

# 2023年健身卡营销方案 健身房营销策划方案(优质5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

## 健身卡营销方案篇一

(一) 销售队伍是公司获取利润的直接工作者，组建一支专业的精英销售团队，负责健身广场的业务拓展工作。通过对市场细分，划分不同的目标群体，从而有针对性的开拓市场。

(二) 打造全疆一流的健身教练培训基地，通过课程的培训，使参加培训的人员达到健身项目执教水平，并颁发资格证书。同时培训学校作为就业培训机构，可争取获得政府政策支持。

(三) 成立万年青健身管理公司，投资者投入项目运作资金，包括场地建设、人员工资等费用，“万年青”向其输入管理人员和健身教练，运用成熟的健身广场经营管理体系，辅助其经营。

(四) 针对办公室工作人员研发一套办公室专用健身操，上门授课，利用办公室有限的空间，达到强身健体的目的。

(一) 每天有太多的事情要决定，感觉压力太大；

把自己的全部精力放在了工作上，没有时间照顾家庭；

有时想约朋友健身，却预约不到运动场地；

公司举办各类会议，一时找不到合适的地方；

商场如战场，经过一周的商场厮杀，真的需要有个清静的地方修身养性；

想成为现代化的企业，良好的员工培训是必不可少的，但是没有合适的地方进行；

以上的问题说明人们需要一个环境舒适、适合交流的健身场所，健身已经成为朝阳行业，已经得到人们的广泛认可并参与。

## （二） 差异化经营

1、 会员俱乐部，使健身广场具有商务会所的性质，满足商务人士的需求；

1) 有专门的健身场地、器械、健身设施。

2) 成立商务洽谈室，供应咖啡、饮品、茶水、瓜果、烟酒等。

3) 简单的中西餐厅。

## （三） 设立健身卡

作为商务活动中馈赠的礼品，推出“合作健康”的概念，“请人吃饭不如请人出汗”，合作的长久需要以健康的身体为基础，同时延伸为合作是健康、有益的。

俱乐部根据消费群体需求推出各种类别的健身卡：

1、 年卡、季卡、月卡及次卡；

2、 商务卡——针对商务人士，可作为商务馈赠礼品，普及“合作健康”的理念。

3、 家庭卡——一卡可满足家庭所有成员的健身需求，多人

通用；

- 4、 孕妇卡——针对孕妇保健的专业项目用卡；
- 5、 喜庆卡——可作为新婚、节日等礼品；
- 6、 学生卡、教师卡——针对学生、教师群体，价位较低，可分期付款。
- 7、 医务卡——针对医务人员，价位适中；

其中，年卡定价为1260元/卡，其它卡类的定价将根据市场调查结果确定适当的价格。

## 1、 目标区域划分

- 1) 针对二道桥商圈及周边步行10分钟内可到达俱乐部的区域；
- 2) 1路、101路公交车线路所贯穿区域；
- 3) 逐渐向全市进行市场拓展。

## 2、 目标群体

健身俱乐部的消费群体主要包括健身爱好者、减肥者、形体塑身者、学生、教师、医务人员、孕妇、家庭、白领阶层及技术类人员等。

### 1、 人员推广

由5名咨询顾问，按区域进行划分，进行排查，收集客户资料，收集客户资料，发放宣传资料。

### 2、 体验推广

邀请消费者亲临现场，由咨询顾问或前台内勤人员进行讲解，并带领消费者参观俱乐部，第一次光临的消费者可免费体验俱乐部内各经营项目。

### 3、 广告投放

- 1) 在金和商城外部进行户外楼体广告宣传；
- 2) 在经过金和商城的主要公交线路（如1路、101路）做车体广告，或在车内悬挂扶手上做广告。

### 4、 印刷品广告

- 1) 印制万年青健身俱乐部的推介手册，进行发放宣传，内容包括：万年青健身俱乐部简介、为什么健身、如何选择健身广场、健身中应该注意的事项、保健（运动）的小常识等。
- 2) 印制宣传卡片，正面为万年青健身俱乐部简介，反面为年历，规格为ic卡大小，方便、实用，易于携带、保存。

### 5、 促销活动

- 1) 礼品赠送活动，如购买年卡，可获赠精美打火机；
- 2) 团购优惠活动，如购买一定数量健身卡，可获赠次卡。

### 6、 公关活动

- 1) 赞助一支街舞组合或校园乐队，在人流聚集区域或餐饮酒吧进行表演；
- 3) 举办会员联谊活动，如组织会员旅游，针对家庭卡客户举办“好家庭评比”活动等。
- 4) 为各单位举办“最健康企业”评比活动。

5) 为会员举办“健美先生”与“健美小姐”评比活动。

1、 在户外大量散发俱乐部宣传手册；

2、 通过各区域市场调查与走访，得到大量客户名单；

4、 各类模特大赛召开，可为大赛中的选手提供形体培训；

5、 启动办公室操项目，进入各企事业单位进行宣传，邀请企事业的领导来现场观摩，并带动商务卡的推广、销售。

6、 开拓管理输出业务。

员工须人手一册《万年青健身俱乐部培训手册》，内容包括两部分：

1) 万年青健身俱乐部的企业文化、自身优势及经营项目等；

2) 销售人员技能培训，如：如何把业务做得更好、客户管理和沟通方法、说话的技巧与方法、电话销售中将会面临障碍和挑战等。

以年卡为例，一张年卡销售额为1260元，提取260元作为销售所产生的相关费用。其中包括：

50%用于人员工资、提成、交通费及公司内部活动所产生的公关费用等；

40%用于促销、公关活动、广告投入、器材设备及办公用品损耗等；

10%用于支付项目管理及策划的费用。

备注：

其中项目管理及策划费用，以“月”为周期进行结算；

销售额达到250万元以上，超出销售目标部分，按一定比例提成作为资金，划入项目管理及策划费用，具体事宜进一步协商。

## 1、 团队的组建、管理

组织架构如下：

销售经理：1名，负责全局销售工作；

销售内勤：1名，负责档案管理工作；

咨询顾问：6名，负责业务拓展工作；

若干兼职人员（大学生）。

## 2、 工作计划

时间工作内容10月在全市各大写字楼，收集客户资料，包括个人信息、团队信息及商务信息（接待、会务信息）； 招聘大学生，作为兼职销售人员。健身教练培训学校项目启动，开展招生工作； 通过兼职学生的宣传，室内广告的张贴，达到信息发布的目的。11月继续收集客户资料，建立完整的客户档案；对现有客户进行核实，并开拓市场； 对销售人员进行培训； 完美销售管理体系。12月正式开展市场拓展业务。

## 3、 公关活动

（1） 金和开业一个月内（10月），举办健身体验活动，针对个人、夫妻、家庭，通过活动可以收集目标消费群体的意见，该意见一经采纳，将给予参与者一定数额的现金奖励。

（2） 成立营养饮食、保健常识的讲座小组，在健身广场定

期为会员举办讲座，也可受邀上门讲座。

(3) 公关活动举办健身体验活动，为多个单位举办健身操、健身操比赛，以及健美先生、健美小姐评选活动，评选最健康企业健美先生、小姐等，并邀请媒体妙作。

#### 4、 办公室操运作

10月为研发期，11、12月为试验期，并申请国家认证。

## 健身卡营销方案篇二

健身俱乐部的预销售是非常重要的，因为他是项目的市场定位的真实体现，销售策略的市场初次探水，项目后续工作方案的实践基础，一个好的开头往往预示着一个好的结果，兵者，国之大事，生死存亡之道，不可不察。

应包含预售整体流程方案、预售管理制度、预售销售方案、预售标准话术、预售绩效考核等相关执行方案。

企业对外的影响及信息是依照相关媒体进行的，它直接关系到企业的生存与发展。媒体大致可分为：

#### 1、 平面媒体

主要是报刊、杂志、与相关印刷制品。

#### 2、 电子媒体

主要以电视、广播、Internet为主。

#### 3、 企业活动

主要以专业活动、公益活动、宣传活动为主。

## 4、会员影响

主要指俱乐部会员的传播能力。

媒体选择与公司所设定的企业宗旨、业务范围、服务对象有着必然的相关联系，主要考虑媒体的专业性、影响范围、影响人群是否与企业所期望一致。

主要流程是推广——预约——引导参观——讨论健身意义——约定第一次健身时间——跟进。

### 1、推广

包含市场调查、活动、路演、dm单、朋友介绍、自寻信息等方法积累客户联系信息。

### 2、预约

问候，定下基调，注意电话谈话技巧。

### 3、引导参观

为了让人们深入了解健身中心，会籍工作人员应主动引导来宾参观健身中心的开放区域，在参观时应注意以下几点：

(1) 在参观前，首先应请来宾填写一张“客人基本情况调查表”，如客人提出异议，应向客人解释“不会耽误您很长时间（只是几个小问题），填表是为了针对您的具体情况，建议您并提供更适合您的服务或训练方式”。

(2) 参观应遵照事先制定好的路线行走。

(3) 引导人员应走在客人前面。

(4) 当停下来介绍时引导人员应站在客人的左前方，并保持



适当的距离，为客人介绍场地时应伸出左手，以手掌指示目标，不能用手指指指点点。

(5) 在通过门时应该现为客人开门，让客人先进，然后跟上。

(6) 在客人感兴趣的地方多花些时间。

(7) 要稳重，不要慌慌张张，更不能看表。

(8) 如来宾的鞋不合要求应请之换上鞋套。

(9) 如未获经理允许，来宾不得在健身中心内摄影照相。

争取首次拜访要求销售，向潜在的会员优惠价格或宣传品。

#### 4、讨论健身意义、提供售价

主动热情向来宾交流健身给人带来的益处，积极引导来宾思考健康投资与健康之间的联系，适当时机，明确说明俱乐部各个服务的价格，同时说明价格与价值比。

#### 5、约定第一次运动

当接受一位新的会员时，应主动了解客户的需求，并在客户最适宜的时间约定第一次运动的时间。值得注意的是负责认得的是负责任的告诉客户的运动时间，同时，要尊重客户的时间安排与愿望。在客人感觉到健身需要时，尽快联系他们参与健身运动。

#### 6、运动后的跟进

及时得到会员或潜在客户第一次运动后的反馈资料，并加以分析。健身过程中如果出现问题，应及时加以解答，坚定他们对健身的信念。在你的客人成为会员以后仍然要与他们联系，让他们感觉到你是他们的朋友，使他们把健身溶入到自

己的生活中去。

- 1、预售方案的标准化执行管理。
- 2、预售人员的标准化管理。
- 3、预售计划的目标管理。
- 4、预售阶段的问题处理解决及调整。
- 5、试营业前的工作准备。

## 健身卡营销方案篇三

深入贯彻实施《全民健身实施计划》，通过整合资源，创新形式，动员和引导社会力量广泛组织开展贴近生活、丰富多彩、特色鲜明、注重实效、方便参与、利民惠民的体育健身活动，不断提高广大人民群众主动参与健身的意识，激发人民群众的健身热情，在全社会形成崇尚健身、参与健身、支持和推动全民健身事业发展的良好氛围，为构建文明幸福新鹤城发挥积极作用。

### 二、活动主题

快乐健身，文明和谐。

### 三、组织机构

成立\_区20\_年“全民健身日”活动组委会，由区委副书记、区长印宇鹰任顾问，区委、区政府常务副区长丁琼任组长，区委、区政府副区长李建国、区政府副区长巫培云、区政府副区长冯贵友任副组长，区总工会、区体育局、区城市办负责人及各街道党政一把手为成员，领导小组下设办公室（设红星街道办事处），由杨昊兼任办公室主任，负责具体活动

的组织协调。

四、主办单位：\_市\_区人民政府

五、承办单位：区总工会、区体育局、区城市办、红星街道办事处

六、活动安排

1. 8月8日上午8:30, 在区政府广场举行20\_年\_区“全民健身日”活动启动仪式; 上午9:00进行体育活动表演; 上午10:00进行拔河比赛。

2. 8月11日、12日在红星街道办事处举行乒乓球、羽毛球比赛。

七、活动要求

1. 认真组织参赛队伍。各参赛单位要按照组委会的统一要求和部署, 切实加强对“全民健身日”活动的组织领导, 精心组织, 统筹安排。要广泛宣传动员, 让广大干部职工、居民群众参与到活动中来, 享受健身带来的健康和快乐。各参赛单位主要负责人必须作为代表队队员进行比赛。

2. 营造活动良好氛围。各参赛单位要统一服装, 自制宣传横幅一条, 标语自选, 活动当天要带入启动仪式会场。

3. 拔河比赛要求各区直单位组织1支代表队参加, 每个街道办事处组织3支队(具体为办事处机关队1支, 社区代表队2支参加), 每支队伍12人(其中男队员8人, 女队员4人)。

4. 报名时间及地点。拔河、乒乓球、羽手球比赛项目8月6日前在红星街道办报名

八、活动保障

1. 设立安全保卫组，负责活动期间安全保卫工作；
2. 设立医疗卫生组，负责医疗卫生、后勤保障等工作；
3. 设立新闻宣传组，负责活动宣传报导工作。

## 健身卡营销方案篇四

x月xx日—x月xx日

- 1、情人节，从传播的口径到活动的组织，落脚于夫妻间的情份。
- 2、整个策划的主题围绕“情感、爱、家庭”，实现活动与营销活动的融合。

相濡以沫，最爱七夕—“我与我的爱人”大型征集活动(x月xx日—x月xx日)

还记得您们的第一张合影照片么？还记得你们面对亲朋好友时许下的诺言么？“我与我的爱人”大型征集活动拉开帷幕，即日起征集最早的结婚照片、最早的婚礼诺言……活动结束后，按照照片拍摄日期，结婚时间早晚排定。

最早的结婚照片5张，每张照片的主人奖励——价值——x元的精美礼品。

最早的婚礼诺言5个，每个诺言的主人奖励——价值——x元的精美礼品。

照片（征集完成后，做成展架，照片原稿将返还本人）诺言由顾客手写，签名，制作成展架放置在健身房活动现场展示。

# 健身卡营销方案篇五

x月x日—x月x日

## （一）情歌对唱真情表白

x月x日x□00—x□00□在x楼健身房一侧开辟出专门区域，现场麦克于广播室相连，情侣可以通过情歌对唱或者真情表白的形式，对他（她）唱出或者说出心里话。并通过广播即时播放。同时为每对情侣准备了精美礼品。

## （二）浪漫情人玫瑰芬芳（-.-）

x月x日正常营业时间内，顾客可到6楼促销服务台免费领取玫瑰鲜花一枝（限送x枝）。当日健身满x元，加送精美巧克力一盒。

1、展板2块□xx元

2、门楣2块□xx元

3、平面广告□xx元

4、礼品（玫瑰花、巧克力）由xx负{ }责

5、音响费用□xx元

6、其他杂项支出□xx元

合计：约xx元（玫瑰花及巧克力费用未计算在内）

本档活动□vip卡可以使用折扣功能。