

健身房经营方案 健身房策划方案(优质5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

健身房经营方案 健身房策划方案篇一

健身房的拉新引流是健身房经营的重中之重，想经营好一个健身房免不了使用这些营销的手段，今天就来盘点5个常用的健身房营销手段！

可以说是最老，最常见的健身房营销手段了。制作一些传单，让学生们到处散发，宣传我们的健身房，吸引客户的眼球。

宣传地点：很多人觉得人流密集地方是最好的选择，其实不然，这些地方行人来去匆匆，根本无法交谈。需要选择靠近娱乐中心和商务中心的地方，寻找18-45岁人群。

发单的人：对发单的人的选择也比较重要，发单的人是会直接和健身房的形象联系起来的，所以发单的人要注意形象气质，穿着打扮，不能随意，有服务意识，看准目标客户需求，是健身、瑜伽、搏击操还是针对部位瘦身。

聊天内容：聊的内容一是宣传品牌，连锁性，提高可信度；二是结合传单的内容，如健身设施详情和体验项目介绍，价格等信息，配合，索要姓名和电话，约定时间沟通或者到店时间，后期转化客户。

线上的健身房营销渠道，诸如微信朋友圈广告，各类信息流广告等，可以将覆盖人群定位为附近2公里内的商圈。需要注意的是这个有一定的风险，投入后不一定有转化，而且非常的昂贵，一般一个渠道开户都要1000。以上是付费的。

互联网的免费健身房营销渠道有很多，各类论坛，以及一些新闻源，问答的社区，贴吧、blog等等，这个虽然免费，但是费事，需要很长时间，主要是在建立品牌上应用较多。

线下的`渠道就很简单了，张贴海报，横幅，立式的海报展架等，这些都需要健身房自己去制作设计。线下付费的健身房营销手段也有，比如说商圈大屏幕投屏，大幅的海报，公交站台海报等，比较昂贵，效果很难度量，不过对品牌曝光很好！

我们可以就健身房的一些器材拿出来展示，配合一些经常健身的人，打上健身房的品牌，可以很好的激发有需求的人。可以把这个设计成健身房的情景剧，可以很好的激发健身的欲望，让人进入健身的气氛。需要注意的是对参与“演出”的人的选择，需要选择身材形象好的，更加吸睛，对健身房的形象也是正面向上的。

通过以上的3种方式发布免费的健身体验的消息，吸引人来健身房，为会籍顾问创造销售机会。来的人一般是意向较高的，也有较大的健身需求，相对而言成交的机会会比较大！

简单来说就是设置优惠政策，如以低于市价的方式，去吸引客户，主要是用于拉新，培养用户的习惯。结合邀请有奖的方式可以让客带客，进一步增加拉新的效果。

需要注意的是，价格不可以随便定，这个也不能长期的使用，否则容易让用户养成习惯，以为你本来的价格就是这个，也会让高于这个价格的成交的老会员心里不平衡，对俱乐部产生负面的评价。同时长时间使用，容易造成健身房之间的恶

性竞争，形成价格战，得不偿失。

健身房经营方案 健身房策划方案篇二

(二) 推广宣传选择合适的宣传媒体

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。

(三) 组织会员参观俱乐部

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

2、预约

问候，定下基调，注意电话谈话技巧。

3、引导参观

(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最佳的运动时间，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。

(四) 预售管理

- 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。

健身房经营方案 健身房策划方案篇三

大家好！

“绿树鲜花迎宾朋、盛装笑颜赛展风采”，在这喜迎建党节

到来之际，我们这里隆重举行“xx社区首届全民运动会”，这是我们社区全体居民的一件大事，也是我们社区贯彻落实上级精神，创建省级体育先进社区的要求，更是我们构建“亲民、为民、利民”的全民健身服务的体现。在此，请允许我代表xx社区党支部□xx社区居委会，向出席这次开幕式的各位领导、来宾表示热烈的欢迎！向大会全体运动员、裁判员和工作人员表示诚挚的问候！向指导和帮助我们社区筹备本届运动会的体育局、街道领导表示由衷的感谢！

体育是文化交流的枢纽，是提高居民体质的需要、是实现“中国梦”的必然要求。通过这次运动会的举办，我们期望在推进居民文化体育交流的同时，唱响“全民健身、共创和谐”的主题，为此，我在这里提三个希望。

一是我衷心希望全社区有更多的同志、居民参与到本次全民运动会中来，同时也请大家自觉听从指挥，服从裁判，发扬体育精神、赛出风格、赛出水平、赛出友谊。

二是我衷心希望我们的裁判员、工作人员努力为运动员创造一个公平、公正、公开的竞赛环境，为他们赛出好成绩提供保障。

三是我衷心希望社区居民能以这次全民运动会新的起点，掀起新一轮全民健身热潮。

最后，预祝本次全民运动会取得圆满成功！谢谢大家！

健身房经营方案 健身房策划方案篇四

健身房的拉新引流是健身房经营的重中之重，想经营好一个健身房免不了使用这些营销的手段，今天就来盘点5个常用的健身房营销手段！

可以说是最老，最常见的健身房营销手段了。制作一些传单，

让学生们到处散发，宣传我们的健身房，吸引客户的眼球。

宣传地点：很多人觉得人流密集地方是最好的选择，其实不然，这些地方行人来去匆匆，根本无法交谈。需要选择选择靠近娱乐中心和商务中心的地方，寻找18-45岁人群。

发单的人：对发单的人的选择也比较重要，发单的人是会直接和健身房的形象联系起来的，所以发单的人要注意形象气质，穿着打扮，不能随意，有服务意识，看准目标客户需求，是健身、瑜伽、搏击操还是针对部位瘦身。

聊天内容：聊的内容一是宣传品牌，连锁性，提高可信度；二是结合传单的内容，如健身设施详情和体验项目介绍，价格等信息，配合，索要姓名和电话，约定时间沟通或者到店时间，后期转化客户。

线上的健身房营销渠道，诸如微信朋友圈广告，各类信息流广告等，可以将覆盖人群定位为附近2公里内的商圈。需要注意的是这个有一定的风险，投入后不一定有转化，而且非常的昂贵，一般一个渠道开户都要1000。以上是付费的。

互联网的免费健身房营销渠道有很多，各类论坛，以及一些新闻源，问答的社区，贴吧□blog等等，这个虽然免费，但是费事，需要很长时间，主要是在建立品牌上应用较多。

线下的渠道就很简单了，张贴海报，横幅，立式的海报展架等，这些都需要健身房自己去制作设计。线下付费的健身房营销手段也有，比如说商圈大屏幕投屏，大幅的海报，公交站台海报等，比较昂贵，效果很难度量，不过对品牌曝光很好！

我们可以就健身房的一些器材拿出来展示，配合一些经常健身的人，打上健身房的品牌，可以很好的`激发有需求的人。可以把这个设计成健身房的情景剧，可以很好的激发健身的

欲望，让人进入健身的气氛。需要注意的是对参与“演出”的人的选择，需要选择身材形象好的，更加吸睛，对健身房的形象也是正面向上的。

通过以上的3种方式发布免费的健身体验的消息，吸引人来健身房，为会籍顾问创造销售机会。来的人一般是意向较高的，也有较大的健身需求，相对而言成交的机会会比较大！

简单来说就是设置优惠政策，如以低于市价的方式，去吸引客户，主要是用于拉新，培养用户的习惯。结合邀请有奖的方式可以让客带客，进一步增加拉新的效果。

需要注意的是，价格不可以随便定，这个也不能长期的使用，否则容易让用户养成习惯，以为你本来的价格就是这个，也会让高于这个价格的成交的老会员心里不平衡，对俱乐部产生负面的评价。同时长时间使用，容易造成健身房之间的恶性竞争，形成价格战，得不偿失。

健身房经营方案 健身房策划方案篇五

一、活动时间

2014年10月28日 晚19:30分

二、目标人群

所有本俱乐部会员及其家人、朋友、同事均可参加此次动岚健身俱乐部盛大开业联欢晚会活动。

三、活动前言 主持：首先请允许我代表动岚健身的全体工作人员对今天到来的各位来宾朋友们表示热烈的欢迎并致以由衷的谢意。主持：从动岚健身健身俱乐部筹备、营业到至今，经过了整整3个月的漫长时间，其中感谢所有本俱乐部广大会员朋友的信任、支持与厚爱。同时也希望得到所有会员和非

会员朋友们在往后的日子里更大的支持。主持：为答谢广大的忠实会员朋友，此次开业联欢晚会活动的开展将会为大家带来更精彩、更丰富的节目及礼品。

主持：愿您在这里度过一个快乐、难忘、充满活力的夜晚。

四、活动礼品

本次活动奖品由：

一等奖：1名

由中卫动岚健身俱乐部提供的 商务卡一张，价值2299元；

二等奖：2名

由中卫动岚健身俱乐部提供的 年卡1张，价值1188元；

三等奖：3名

由中卫动岚健身俱乐部提供的 月卡1张，价值420元；

幸运奖：9名

动岚健身提供的200元周卡1张

（当晚办理任一卡种，均可参加现场抽奖，100%中奖，所抽所得：运动背包、健身单次券、电饭煲、电水壶、周卡、单次卡等）

五、活动内容

1、动感单车-疯狂骑士

表演者：刘明、李通、于佳、看 点：英文名称为spinning□

是一种结合了音乐、视觉效果、真实临场等独特的、充满活力的室内自行车训练课程。

作用：动感单车克服了室外骑行的一切缺点后，在原有技术上进行了改进，使得这项运动成为一项能够使全身得到锻炼的有氧运动，不但能够增强你的心肺功能，同时还达到减脂塑形的作用。

2、舞韵瑜伽 表演者：吴柄熏 看点：舞韵瑜伽是在金珠现代瑜伽体系-曼妙瑜伽的基础上，将更多的瑜伽体式 and 舞蹈元素进行了揉和。同时配合专业音乐疗法，功能与技能相结合后创编而成。

作

用：在舞韵瑜伽练习的过程中，可以使人们深切的感到生命的鲜活与灵动，更能在保证健康平衡的基础上，提升气质、塑造形体、陶冶情操。

（注：第一次抽奖。抽取幸运奖并发放。）

3、抢凳子（会员互动环节）

规则：用5张椅子摆成一圈，然后放音乐，6个参加者随着音乐围着椅子转，音乐停，参加者坐下。没抢到椅子的出局。放音乐，剩下的参加者继续抢，直到谁能抢到最后一张椅子为胜。

（进行两轮）

奖品：

1、最后抢到椅子者获得：价值200元周卡一张（共2张）

2、参与者获得：动岚健身俱乐部价值50元单次卡一张（共16

张)

4、战斗有氧

表演者：刘明、孟一桦

看 点：搏击操最早是由欧洲的搏击选手与职业健身操运动员推出的，其具体形式都是将武术、拳击、空手道、跆拳道，甚至一些舞蹈动作混合在一起，并配合强劲的音乐，成为风格独特的有氧健身操。作 用：可以消耗大量的热量的同时，起到减脂塑形的效果，还具备防身的作用。

（注：第二次抽奖。抽取三等奖并发放。）

5、肚皮舞

表演者：杨娜、李静、邓娟

看 点：是一种带有阿拉伯风情的舞蹈形式，起源于中东地区，至今已遍布世界各地，成为一种较为知名的国际性舞蹈。

作 用：能够有效减少腰腹部多余脂肪的同时，舞姿优雅大方。

7、尊巴

表演者：冯娇、孟一桦、于佳

看 点：它融合了桑巴、恰恰、萨尔萨、雷鬼、弗拉门戈和探戈等多种南美舞蹈形式。以其热辣性感、激情洋溢的风格风靡全球。

作 用：适合塑形、减脂，增强协调性、韵律感，健身过程充满乐趣。

8、正说反做 要求：参加人数由主持人定

主持人挑参与者（一定要有男有女）游戏规则：

主持人说一些动作，参加者必须做的相反的动作

奖品：第一名获得周卡一张、参与者或者单次卡一张。

（注：第四次抽奖。抽取一等奖并发放。）

9、踏板有氧

表演者：冯娇、孟一桦、于佳

看 点：在踏板上随着动感音乐（每分钟120拍左右）有节奏地上下舞动，进行健美操的动作和步伐。由于大部分动作是在踏板上完成，所以能更有效地增强心肺功能及协调性。

作

用：主要针对的部位是下肢和臀部，提臀美腿，改善女性肌肉线条的功效。

（注：第三次抽奖。抽取二等奖并发放。）

10、纱巾舞

表演者：孙玉洁

看 点：纱巾舞也是肚皮舞的一种，利用纱巾为道具，动作非常柔软，充分展现舞者曼妙的舞姿的同时，尽显埃及的舞蹈风格。

作 用：能够有效训练人的协调能力，身体的柔软性，减少腰腹部多余的赘肉，提升气质。

11、谢幕词

主持：真诚的感谢今晚所有到场的贵宾朋友们和一直支持动岚健身的会员们。主持：谢谢你们的热心和支持，为我们的晚会圆满举办增添了色彩。主持：今天的晚会到此结束，祝各位身体健康，合家幸福，工作顺利。女主持：晚安，朋友们。

动岚健身健身俱乐部