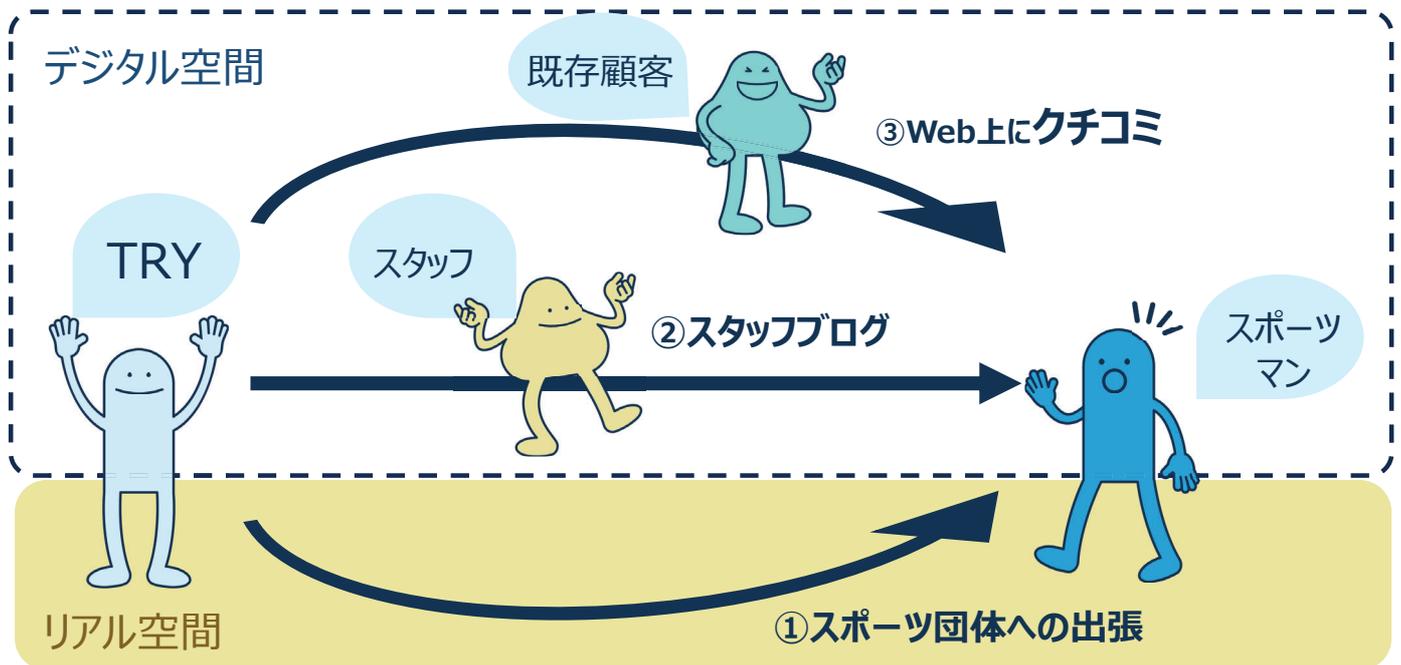


スポーツマンへ届けるTRYの魅力



現在のTRY(インタビューから)

天文館近くに住む高齢者の顧客に
愛されているジム

現在のTRY(インタビューから)

ニーズ

健康維持・強化

機能回復

仲間との交流

ウォーミングアップ・コンディショニング

ターゲット

体に不調のある高齢者

(60代以上 : 65%)

コンディションを整えたいアスリート

TRYのマーケティング戦略

サービス	<ul style="list-style-type: none">・トレーニングマシーンの利用・スタッフによるトレーニング指導
価格	<ul style="list-style-type: none">・レギュラープラン : 年間44,000円または33,000円・回数券 (10回分) : 16,500円 (1,650円/1回) など
立地	TRY店舗 (ブラザービル6階 : 天文館のいづろ通電停から徒歩1分)
コミュニケーション	<ul style="list-style-type: none">・クチコミ (顧客間のクチづて)・公式HP・SNS

3か国の特許を取得した
質の高い
トレーニングマシン

怪我の予防・改善・強化
ができるトレーニング

TRYの提供価値

顧客を心身のストレスから解放させ、
日々の幸せを醸成する場所

TRYの最終的なありたい姿

**天文館の人々全員を
TRYで元気にしたい！**

初めから全ての人を
ターゲットにすることは難しい

今回目指すありたい姿

あと少しでもタイムを縮めたい、この目標が達成できそうでできない、
そんなスポーツマンの願いを叶えるジム

あと少しのゴールに、TRYを



県外のスポーツマンに利用されている



例)侍ジャパン社会人チーム、
慶應野球部など

スポーツマンにとってTRYは十分に価値があるといえるが、
現状として地元のスポーツマンの利用者数は少ない。

ありたい姿

あと少しのゴールに、
TRYを

TRYを必要とする人に
TRYの価値が届いていない

ギャップ

現状

天文館近くに住む高齢者の顧客に
愛されているジム

問題点

ターゲット(=県内のスポーツマン)との
コミュニケーションがうまく取れていない

TRYはこんなところです！



TRY？どんなジム？



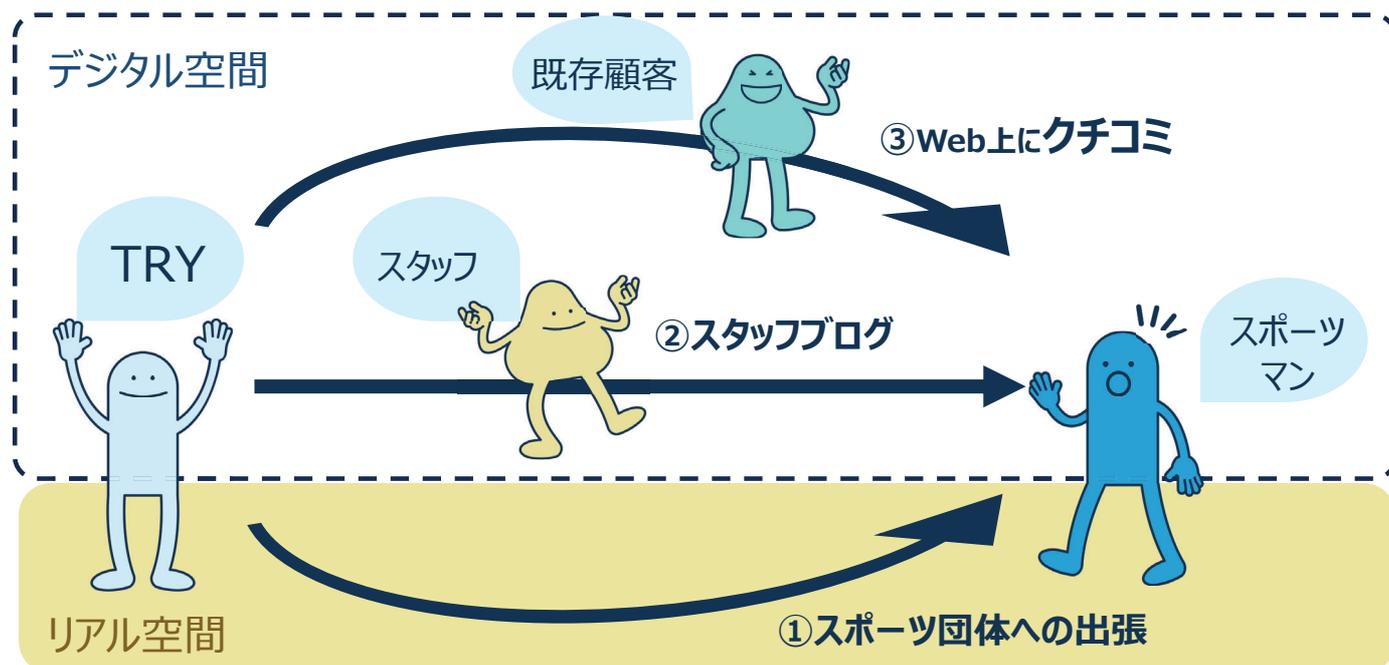
根本原因

ターゲット(=県内のスポーツマン)との
タッチポイントが整備されていない

顧客との接点



スポーツマンへ届けるTRYの魅力



プランにおけるターゲット

ニーズ

健康維持・強化

機能回復

仲間との交流

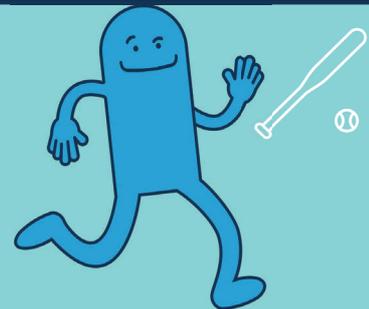
ウォーミングアップ・コンディション

ターゲット

スポーツマン

→・運動部に所属する学生

・地域でスポーツを行なっている人



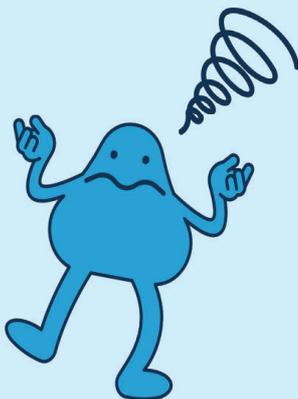
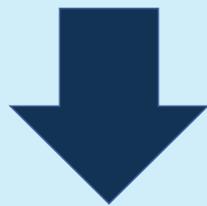
ターゲットに届けたい価値

顧客が自分自身の力で
心身のストレスから解放できる場所

マーケティング戦略

サービス	<ul style="list-style-type: none">・トレーニングマシンの利用・スタッフによるトレーニング指導
価格	<ul style="list-style-type: none">・レギュラープラン：年間44,000円または33,000円・回数券（10回分）：16,500円（1,650円／1回） など
立地	TRY店舗 (ブラザービル6階：天文館のいづろ通電停から徒歩1分)
コミュニケーション	<ul style="list-style-type: none">・スポーツ大会やスポーツクラブへの出張・公式HPのスタッフブログ・クチコミ（googleレビュー）

存在をあまり知られておらず、場所も分かりにくい
(ビルの立地=◎ ビルの6階=△)



待っているだけでは、
スポーツマンに
TRYを見つけてもらえない

①スポーツクラブへの出張

誰に

スポーツを している人

- ・地域のスポーツクラブ・
スポーツ団体
- ・中学～大学の運動部

何を

コンディショニングや
TRYの
認知の機会

どのように

器具を持っていき、
体験をしてもらう
(1人あたり4-5分)



津田 幸輝

鹿児島大学水泳部
水泳歴15年

大学生になり筋トレの回数
を増やしている。
そのためジムと聞くと、
**筋力アップのイメージが
強い**

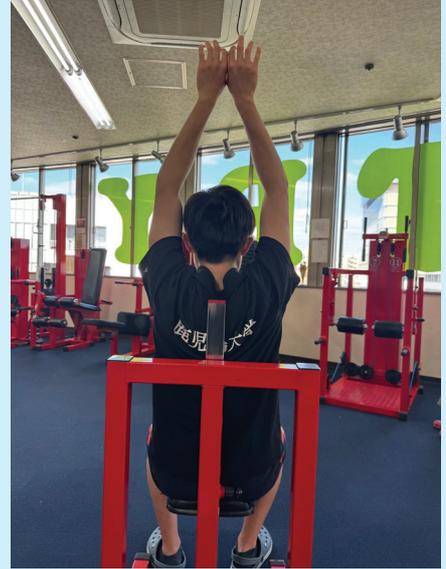
鹿大水泳部屈指の肩カタ
スイマー
柔軟性がないのが悩み



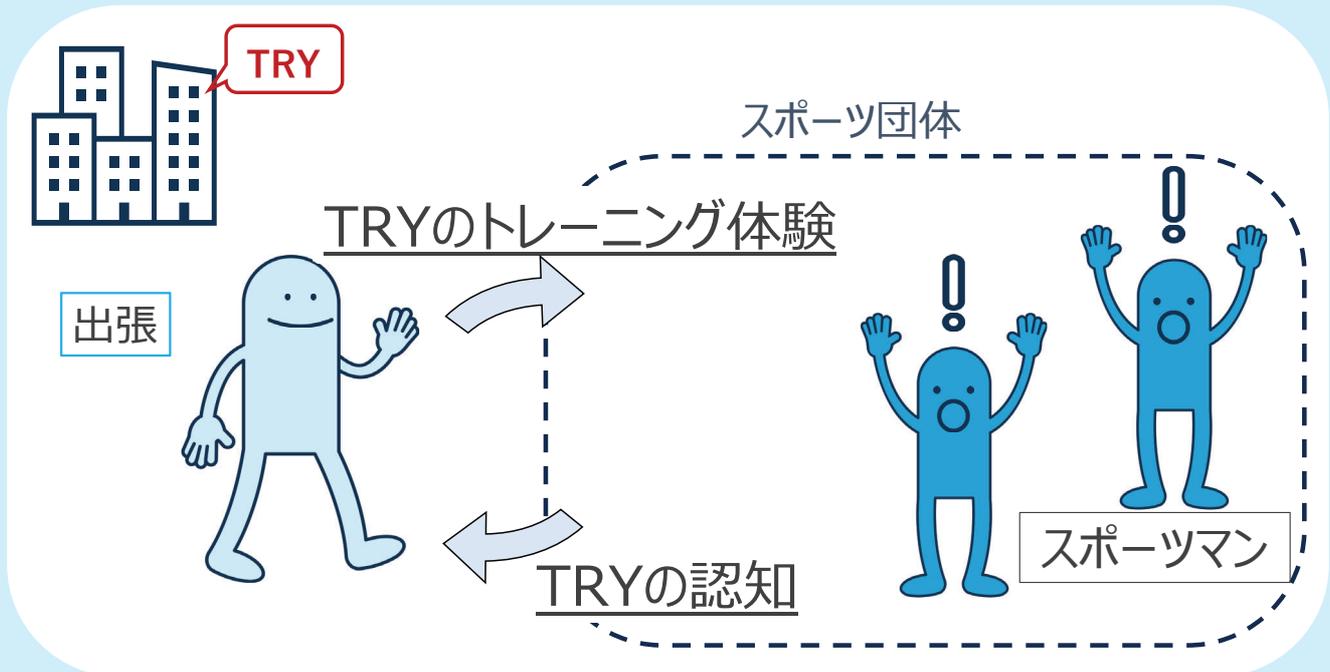
Before



After



①スポーツ団体への出張



②スタッフブログの運営

誰に

・スポーツマン
・TRYのことを
気になっている人

何を

スタッフの体験や
TRYの**情報**を

どのように

第三者的 (初めての)
視点からwebを
通じて伝える
⇒スタッフブログ

なぜスタッフブログなのか

公式HPから得られる情報が少ない



スポーツマンが「今」のTRYについて知ることができない



定期的に情報を発信する手段が必要



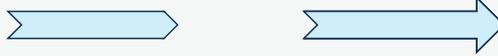
スタッフブログの開設・更新

なぜ第3者的 (初めての) 視点なのか



TRY(永田さん)
既存顧客

TRYの価値を十分に理解しているが



TRYを初めて体験した時の
驚きや感覚を伝えることは難しい



スポーツマン



第3者視点を
持つスタッフ

初めての感覚や驚きを
改めて伝えることができる

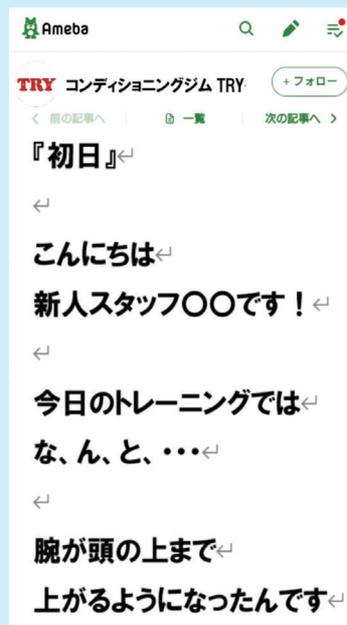
スタッフブログ

コンディショニングジムTRY 公式HP



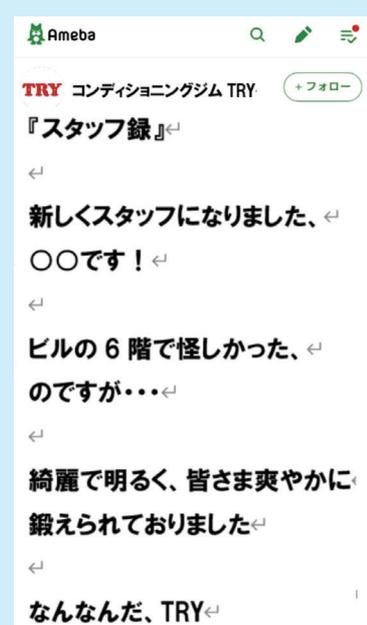
Click !

〈トレーニング録〉



成長過程が分かる

〈スタッフからみたTRY〉

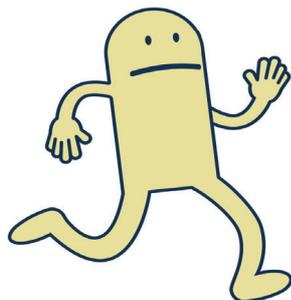


TRYそのものが分かる

②スタッフブログの運営

TRYのスタッフ

第3者的視点



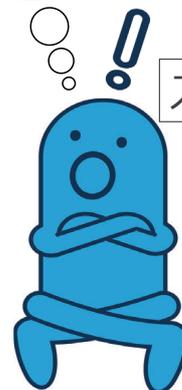
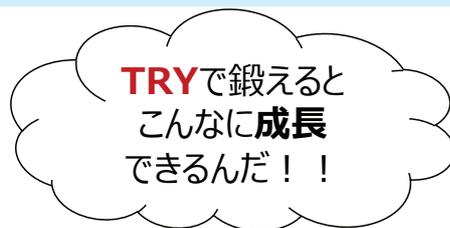
ブログによる情報発信



調査



TRYで鍛えると
こんなに成長
できるんだ！！



スポーツマン

現在のTRY

新規顧客の増加
⇒多くが既存顧客の
クチづてによる
クチコミ
⇒△伝達が遅い

現代のデジタルマーケティングにおいて

SNSなどの公式の情報より、
知り合いの話や顧客のクチコミを
参考にする。

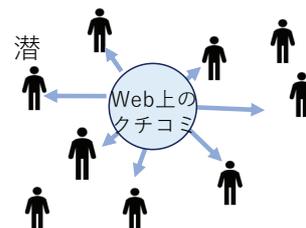


現在のgoogleレビュー件数：7件
(最終更新：2年前)

クチコミが消費者行動に与える
影響の大きさを活用するために…

Googleレビュー書き込みの促進

口コミの輪・広める場を広げることで、
より伝達しやすく。



③クチコミの書き込み依頼

誰に

- ・スポーツマン
- ・TRYを知り、
気になっている人

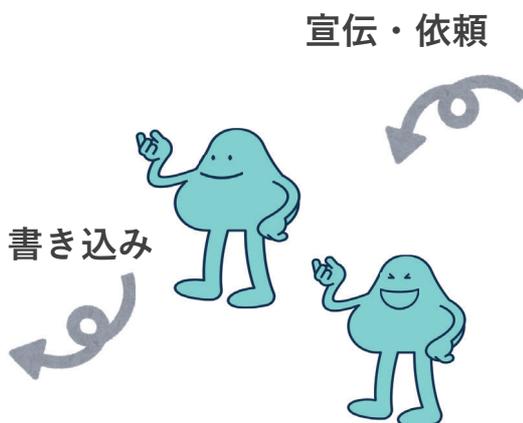
何を

TRYの情報
(顧客目線の情報)

どのように

web上の
クチコミサイト
(googleレビュー)

③クチコミの書き込み依頼

A poster for TRY Google Reviews. At the top, it says 'コンディショニングジム TRY'. A speech bubble says 'クチコミ募集中!' (Recruiting reviews!). Below, it says '皆さまのTRYに対する率直な感想・ご意見をお聞かせください。' (Please share your honest feelings and opinions about TRY). There is a QR code and the text 'googleレビュー'. At the bottom, it says 'みなさまの口コミがTRYの力になります。' (Your reviews will be the strength of TRY).

手順

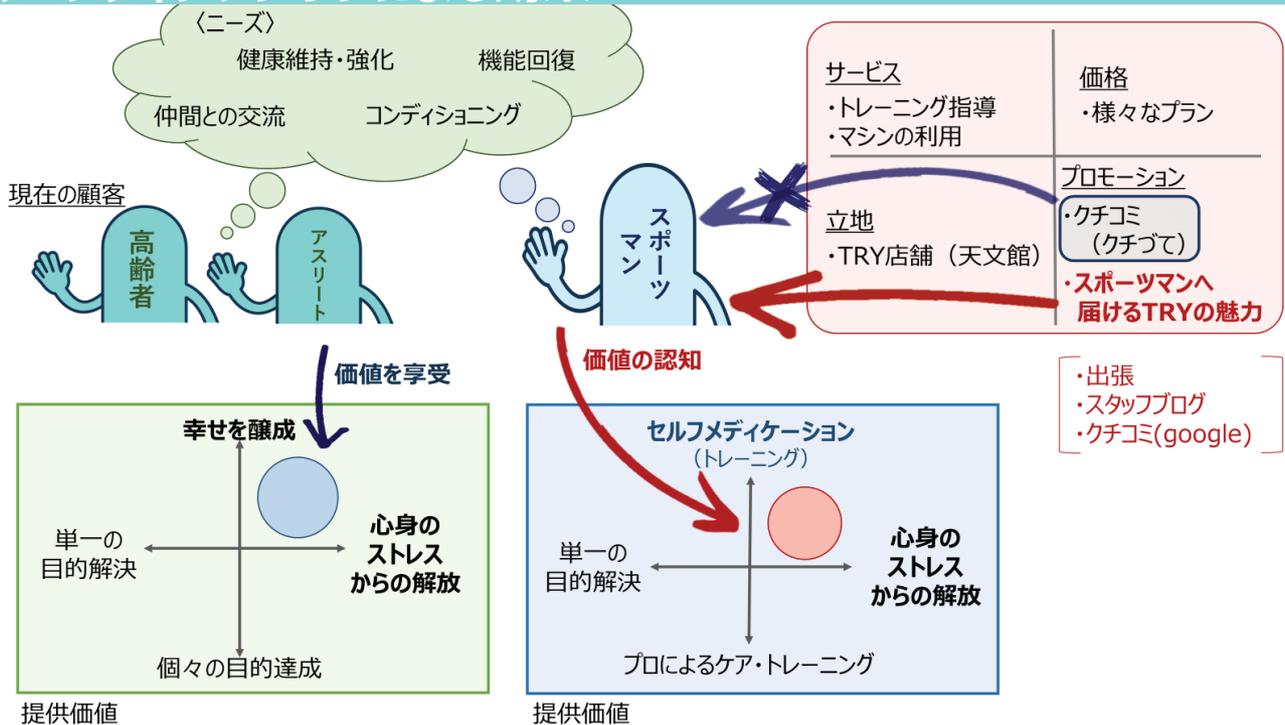
1. QRコードを読み取り、ページを開きます。
2. 「口コミを書く」を選択し、感想・ご意見を自由に記入ください。
3. 「投稿する」を選択すると、口コミが投稿されます。

- ・ジム内のポスター
- ・QRコード付きカードの配布

③クチコミの書き込み依頼



マーケティングプランによる効果

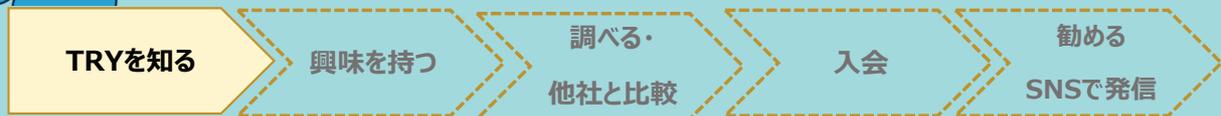


マーケティングプランによる効果

これまでのスポーツマンの行動



TRY?
なにそれ?



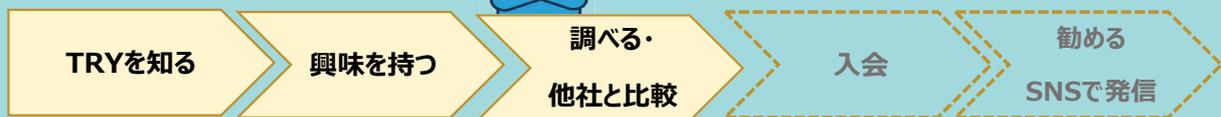
→そもそもTRYが**認知**されてきていなかった

TRYってジムがあるんだ～

どんなところかな?



コンディショニングジム?
よく分からないなあ



→TRYの**価値**が伝わってなかった

マーケティングプランによる効果

①スポーツクラブへの出張

TRYってジムがあるんだ～!

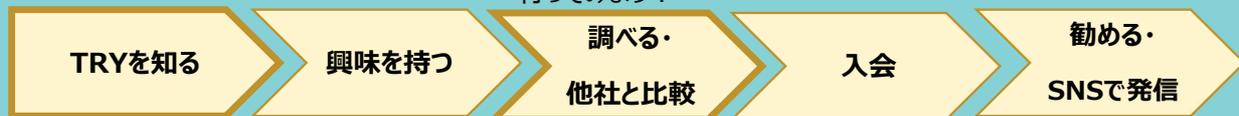
実際のジムはどんな感じだろう?

評判もジムの様子もいいね!
行ってみよう!

TRYでタイム上げるぞ～!

スランプ中のあの子にも教えなきゃ!

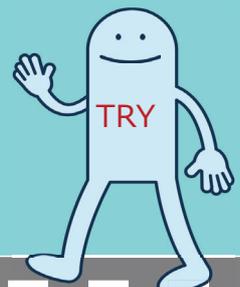
②スタッフブログ
③クチコミ



タッチポイントの充実によって、
TRYへ行くまでのハードルを下げる。

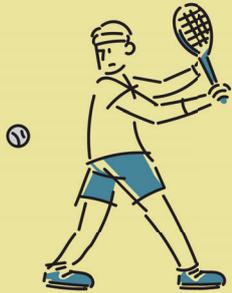


TRYを必要とするスポーツマンがTRYの顧客に!



あと少しで目標のタイム・成績に近づけそう。

頑張って目標に近づきたい。



「あと少しのゴールに、TRYを」

TRYは、日常の動作を改善し、強化するトレーニングで、
スポーツを行う方々の“あと一歩”を一押しするお手伝いをします。

