

# KEVIN NAIKEN

MAGAZINE 100% POUR LES GÉRANTS DE CLUB DE FITNESS  
ET DE BOX

1<sup>ER</sup> ÉDITION

A man with dark hair, wearing a dark suit jacket, a white shirt, and a pink tie, is smiling. He is wearing a headset with a microphone. The background is a solid orange color.

Comment relancer  
son activité après  
le COVID-19 ?

---

Réussir sa rentrée de  
septembre



# ÉDITORIAL

---



C'est avec une immense joie que je partage avec vous la première édition de mon magazine, dédié à 100 % aux gérants de clubs de Fitness et Owner de Box.

Ce magazine a pour objectif de partager avec tous les dirigeants du marché les approches commerciales qui fonctionnent et d'éliminer certaines idées reçues quant à la rentabilité du business.

Beaucoup de dirigeants dans le domaine de la remise en forme consacrent une grande partie de leur temps et leur investissement à leurs activités, leurs nouvelles machines, leurs travaux, mais en fait ne se concentrent pas ou insuffisamment sur leurs rentabilités.

4 grandes questions que je souhaite traiter dans ce magazine ?

- Est-ce que mon business est rentable ? sinon que faire ?
- Je suis passionné et j'ai un super produit mais j'ai l'impression d'être esclave de mon propre business
- Comment vendre plus d'abonnements tout en apportant des vrais résultats aux clients ?
- Pourquoi avoir des belles machines onéreuses, pleins de cours collectifs et diverses activités si mon club n'est pas rentable et que j'arrive à peine à me payer ?

Le fitness a-t-il basé son modèle économique sur l'Ego plutôt que sur l'intelligence et la rentabilité ? C'est une véritable question que l'on peut se poser ...

Mon objectif à travers ce magazine est de traiter ces questions fondamentales afin d'apporter plus de lumière sur les véritables problèmes du métier.

Avec une profonde envie d'aider les gérants.

Kevin Naiken







# SOMMAIRE

- 06 QUI EST KEVIN NAIKEN
- 09 À QUI S'ADRESSE CE MAGAZINE ?
- 10 COMMENT RELANCER SON ACTIVITÉ APRÈS LE COVID-19 ?
- 14 TROIS DIRIGEANTS PARTAGENT CE QUI LEUR A PERMIS DE RÉUSSIR PENDANT LE COVID-19 ET COMMENT ILS PRÉPARENT L'APRÈS
- 18 THOMAS LABAN  
Il nous explique comment il est passé de 100 000€ à 300 000€ de chiffre d'affaires en mois de 12 mois
- 25 RÉUSSIR SA RENTRÉE DE SEPTEMBRE
- 34 MATTHIEU ET ANTOINE  
Un business rentable
- 38 LES 10 ERREURS QUE FONT 80% DES CLUBS ?
- 42 TIMOTÉ ET PIERRE  
Owners de box : + 30% de progression par an depuis 2 ans
- 46 L'ACCOMPAGNEMENT DE KEVIN NAIKEN

# QUI EST KEVIN NAIKEN

J'ai démarré ma carrière dans le marché du fitness en 1996 en tant que commercial pour le Groupe Gymnasium, j'ai grimpé les échelons assez rapidement, car à 20 ans, j'ai pris la direction du gymnasium de Boulogne-Billancourt (club de 1700 mètres carrés avec une équipe de 5 commerciaux, 5 profs et 3 esthéticiennes) club qui générait un beau chiffre d'affaires et une belle rentabilité.

En 2006, j'achète mon 1er club dans la province de Dijon, où j'apprends le travail de gérant. Je comprends alors la nuance entre être directeur salarié et gérant de sa propre entreprise, notamment en termes de responsabilités. Cela a été une belle expérience professionnelle, j'ai fait beaucoup d'erreurs et beaucoup de tests qui m'ont permis de comprendre ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.

En 2009, je rejoins la Société Les Mills grâce à Sarah Watson qui parle ensuite de moi à Christophe Andanson. Une chance incroyable, car j'ai pu rencontrer un très grand nombre de gérants avec qui j'ai pu échanger sur leurs succès et leurs échecs. Je profite de cette tribune pour remercier Christophe et Claudy pour l'expérience vécue durant ces années.

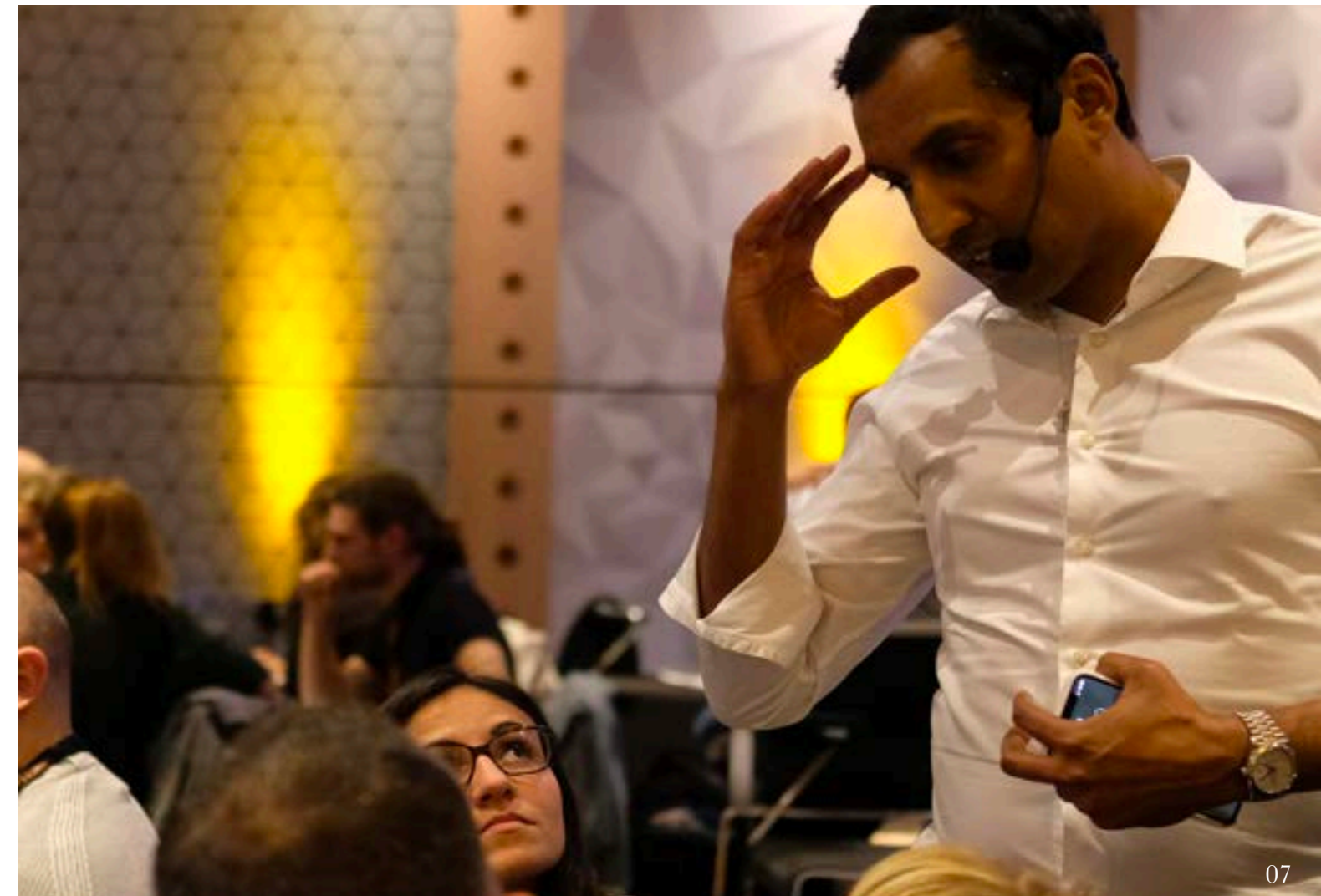
Fin 2013, je crée ma société « Kevin Naiken » qui a pour vocation d'aider les gérants de clubs de fitness et Box à développer leur chiffre d'affaires et leur rentabilité. A ce jour, nous avons aidé plus de 700 dirigeants.

Mon équipe est composée de 5 personnes à temps plein qui ont pour mission d'aider les gérants de clubs de fitness et de Box à faire croître leur business et augmenter leur rentabilité, grâce à une approche commerciale, efficace que j'ai créé il y a 8 ans et que je ne cesse d'améliorer.

Le marché du Fitness et Box est un marché peu professionnel. La plupart des dirigeants

sont dans l'illusion en pensant qu'en ayant un bon produit et en suivant la tendance actuelle, ils vont gagner de l'argent avec leur business. Il y a beaucoup de génie du produit qui sont Morts Pauvres. Savoir aider ses clients à avoir des résultats est très important, mais il ne faut en aucun cas négliger la prospection et la vente de nos services.

J'ai décidé de créer un magazine pour les gérants de clubs de fitness et box. Durant l'accompagnement de ces 8 dernières années, j'ai entendu beaucoup d'idées reçues et de fausses croyances qu'il est indispensable de déconstruire pour aider les dirigeants.







# À QUI S'ADRESSE CE MAGAZINE ?

**1** Ce magazine s'adresse à tous les gérants de clubs de fitness et de Box qui souhaitent développer leur business, améliorer leur système de vente et être plus rentable.

**2** Il a pour objectif de mettre en lumière des stratégies concrètes à succès, testées et mises en place par un grand nombre de gérants.

**3** Je vais donner la parole à chaque édition à quelques dirigeants afin de partager les clés qui leur ont permis de réussir.

# COMMENT RELANCER SON ACTIVITÉ APRÈS LE COVID-19 ?



**L**e métier de la remise en forme a évolué d'un coup, il y avait l'avant Covid et maintenant, il y a l'après Covid. Les clubs de Fitness et les Box vont devoir redéfinir leurs grilles d'abonnements et leurs services afin de proposer la bonne formule qui convient aux clients d'après Covid. Les clubs vont devoir s'adapter à la digitalisation d'une partie de leurs services et de leur système de commercialisation.



## 3 CRITÈRES QU'UN GÉRANT DOIT COMPRENDRE SUR LE SERVICE QU'IL PROPOSE :

**1** Il doit mettre au centre de son business les résultats qu'il apporte à ses clients, et doit avoir un indicateur de mesure afin d'être sûr qu'il fait une véritable différence dans la vie de ses membres.

« Est-ce que le club tient la promesse qu'il a faite ? Combien de temps met-il à aider son client à avoir des résultats ? Sur quoi se basent la durée et le prix de ses abonnements ? »

**2** Il doit aider ses clients à avoir des résultats le plus rapidement possible, car aujourd'hui plus que jamais, tout va vite. Quand on observe les sportifs de haut niveau qui ont un succès incroyable, ce sont tous des sportifs qui vont vite dans leur discipline. Les entreprises qui gagnent de l'argent doivent être capables :

- D'aider Vite
- De vendre Vite
- D'encaisser Vite

Là est la clé d'un business Rentable !

**3** Il doit avoir des abonnements qui génèrent de la trésorerie. On a pu voir que pendant le Covid, tous les gérants de clubs qui n'avaient pas de trésorerie ont été bousculés et certains ont du fermer leur structure. Avoir des prélèvements, c'est bien, mais avoir de la trésorerie, c'est mieux. Si on peut créer une grille tarifaire qui permet d'avoir les deux, c'est l'idéal.



# CONFÉRENCE DE KEVIN NAIKEN

**J'ai réalisé une conférence dans laquelle je vais te partager quelques clés pour :**

- ✓ Augmenter tes ventes de +30% à +50% chaque mois
- ✓ Générer + de trésorerie
- ✓ Avoir + de temps pour toi et ta famille
- ✓ Et surtout ne plus être esclave de ton business

“  
Je pense que le confinement a fait prendre conscience à un grand nombre de gérants de club de fitness et Owners de Box qu'il fallait changer leurs manières de travailler, qu'il faut aller vers plus d'efficacité et améliorer leur qualité de vie.  
”

**Dans la vidéo, tu vas découvrir :**

- ✓ Principe 1 : Comment augmenter tes résultats ?
- ✓ Principe 2 : Localiser les freins qui t'empêchent d'avoir des résultats avec ton business
- ✓ Principe 3 : Les 3 facteurs indispensables pour augmenter tes ventes

**Accédez à la conférence en  
scannant le QR CODE**



**Ou en cliquant sur le lien suivant :**

**<https://bit.ly/2WbpgL0>**

**3 DIRIGEANTS PARTAGENT CE  
QUI LEUR A PERMIS DE RÉUS-  
SIR PENDANT LE COVID-19 ET  
COMMENT ILS PRÉPARENT  
L'APRÈS**

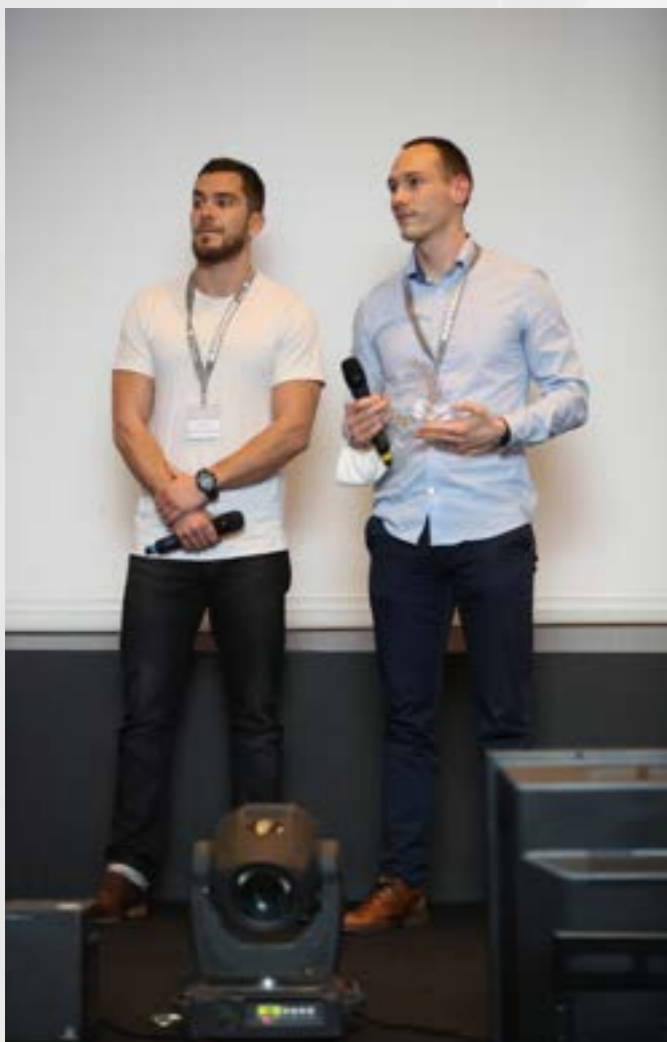
“

**J'ai décidé de donner la parole à 3 dirigeants qui vont nous raconter leur parcours, mais aussi les clés qui leur ont permis de passer ce Covid plus sereinement, les solutions qui ont marché pour eux.**

”







## TIMOTÉ ET PIERRE

OWNERS DE LA BOX SAMAROBRIVA  
une box dans la Somme

**Ces deux owners de Box du Nord de la France continuent de progresser de +30% chaque année, même pendant la crise sanitaire.**

**Qu'ont-ils fait de différent ? Et pourquoi ?**



## THOMAS LABAN

DIRIGEANT DU CLUB ORETOFIT  
un club de 500m<sup>2</sup> dans le Sud-Ouest de la France

**Il nous explique comment il est passé de 100 000 € à 300 000 € de chiffre d'affaires.**

**Comment pense-t-il ? Comment agit-il ?**

## MATTHIEU ET ANTOINE

DIRIGEANTS DU CLUB FIT4HEALTH  
un club dans le Nord de la France

**“ Nous avons augmenté notre chiffre d'affaires de 60% et nous avons augmenté notre trésorerie de 30 000€ à 70 000€ ”**



**Retrouvez l'intégralité des échanges que j'ai eu avec ces 3 dirigeants en format vidéo en scannant le QR CODE ci-dessous**

**Ou en cliquant sur le lien suivant :**

**<https://bit.ly/3DbHmNm>**





# THOMAS LABAN

DIRIGEANT DU CLUB ORETOFIT

Accédez à l'intégralité de la vidéo de témoignage de Thomas en scannant le QR CODE



Ou en cliquant sur le lien suivant :

<https://bit.ly/3DbHmNm>



Thomas, est-ce que tu peux te présenter ?

“Je suis Thomas Laban, je suis gérant de mon club de fitness qui est situé à Oloron-Sainte-Marie dans le sud-ouest de la France, dans le 64, petite ville de 10.000 habitants, voilà, donc c'est un club généraliste tout simplement. J'ai 30 ans et j'ai connu Kevin il y a à peu près deux ans, et ça fait deux ans et demi-aujourd'hui que j'ai mon club, et je suis super heureux.”

Thomas, donc tu es dans une ville de 10.000 habitants, tu as des concurrents ? Ou tu es tout seul dans ta zone ?

“Alors quand j'ai monté mon club, j'étais le 5ème. On est 5 clubs en tout.”



Thomas, tu peux me dire comment s'est passé l'année 2020 ?

“C'est vrai que le COVID ça a été dur pour beaucoup de clubs. Après, comment ça s'est passé pour moi, Quand on a eu le COVID je t'avoue que j'étais vraiment en stress parce qu'on est une entreprise jeune, avec des crédits sur le dos, etc... Donc les 2-3 premiers jours, j'étais quand même vraiment mal on va dire. Je ne me suis pas senti bien. Après, je me suis dit, «on va voir ça comme une opportunité». Il faut

s'adapter, c'est comme ça, on ne va pas changer le monde. **Et face au COVID, j'ai eu de la chance parce que j'étais dans ta formation à ce moment-là.** Tu nous as beaucoup aidés, on a su s'adapter et finalement, ça s'est bien passé. J'ai créé des liens avec mes adhérents, j'ai continué à faire des ventes, j'ai rentré des nouveaux adhérents... Les gens sont comme nous les clubs de fitness, eux aussi ils avaient besoin d'aide. Et franchement ça a été une opportunité juste extraordinaire pour s'en sortir.”





### Quelles sont les erreurs que tu faisais avant de réussir ?

Quand tu prends conscience que ton métier ce n'est plus être coach sportif, mais c'est vraiment gérer ta boîte, tu réfléchis autrement et ça devient différent.

Alors les erreurs que j'ai faites, j'ai fait comme tout le monde ! J'ai balancé des flyers qui ne marchaient pas, j'ai fais de la communication qui ne marchait pas, j'ai essayé d'avoir un produit qui n'était pas du tout ren-

table au final. Je me surchargeais plus qu'autre chose, je surchargeais mes équipes, je passais tout mon temps et toute mon énergie 7 jours sur 7 dans le club ! Je faisais tout de A à Z, jusqu'au ménage !

Je n'avais aucun temps. Tout le temps que je passais ne me rapportait absolument rien, je n'étais pas du tout rentable. Impossible de développer ma boîte ni rien. C'est choquant quand je pense aujourd'hui à comment j'étais avant. C'est vraiment le jour et la nuit."

### Thomas, comment as-tu fait pour voir cette crise sanitaire comme une opportunité ?

Un problème n'existe pas sans solution, ça fait partie de l'évolution, c'est comme ça. Il y en a qui ont fait le choix pour ne pas mourir d'arrêter de vivre, et d'autres qui ont continué à vivre pour ne pas mourir. Donc nous, on a choisi cette solution-là, et on t'a suivi, on t'a fait entièrement confiance avec l'équipe et franchement, rien à regretter, au contraire, merci Kevin !"

### Et Thomas, aujourd'hui quelle est la surface de ton club ?

"500 m<sup>2</sup> aujourd'hui avec cardio, muscu et cours collectifs"

### Quels résultats as-tu eus en 2020 ?

"En 2020, j'ai triplé mon chiffre d'affaires, je suis passé de 100 000 € à 300 000 € de chiffre et j'ai fait un peu plus de 80 000€ de trésorerie."







**Tu veux dire que tu te concentrais uniquement sur ton métier de coach et que tu délaissais complètement la partie commerciale ?**

“Ah oui, complètement ! C’est-à-dire qu’il fallait que je rajoute des machines pour attirer plus de monde ! Erreur ! Que je rajoute des cours dans le planning pour avoir plus de monde ! Erreur ! Enfin voilà, plein d’exemples comme ça en fait. Il fallait que je baisse mes prix parce que

le concurrent avait baissé les siens ! Erreur ! Je n’avais pas de frais d’inscription parce que les autres n’en avaient pas ! En fait, je m’aperçois qu’avant, je faisais tout pour ne pas gagner d’argent et pour ne pas développer mon entreprise. Sans le vouloir évidemment. Je n’ai pas honte d’en parler parce que c’est ce que j’étais, c’est la réalité. Mais aujourd’hui je me dis, comment j’ai pu réfléchir dans ce sens-là ? Comment j’ai pu faire ces erreurs ?”

**Qu’est-ce que tu voudrais partager avec les dirigeants qui liront ce magazine ?**

“ **Il faut savoir avancer, s’engager sur quelque chose. Il faut se développer. Et comme on dit toujours, tout ce qui ne croît pas fini par mourir, et pour nous c’est pareil ! Donc aujourd’hui le but c’est de continuer à évoluer de jour en jour.** Et il ne faut pas arrêter, il ne faut pas se contenter de stagner pour s’écrouler après. Donc écoutez votre cœur, et passez à l’action, il y a beaucoup de peur en fait qui gêne tout !” **Pour moi, Kevin Naiken, c’est la personne qui aide les clubs de fitness à se dévelop-**

**per en France.** Il n’y a pas 50 millions de clubs en France malheureusement. Tu es la personne qui révolutionne ce marché. Dans le sens où tu aides les gens, tu les fais progresser, tu ne les laisses pas s’écrouler face à la concurrence etc... ! Et tu permets aux clubs d’évoluer, de grandir et de s’ouvrir. Tu impactes directement la vie, et des dirigeants, et des équipes, et aussi des adhérents. Donc je te remercie vraiment pour tout ça et pour tous les gens que tu as aidé. Si je n’avais pas développé mon club comme ça, je ne pourrais pas aider les gens comme je les aide aujourd’hui. Et quand je change leur vie, tu fais directement partie de ce changement. Donc je te remercie vraiment du fond du cœur pour ça.”





# RÉUSSIR SA RENTRÉE DE SEPTEMBRE



## **Qu'avez-vous besoin de préparer pour réussir votre rentrée de septembre ?**

Une grande question que me posent chaque année les dirigeants de clubs de fitness. Beaucoup de gérants cherchent la méthode miracle alors qu'il faut avant tout mettre du bon sens et les fondamentaux dans votre business.

C'est comme dans la perte de poids, si tu manges beaucoup et que tu ne fais pas de sport il y a très peu de chance que tu perdes du poids. Vous savez comme moi que si votre abonné veut perdre du poids, qu'il fait attention à ce qu'il mange et qu'il a une activité précise et adaptée, il a plus chance d'atteindre ses objectifs.

Pour le Business, c'est pareil, si tu veux gagner de l'argent avec ton business tu dois travailler sur 3 principes clés.



## PRINCIPE N°1

**Apporter de la valeur et des résultats à tes clients. Plus tu es capable d'apporter de la valeur et des résultats, plus tu as de chances de garder tes clients et d'en attirer davantage.**

**“ EST CE QUE MON CLUB ET MOI SOMMES UNE OPPORTUNITÉ POUR MES CLIENTS ? ”**

**Si la réponse est OUI**, tu es dans la bonne direction. Le but de cette question est d'être honnête avec toi-même et de la prestation que tu délivres. Et si la réponse est « pas complètement » alors il va falloir travailler pour être une opportunité pour tes clients. Il ne s'agit pas de se juger, mais d'évaluer son niveau de prestation.

## PRINCIPE N°2

**Savoir prospecter et attirer les bons prospects qui ont un intérêt pour ton club.**

### **3 Règles phares pour attirer les bons prospects**

**1 Bien définir son audience :** qui est mon prospect idéal, à qui je dois parler dans mes pubs et qui correspond à mon ADN client, que ce soit par les réseaux sociaux ou par la communication conventionnelle.

**2 Définir la bonne Offre :** pour attirer des personnes intéressées. L'offre va avoir une importance capitale dans la prospection. Si vous choisissez mal votre offre, vous risquez de passer à côté d'un grand nombre de prospects qualifiés.

**3 Avoir le bon message :** il est important de savoir que la seule histoire qui intéresse votre prospect c'est son histoire. Alors avoir le bon message et la façon de communiquer vont être très importants pour attirer son attention. 3 points essentiels pour attirer son attention :

- Parlez lui de ce qu'il vit
- Parlez lui de ce qu'il veut
- Parlez lui de ce qu'il ne veut plus

En utilisant ces 3 règles vous allez voir que votre communication va être plus impactante et vous allez attirer davantage de prospects qualifiés.

## PRINCIPE N°3

### Avoir un système de vente qui transforme tes prospects en clients :

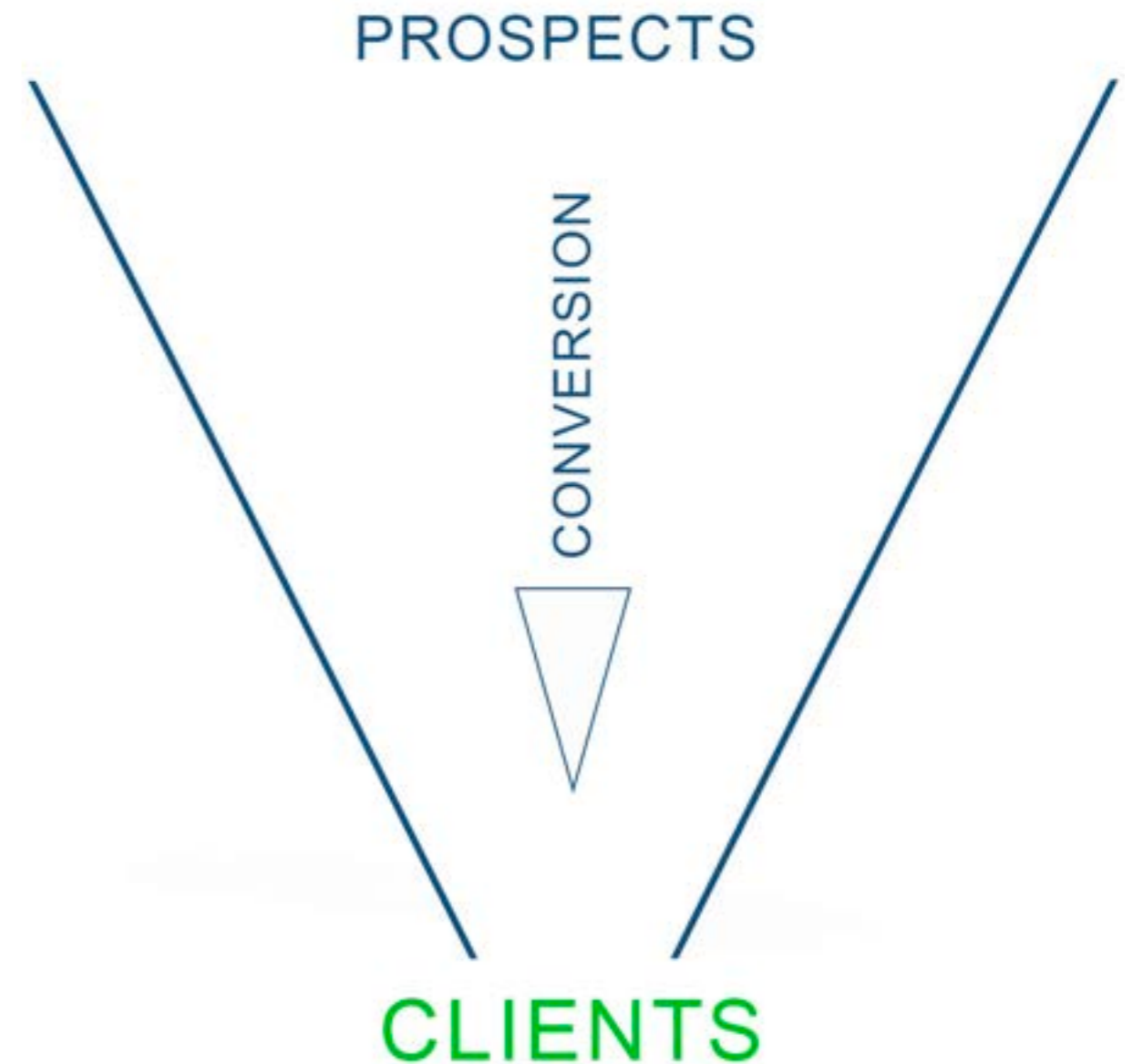
Cela fait 24 ans que je travaille dans le secteur de la remise en forme, et malheureusement, je vois encore trop de gérants négliger la vente de leurs abonnements de 3 manières :

**1** Certains gérants vont déléguer la vente de leurs abonnements à leurs coaches qui ne sont pas formés pour vendre et souvent n'aiment pas vendre. Les dirigeants pensent souvent que si le coach est un bon coach, il sera forcément un bon vendeur, c'est une belle idée reçue...

**2** Ne pas préparer vos équipes de ventes ou vous-même à traiter les peurs et les objections de vos prospects. Depuis plus de 20 ans, on retrouve les mêmes objections :

- Je fais le tour des clubs
- Je dois réfléchir
- Je vais en parler à mon mari ou à ma femme
- Et LA nouvelle objection (si vous refermez à cause du Covid, je ne veux pas m'engager...)

Ces objections ont toujours existé et existeront toujours, mais la différence entre les clubs qui réussissent et ceux qui ont du mal à vendre... c'est la capacité à traiter et anticiper ces objections. Pour vous améliorer je vous conseille de faire des ateliers avec vos équipes, de lister les objections que vous avez le plus souvent, d'apporter une liste de solutions pour répondre et traiter ces objections.



**3** Savoir conclure une vente et être à l'aise pour parler d'argent :  
Le moment de la présentation tarifaire est un moment crucial, et si vous avez peur de demander de l'argent ou de vous faire payer pour ce que vous apportez, le prospect va le sentir. C'est un moment important dans la vente, et devenir professionnel dans cette partie de votre métier va devenir incontournable dans cette nouvelle ère.

N'oubliez jamais que si vous voulez aider un client à atteindre ses objectifs vous devez vendre, car pour aider, il faut vendre, et vendre, c'est croître.



**VENDEZ PLUS D'ABONNEMENTS**

**MÊME SI VOUS N'AIMEZ PAS  
VENDRE**



Accédez à mon site internet pour acheter  
votre livre en scannant le QR CODE



Ou en cliquant sur le lien suivant :

<https://bit.ly/3gs0WLw>

**SOYEZ PRÊT POUR FAIRE LE PLEIN D'ABONNEMENTS**

**ACHETEZ LE LIVRE SUR LA VENTE  
D'ABONNEMENTS DE KEVIN NAIKEN.**

**Ce livre vous permettra :**

- ✓ D'augmenter votre chiffre d'affaires
- ✓ De générer davantage de trésorerie
- ✓ D'améliorer vos compétences commerciales
- ✓ De vous réconcilier avec la vente même si vous n'aimez pas vendre

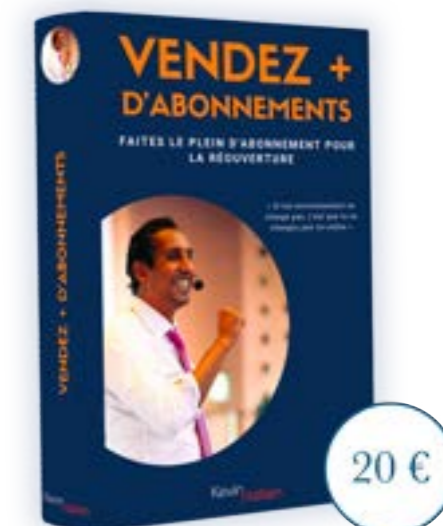
**Ce que vous allez découvrir dans ce livre :**

- ✓ Apprendre à mettre à l'aise vos futurs clients.
- ✓ Poser les bonnes questions afin d'approfondir les besoins de votre prospect.
- ✓ Présenter efficacement les activités de votre club et donner envie à votre interlocuteur d'intégrer votre club.

✓ EN FINIR AVEC LES OBJECTIONS :

- " Je vais en parler à mon mari "
- " Je vais réfléchir "
- " Je fais le tour des clubs "
- " J'ai besoin de m'organiser "
- Etc...

- ✓ Savoir présenter vos prix et conclure vos ventes.
- ✓ Être à l'aise pour parler d'argent.



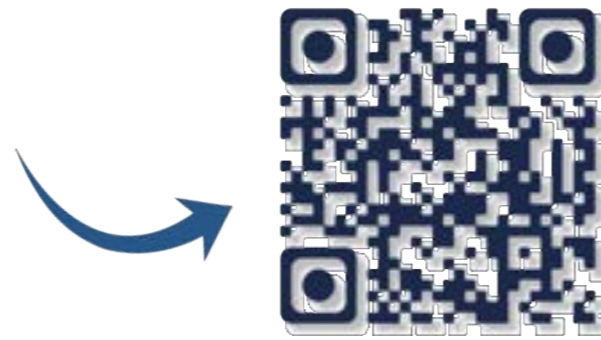
# MATTHIEU ET ANTOINE

DIRIGEANT DU CLUB FIT4HEALTH

Accédez à l'intégralité de la vidéo de témoignage de Matthieu et Antoine en scannant le QR CODE

Ou en cliquant sur le lien suivant :

<https://bit.ly/3DbHmNm>



## Pouvez-vous présenter votre club ?

On a ouvert le club il y a 4 ans avec mon associé, Antoine et deux autres investisseurs qu'on peut qualifier de dormants. Le concept est assez simple, on a misé sur un club généraliste avec une belle surface, on est à peu près sur 700 m<sup>2</sup>. Entre

temps on a pas mal de salles qui se sont implantées, Basic-Fit est venue en force dans cette zone là où il n'était pas présent avant. On a sur Valenciennes deux Basic-Fit et un troisième qui ne va pas tarder à pointer le bout de son nez. A Denain, qui à peu près 10 minutes et chez nous, on a un autre Basic-Fit qui vient d'ouvrir. Sur notre ville, à 5 - 10 minutes, on a un Orange Bleue. Donc on a 5-6 clubs qui sont vraiment très proches de nous, dans notre

zone de chalandise.

## Quelle sont les erreurs que vous avez fait dans le passée ?

Première erreur qu'on a fait, dans des temps faibles on s'est dit « on va couper le budget de communication »

On a moins communiqué, et ça pour moi c'est une très grosse erreur.

## Pourquoi ?

Parce que quand tu as un petit peu moins d'argent, tu es pris par la peur. Tu es dans une phase de sécurisation, et tu dis « *Il faut que je coupe les budgets* », et tu dis du coup « *Je vais arrêter de communiquer* » Maintenant quand j'y pense je me dis c'est complètement idiot ! J'ai limite honte de dire ça. Mais à ce moment-là, c'était évident ! Et ce qui était évident également c'est qu'on a racheté du matériel, on redécorait le club. Tout ce qu'il ne faut pas faire.

## Pourquoi tu dis qu'il ne faut pas le faire ?

En communiquant, les gens te connaissent et viennent te voir.

En achetant des machines, les gens ne te connaissent pas plus et ne viennent pas te voir. Finalement tu te rassures toi-même, tu investis, tu embellies, tu brasses de l'air en fait, c'est vraiment ça ! Tu brasses de l'air, tu te rassures en te disant « *Au moins je fais quelque chose !* » Mais ça ne te rapporte rien...

## Tu veux dire que tu pensais qu'en achetant des machines ou en faisant des travaux, les gens allaient venir naturellement, tous seuls, c'est ça ?

Ouais, c'est ça, exactement ! C'est à dire on embellit, donc comme c'est plus beau, ça sera plus attractif !

**- Mais vous ne pouvez pas le savoir !**

Oui, voilà. Et je n'avais pas compris que justement il fallait être attractif par la communication, et en devenant professionnel dans sa communication. Et ça on l'a compris. On a la chance aujourd'hui de savoir attirer et d'avoir un club qui est beau en plus !

## Et toi Matthieu ?

Réinvestir dans du matériel effectivement, pour moi c'est un faux investissement. C'est-à-dire que maintenant quand on met de l'argent en jeu, il faut que ce soit un investissement. Et quand on sort de l'argent, il doit nous rapporter quelque chose. Pour moi c'est une logique implacable. Et maintenant on devient vraiment des gestionnaires, on est des vrais patrons. Ça s'apprend. Si on





veut aller plus vite, il faut avoir une formation pour justement éviter de perdre du temps. Et malheureusement avec la COVID on l'a vu. Alors je ne sais pas si les chiffres sont vrais mais j'ai vu qu'il y aura à peu près 20% des clubs de fitness qui seraient fermés en France. Alors effectivement, la COVID en est peut-être la raison mais je me dis que s'ils ont fermé, c'est peut-être parce que ça n'allait pas non plus avant.

**Et quelle autre erreur tu as commis aussi ? Tu en avais parlé de 3.**

Au niveau de la vente ! C'est le process de vente, aujourd'hui on se dit on vend du loisir, on vend des abonnements, du coup ça va se vendre tout seul, en plus on est sympa, on a un beau produit... Mais il faut vraiment acquérir une vraie stratégie de vente ! Alors quand je dis une stratégie de vente, ce n'est pas quelque chose de compliqué, c'est quelque chose de vachement simple, mais de structurer ! Et ça, aujourd'hui c'est ce qui nous a permis d'augmenter aussi notre chiffre d'affaires, et de faire en sorte qu'aujourd'hui une personne qui vient chez nous sans nous connaître, à 90% elle signe !

**Mais en quoi c'est une erreur de ne pas savoir**

**vendre ? Parce que moi j'ai beaucoup de coachs qui disent mais nous on est bon, notre club est beau, donc ça se vend tout seul ! En quoi c'est une erreur pour toi ?**

C'est une erreur parce qu'aujourd'hui on a beau être bon, les gens vont avoir des peurs, des objections, et vont vouloir réfléchir, ne pas s'engager tout de suite. Et aujourd'hui l'objectif c'est de les aider rapidement. Donc c'est aussi de concrétiser une vente le plus rapidement possible. Et aujourd'hui quand on n'a pas ces bases, et qu'on ne sait pas vendre, ou qu'on est un peu amateur dans la vente... on s'assoit sur une source de chiffre d'affaires immédiate qui est quand même vachement importante, moi je m'en suis rendu compte.

**Quand tu veux dire les peurs, tu parles des objections des clients, c'est ça ?**

C'est ça, les clients aujourd'hui... enfin nous, c'est notre cas, mais je pense que c'est comme ça pour tous les autres clubs. Aujourd'hui, les gens, ils disent « *Il faut que j'en parle à ma femme ou avec mon mari* », « *Je vais faire le tour des clubs, c'est moins cher chez Basic-Fit donc je vais faire le tour des clubs* ».

C'est vraiment les principales objections, et aujourd'hui on sait les traiter. Les gens s'inscrivent chez nous avec plaisir. Et du coup c'est simple !

**Et qu'est-ce qui vous a fait réussir ? L'entreprise a augmenté son chiffre d'affaire, est passé de 200 000€ à 315 000€. Qu'elle est aujourd'hui les clés qui vous ont fait réussir ?**

C'est qu'on a arrêté de jouer en amateur, on a commencé à jouer en professionnel. C'est-à-dire qu'il fallait absolument qu'on passe par de la formation. Au final on est trop dans la vente émotive. Alors oui, effectivement le produit est bon, mais si on n'arrive pas à le faire savoir et si on n'arrive pas à concrétiser, tu as beau à avoir le meilleur produit au monde, tu fermes ! Point barre ! Je me souviens, j'en avait parlé avec des dirigeants dans les séminaires, certains ont remboursé la formation sur le premier mois quoi ! C'est fou !

**Quelle clé pour toi, Matthieu, a créé un impact dans votre business et qu'aujourd'hui tu voudrais partager avec les clients ?**

En un seul mot, process ! En fait on avait pas de process, donc on travaillait un petit peu comme ça au feeling. Et au final, travailler au feeling résul-



tats au feeling !

**Et Antoine, toi, si tu veux partager peut-être une clé du succès, ou compléter ce que Matthieu a dit.**

Moi, ça a été bien sûr les résultats et les succès qu'on a avec Kevin, aujourd'hui ils sont directement liés aux actions qu'on met en place avec toi à travers la formation. Mais ce qui nous a permis aujourd'hui d'accéder à ça, c'est passé par le bon sens. Et j'ai envie de dire aussi en quelque sorte une forme d'humilité. Je suis un petit peu plus nuancé par rapport à ce que dit Mathieu, on avait des process, mais ils n'étaient pas poussés au maximum et on était pas assez professionnels. On avait des process, on ne parlait pas non plus de zéro. Et j'ai la chance d'avoir Matthieu qui aujourd'hui, pour

moi est un très, très bon coach et un très, très bon technicien. Moi, je me considère être quand même quelqu'un de bon dans la partie commerciale et dans la partie communication. J'avais quand même des bases plutôt intéressantes. Mais à un moment donné je me suis dit : « *On n'a pas les résultats qu'on mérite !* ». Et je me suis vraiment rendu compte simplement, en revenant, en me mettant à ma place et en faisant preuve de bon sens, de me dire « *Ben oui !* ». Parce que moi je te connaissais, je voyais ce que tu faisais, et ce que je me disais c'est : « *C'est bien ce qu'il fait, mais je pense que c'est fait pour des personnes vraiment qui n'ont aucune base, qui ne font rien dans leur club et qui ont vraiment besoin de travailler sur la communication...* ». Et ça, on le faisait déjà ! Sauf qu'à un moment donné je me

suis dit « *Visiblement il aide aussi des personnes qui ont des clubs avec un certain chiffre d'affaires, qui réussissent et qui n'ont pas de problème !* ». Donc finalement je me suis dit qu'il fallait que je me tourne vers quelqu'un qui aide des personnes qui ont les mêmes résultats que moi je veux avoir. Ça a été du bon sens pour moi. Et ce bon sens m'a amené à te rencontrer, à mettre en place les bonnes actions et à avoir des résultats !

**Matthieu, est-ce que tu veux rajouter quelque chose ?**

J'ai envie de simplement souhaiter bon courage pour la réouverture à tous les dirigeants, et puis on espère que ça va bien repartir pour tout le monde.





# LES 10 ERREURS QUE FONT 80% DES CLUBS ?

La plupart des dirigeants pensent que pour réussir dans ce secteur d'activité, il faut juste avoir un bon produit, des super coachs et de belles machines. Alors que font-ils ? Ils construisent leurs business autour de ces pôles en pensant que c'est la clé... Bien sûr que ces 3 pôles sont importants, mais est-ce que cela suffit pour réussir ?



La vie m'a montré qu'il y a beaucoup de génies dans leur domaine qui sont morts pauvres. Et les clubs de remise en forme ne font pas l'exception.





# LES 10 ERREURS



- 1** - « J'ai investi beaucoup d'argent dans les machines et les travaux, mais je n'ai pas pensé à mon budget communication. »
- 2** - « Je pensais avoir plus de prospects, car j'ai investis dans des machines et fait des travaux. »
- 3** - « J'ai embauché que des coachs, et je pensais qu'ils allaient pouvoir vendre entre 2 cours ... »
- 4** - « J'ai défini mon prix en fonction des clubs concurrents et non pas en fonction de mes charges, est-ce normal ? »
- 5** - « Je pensais que la visite de mon club allait suffir pour vendre mes abonnements, alors que je n'ai pas de process de vente. »
- 6** - « Je vends au feeling. »
- 7** - « On prépare nos cours avec beaucoup d'attention, mais on improvise nos ventes. »
- 8** - « Je pensais que avoir des likes allait me suffir à vendre des abonnements. »
- 9** - « Je n'ai pas de plan de communication pour attirer des prospects, j'improvise au dernier moment.»
- 10** - « Je ne mesure pas le nombre de prospects qui passent dans mon club chaque mois et donc je ne sais pas ce qui marche vraiment en terme de prospection ...»



# TIMOTÉ ET PIERRE

OWNERS DE LA BOX SAMAROBRYVA

Accédez à l'intégralité de la vidéo de témoignage de Timoté et Pierre en scannant le QR CODE

Ou en cliquant sur le lien suivant :

<https://bit.ly/3DbHmNm>



Timoté et Pierre, pouvez-vous vous présenter en deux petites minutes tous les deux ?

- Je suis Timoté Guillouet, co-gérant avec Pierre de la box Samarobriva, située à Saleux à deux minutes d'Amiens, et j'ai 28 ans.

- Moi c'est Pierre Dubois, je suis co-gérant et coach de Samarobriva, donc à Amiens. Ça va faire 4 ans qu'on est ouvert, 4 ans qu'on a créé cette salle. Et sinon, ça fait réellement 7 ans qu'on est coach et qu'on pratique ce métier-là. Mais sinon 4 ans que cette salle-là existe.

Qu'est-ce qui vous a fait réussir 2020 ?

- Pour commencer, moi je di-

rais, réussir à garder la tête froide, réussir à rester concentré en ayant des stratégies qui ont été efficaces, et puis en redoublant d'efforts et en travaillant plus dur pour réussir à maintenir le cap, garder le bateau hors de l'eau on va dire.

- Je dirais surtout qu'on s'est remis en question suite au premier confinement. Déjà on n'avait pas... on a

changé nos croyances, on ne se voyait pas vendre déjà au premier confinement, on ne se voyait pas proposer des abonnements, pour nous c'était impossible ! On n'y pensait même

pas. Et aujourd'hui on a décidé aussi de proposer un maximum d'aide pour nos adhérents, nos membres, et de continuer à aider du monde, c'est vraiment notre démarche, c'est vraiment

**“ Depuis qu'on a commencé avec toi, on est sur un cap de +30% par an. On a une progression au niveau chiffre, mais on a aussi une progression au niveau procédure et structuration. ”**

notre positionnement, de nous dire que l'on doit continuer à aider des gens. Et si on existe, si on est toujours présent, c'est pour continuer de les aider du mieux qu'on peut. Donc c'est

vrai qu'on s'est dit, on peut continuer à vendre ! Et on a vu que ça marchait même en ce moment !

- On a continué à maintenir le produit, puisqu'au tout début nous, on se demandait si on pourrait véritablement coacher en vidéo, et très rapidement en changeant notre produit et en mettant les vidéos en place, avec un pro-

cess qui a été créé aussi pour le coaching à distance avec la plateforme Zoom, et bien on a rapidement vu que nos adhérents avaient beaucoup de résultats. Bien sûr, ça a pris du temps à mettre en place, le fait de remettre une prospection digitale pour essayer de reconquérir des nouveaux membres durant cette période-là etc.. On n'était pas

du tout prêt à ça. Mais une fois mis en place, on a réussi à récupérer pas mal de nouveaux adhérents et ils nous ont fait confiance une fois qu'ils ont vu qu'on apportait des résultats.







### Vous pouvez nous parler de vos résultats ?

- Depuis qu'on a commencé avec toi, on est sur un cap de +30% par an, et on continue de maintenir ce cap. C'est toujours les objectifs qu'on a pour 2021, et on réfléchit même pour 2022. Normalement on devrait rester sur cette croissance-là.
- On a une progression au niveau chiffre, mais aussi une progression procédure et structuration. C'est-à-dire qu'aujourd'hui on peut aligner tout le monde sur ce qu'on veut, sur ce qu'on souhaite, sur la manière dont le travail doit être fait etc... Et ça, vraiment c'est génial parce que ça permet d'avancer plus vite.
- On va dire c'est aussi notre style de vie aussi qui a changé depuis la formation. On travaille différemment, on est moins en quantité, et plus en qualité.

### Quel est l'état d'esprit qu'il faut avoir Pierre ?

- Il faut être prêt à tout don-

ner, à donner un maximum de temps et d'investissement, d'implication. Parce qu'on sait que là, nos membres étaient en manque pendant un certain moment, on ne les a pas vus et on a aussi tous les nouveaux qui nous ont rejoint depuis. Maintenant, il faut faire le maximum pour les satisfaire.

- Recréer une cohésion aussi avec toute cette nouvelle base de données de membres. Mais vraiment être dans l'aide et dans la contribution un maximum envers nos membres. Si on est dans cet état d'esprit-là, on avancera correctement et puis il y a aussi les procédures qu'on met en place etc...

- Rassurer les gens je pense aussi par rapport au fait de se re-réunir. Montrer qu'on est capable effectivement de proposer un espace suffisant pour les distanciations sociales etc...

### Que voulez-vous dire pour conclure ?

- Tu nous avais demandé ce que l'on dirait à "Timoté et

Pierre" d'avant le début de la formation, c'est déjà de ne pas hésiter à se lancer. Ça peut faire peur au début au vu de l'investissement. Je pense qu'on ne regrette pas du tout, parce qu'on a décuplé le retour sur investissement, clairement ! Et après, c'est de passer vite à l'action, c'est-à-dire que quand tu nous donnes quelque chose, il ne faut pas attendre, il faut essayer de le mettre le plus rapidement, de l'implémenter même si ce n'est pas parfait, après on aura pas à revenir dessus, sauf pour l'améliorer.

### Et toi Pierre, tu voulais rajouter un truc ?

Le changement ça peut faire peur, mais quand c'est positif je pense que ça ne devrait pas. Pour terminer, je souhaite une très bonne réouverture à tous ! Donnez le maximum, nous on a hâte de retrouver tous nos adhérents pour pouvoir les aider, les coacher, et puis passer des bons moments avec eux. Que tout retourne à la normale.





# L'ACCOMPAGNEMENT DE KEVIN NAIKEN

## 1. Construire une véritable stratégie de prospection permanente :

Je vous accompagne à construire votre plan de prospection afin d'attirer des prospects qualifiés tout au long de l'année. Comme vous le savez, une entreprise qui n'a pas de prospects est une entreprise fragile. Nous allons vous accompagner à :

- Générer des prospects qualifiés tout au long de l'année
- Maîtriser et gérer ses réseaux sociaux
- Faire des publicités Facebook efficaces
- Définir la bonne audience
- Créer des offres attirantes
- Avoir le bon message dans vos publicités
- Construire vos offres parrainage
- Savoir relancer vos anciens clients

## 2. Avoir un système de Vente Ultra-performant :

Nous aidons nos clients à comprendre les véritables principes de la vente. Mieux communiquer avec ses prospects afin qu'ils deviennent clients. Vendre, c'est avant tout aider votre prospect à atteindre son objectif. Alors si vous voulez aider un maximum de personnes vous allez devoir maîtriser l'art de la présentation de vos services.

Apprenez à :

- Créer une relation de confiance avec votre futur client
- Connaître les différentes étapes par lesquelles vous devez passer pour que votre prospect devienne client.
- Anticiper et traiter les peurs et les objections de vos prospects
- Vendre au bon prix
- Savoir parler d'argent et conclure une vente simplement

## 3. Créer un business Rentable :

Un business rentable est avant tout un business qui apporte des résultats à ses clients et génère de la trésorerie.

Comprendre et appliquer les règles d'un business rentable :

- Optimiser ses services et de ses charges
- Arrêter d'avoir trop de produits et services pour un prix peu cher
- Construire et/ou optimiser une grille tarifaire qui génère de la trésorerie et qui correspond à son club et à ses clients
- Appliquer et maîtriser ses ratios de gestion

---

**Contactez moi :**

Par téléphone au **0622448112** ou par email à **kevinnaiken@gmail.com**

**www.kevinnaiken.com**



Si vous souhaitez en savoir plus et échanger avec moi, je vous invite à scanner le QR CODE ci-dessous afin de fixer un rendez-vous



ou directement sur:

[www.kevinnaiken.com](http://www.kevinnaiken.com)

**CONTACTEZ MOI :**

**TEL : 0622448112**

**EMAIL : [kevinnaiken@gmail.com](mailto:kevinnaiken@gmail.com)**

**[www.kevinnaiken.com](http://www.kevinnaiken.com)**



MON PROCHAIN  
SÉMINAIRE

ÉLITE

27 - 28 ET 29 AOÛT 2021