votre page. Vous pouvez par exemple publier une image d'entraînement et écrire en description: "Tag un ami qui a besoin de se remettre au sport". Même si ils ne s'inscrivent pas tout de suite, ils se souviendront de vous le jour où ils chercheront une salle. Il s'agit donc d'un travail s'effectuant sur le long terme. Les jeux concours sont également une bonne façon d'accroître votre présence sur les réseaux sociaux. Vous pouvez par exemple offrir comme lot des abonnements ou des produits sportifs (compléments alimentaires, t-shirts...). En échange, les participants n'ont qu'à aimer votre page, partager votre publication facebook/instagram sur leur profil, et identifier plusieurs amis à eux. Vous augmenterez ainsi considérablement votre nombre d'abonnés à moindre coût. Essayez également d'interagir un maximum avec votre communauté, en répondant à leurs commentaires ou en sollicitant leur opinion. Cela permettra de créer un réel lien avec eux et de les fidéliser.

- Mener des actions de marketing physique. Même si aujourd'hui internet est la piste privilégiée pour gagner en visibilité, vous ne devriez pas vous priver des méthodes plus "traditionnelles". N'hésitez pas à distribuer des prospectus à la sortie des lycées/universités à proximité ou afficher des publicités dans votre ville. Organisez des journées portes ouvertes à des périodes stratégiques (rentrée scolaire, début d'année ou avant l'été) afin d'inciter les personnes intéressées à faire une séance d'essai, et pourquoi pas à s'inscrire le jour même.
- Mettre en place des offres promotionnelles. Black friday, rentrée, nouvel an... Les occasions pour attirer de nouveaux clients ne manquent pas ! Offrez les frais d'inscription, proposez un premier mois gratuit ou des réductions conséquentes sur l'abonnement afin de motiver les plus indécis à franchir le pas et s'inscrire. Le parrainage est également une excellente idée: lorsqu'un membre actuel invite quelqu'un à rejoindre votre salle de sport, offrez un mois gratuit à chacun d'eux. De cette façon, les inscriptions et donc vos ventes augmenteront de façon exponentielle.

## b) Gérez l'administration de votre studio/salle de sport

Il s'agit probablement de la tâche la moins appréciée des propriétaires de salles de sport, mais elle s'avère néanmoins cruciale et nécessaire. Dans l'optique du développement de votre salle de sport, vous devez toujours avoir une vue d'ensemble sur les résultats, la situation financière et votre clientèle actuelle. C'est en ayant connaissance de toutes ces données que vous pourrez prendre les meilleures décisions.

Bien que cela soit nécessaire, sachez qu'il est possible de simplifier cette administration et rendre votre travail bien plus agréable. En effet, les logiciels de gestion tels que FitogramPro s'occupent pour vous de la gestion de votre clientèle, la réservation des cours en ligne ou même de la comptabilité. Accessible n'importe où et n'importe quand, que ce soit sur ordinateur, téléphone ou tablette, ces logiciels permettent d'automatiser toutes les tâches ennuyeuses du quotidien et donc vous faire gagner un temps plus que précieux. Voici donc une liste de ce que vous apporte un logiciel de gestion:

- Une meilleure gestion de votre clientèle. En un clic, il vous est possible de voir quand s'arrête l'abonnement de votre adhérent, quels sont les cours auxquels il participe, à quelle fréquence il se rend à votre salle de sport ou même s'il est à jour concernant les paiements. A partir de là, vous pouvez par exemple programmer des messages automatiques lors des anniversaires ou des rappels de paiements ! Il vous est possible de renseigner d'autres informations: blessure, grossesse... Si vous le souhaitez, vous pouvez "geler" temporairement un abonnement tant que la personne concernée ne peut s'entraîner.



- La réservation et le paiement des cours en ligne. Plus besoin de tout noter sur un cahier, tout peut désormais se faire depuis votre site internet. Vos clients ont accès au planning que vous pouvez modifier à tout moment et peuvent s'enregistrer d'eux même. Des fonctionnalités telles que la liste d'attente (place ré-attribuée en cas de désistement), l'e-mail envoyé automatiquement en cas d'annulation ou de changement d'horaires amélioreront l'expérience de vos adhérents et faciliteront le travail de vos coachs/professeurs. Disponible sur portable et tablette, il est possible de consulter votre planning n'importe où.
- Gestion de la comptabilité et paiements. La totalité des factures et des paiements sont regroupés dans le logiciel, facilitant grandement la réalisation de vos comptes. Vous pouvez également voir combien d'heures de cours donne chacun de vos coachs, facilitant la gestion des salaires.
- Rapports et analyses. Comme dit plus tôt, il est crucial de connaître et interpréter vos résultats afin de développer votre activité. Grâce aux rapports, vous pouvez analyser votre chiffre d'affaire d'un trimestre à l'autre, savoir quels sont les cours qui fonctionnent le mieux, quels entraîneurs sont les meilleurs vendeurs... Et en conséquence prendre les meilleurs décisions pour augmenter votre chiffre d'affaire ainsi que votre nombre d'adhérents.

Pour résumer, une gestion sérieuse et organisée est essentielle afin d'assurer sereinement l'évolution de votre salle de sport. Un logiciel de gestion tel que FitogramPro est la solution à ce problème et vous fait gagner un temps précieux, vous permettant de vous concentrer à 100% à votre passion.

## c) Démarquez-vous de vos concurrents

Si vous avez déjà suivi l'ensemble des conseils évoqués précédemment, vous avez les clés en main pour réussir votre aventure dans le monde du fitness. Néanmoins, la compétition est rude, et il vous faudra faire preuve de créativité et d'originalité si vous souhaitez vous démarquer. C'est pour cela que vous ne pouvez vous contenter d'être une salle de musculation "classique", en tout cas pas si vous avez de l'ambition. Voici différentes idées qui vous aideront à vous différencier de vos concurrents :

- Ouvrir un healthy bar, où vos adhérents auront l'occasion de se rassasier une fois leur entraînement terminé. Smoothies, fruits, boissons protéinées... N'hésitez pas à varier les recettes et à proposer de nouveaux produits régulièrement. En plus de créer un endroit de partage, vous pourrez également augmenter votre chiffre d'affaire grâce à vos ventes.
- Mettre en place une zone proposant d'autres sports. En plus des traditionnelles machines de musculation, pourquoi ne pas rajouter un mini-terrain de basket ou un espace dédié au sport de combat ? Permettre à vos adhérents de se dépenser d'une façon différente et utiliser leurs autres qualités sportives devraient leur faire plaisir. C'est aussi l'occasion pour eux de passer plus de temps ensemble autrement que lors de leur séance de musculation.
- Créer une communauté soudée au sein de votre salle. Beaucoup de pratiquants sont rebutés à l'idée d'avoir à faire du sport seul. Que ce soit par manque de motivation ou par complexe, trouver un partenaire d'entraînement peut réellement en aider plus d'un à se motiver. Créez un groupe facebook par exemple où vos membres auront la possibilité de trouver des partenaires s'entraînant aux mêmes horaires qu'eux. Vous pourrez également poster sur ce groupe plus d'infos à propos des entraînements ou de l'actualité de votre salle. Pourquoi ne pas organiser des goûters et des événements spéciaux lors de Noël, Pâques et autres? Des adhérents attachés à leur salle de sport ont davantage de chance de prolonger leur abonnement et même d'y inviter d'autres amis.

5



# Conclusion



Vous l'aurez compris, la création et la gestion d'une salle de sport est un investissement conséquent en terme d'efforts, de temps et d'argent. Votre passion pour le fitness ne sera pas toujours suffisante et il vous faudra faire preuve d'une motivation à toute épreuve. Entourez-vous des bonnes personnes et prenez vos décisions en réfléchissant sur le long terme. Les résultats de vos actions ne sont pas toujours immédiats et peuvent parfois prendre du temps avant d'être observables.

Comme pour toute entreprise, l'organisation est la clé de la réussite. C'est pour cela qu'une solution de gestion comme FitogramPro, qui vous permet de centraliser et simplifier la gestion de votre salle de sport est un réel atout qui pourrait bien faire la différence.

**FITOGRAM**

2018 © Fitogram