FITLEADS

GUIDE GRATUIT · SALLES DE SPORT

CONVERTISSEZ VOS PROSPECTS EN MEMBRES.

De la pub Meta Ads à l'inscription : la méthode en **6 modules** pour faire passer vos séances d'essai de **moins de 30 % à plus de 70 %** de conversion.






+89 salles de sport accompagnées depuis 2024

★★★★★ 5/5 sur Google

AVANT DE COMMENCER

VOS PUBS RAMÈNENT DES LEADS. COMBIEN DEVIENNENT DES MEMBRES ?

POUR QUI ?

- Gérants et patrons de salles de sport
- Responsables commerciaux fitness
- Managers qui gèrent les inscriptions

L'OBJECTIF

Passer de moins de 30 % à plus de 70 % de conversion sur vos séances d'essai, en maîtrisant chaque étape du parcours prospect.

AU PROGRAMME

MODULE 01	Le premier appel : transformer un lead Meta en rendez-vous
MODULE 02	Les rappels avant la séance : créer l'engagement
L'OUTIL	Automatiser tout le parcours avec GoHighLevel
MODULE 03	L'accueil le jour J : préparer le terrain
MODULE 04	Pendant la séance : vendre sans vendre
MODULE 05	Le closing : transformer l'essai en inscription
MODULE 06	Le suivi post-séance : récupérer les indécis
BONUS	Autodiagnostic, calcul de votre manque à gagner et checklist

COMMENT UTILISER CE GUIDE

Lisez-le une fois en entier, puis remplissez l'**autodiagnostic** à la fin. En 5 minutes, vous saurez à quelle étape votre salle perd le plus de membres, et combien ça vous coûte chaque mois.

NJ

Nassim Jedai, fondateur de Fitleads
Spécialiste de l'acquisition client pour les salles de sport, avec une expérience terrain chez Basic-Fit.
Ce guide reprend la méthode que nous installons chez nos salles partenaires.

MODULE 01

LE PREMIER APPEL : TRANSFORMER UN LEAD META EN RENDEZ-VOUS

Un prospect vient de remplir le formulaire de votre pub Meta Ads. À cet instant, sa motivation est au maximum. Votre objectif : l'appeler dans les 5 minutes.

LA RÈGLE D'OR

APPELER DANS LES 5 MINUTES

Selon l'étude *Lead Response Management* (MIT / InsideSales), un lead contacté dans les 5 minutes a **21 fois plus de chances** d'être qualifié qu'un lead contacté au bout de 30 minutes. Mettez en place une alerte immédiate sur votre téléphone pour chaque nouveau formulaire.

1.1 CE QUI SE PASSE DANS LA TÊTE DU PROSPECT

Quand quelqu'un remplit un formulaire Meta, il est dans un état émotionnel bien particulier :

- Il vient de voir votre pub au bon moment (soirée, pause de midi, week-end)
- Il a une douleur active : prise de poids, manque d'énergie, rentrée...
- Il n'a pas encore réfléchi aux objections (prix, timing, engagement)
- Il voit peut-être déjà 2 ou 3 pubs concurrentes dans son fil

Plus vous attendez, plus les doutes s'installent et plus la motivation retombe. Votre appel rapide est votre premier avantage concurrentiel.

1.2 SE PRÉPARER AVANT DE DÉCROCHER

Avant de rappeler, prenez 30 secondes pour :

- Consulter les réponses du formulaire (prénom, objectif, disponibilités)
- Personnaliser votre approche selon l'objectif indiqué
- Être dans un endroit calme, la voix souriante et assurée
- Avoir votre agenda ouvert devant vous

1.3 LE SCRIPT DU PREMIER APPEL

OUVERTURE · LES 10 PREMIÈRES SECONDES

« *Bonjour [Prénom], c'est [Votre prénom] de [Nom de la salle].* »

« *J'ai bien reçu votre demande à l'instant, j'espère que je ne vous dérange pas ?* »

→ Laissez-le répondre. Souriez. Attendez.

ACCROCHE · CONNECTER À SON OBJECTIF

« Super ! J'ai vu que vous souhaitez [objectif indiqué dans le formulaire]. »

« Vous avez bien fait de nous contacter, c'est exactement ce qu'on fait ici. »

« Pour qu'on puisse vraiment vous aider, j'aimerais vous inviter à une séance d'essai gratuite : vous verrez par vous-même ce qu'on propose. »

CLOSING DU RDV · DEUX CRÉNEAUX CONCRETS

« Vous seriez plutôt disponible en semaine ou le week-end ? »

→ Réponse du prospect

« Parfait. Demain à [heure] ou après-demain à [heure], ça vous irait ? »

→ Ne proposez JAMAIS plus de 2 créneaux. Trop de choix = report.

« C'est noté ! Je vous envoie un SMS de confirmation avec l'adresse. »

« Dernière chose : vous venez seul(e) ou avec quelqu'un ? »

1.4 GÉRER LES SITUATIONS DÉLICATES

PERSONNE NE DÉCROCHE

- Laisser un message vocal court et naturel
- Envoyer un SMS dans la foulée
- Rappeler 2 h plus tard sans réponse
- 3e tentative le lendemain matin
- 4e et dernier appel : J+2

« JE RÉFLÉCHIS ENCORE »

- Ne pas insister sur le prix
- Rebondir sur sa douleur, son objectif
- Présenter l'essai comme une solution sans risque : « Justement, la séance d'essai est faite pour ça. »
- Proposer un créneau très proche : « Demain, ça vous va ? »

SMS

APRÈS UN APPEL MANQUÉ

Bonjour [Prénom], c'est [Prénom] de [Salle]. J'ai essayé de vous rappeler suite à votre demande. Je vous garde une place pour une séance d'essai gratuite cette semaine. Rappelez-moi au [numéro] ou répondez à ce SMS. À bientôt !

SOYONS HONNÊTES

RAPPELER CHAQUE LEAD EN MOINS DE 5 MINUTES, 7 JOURS SUR 7 ? IMPOSSIBLE À LA MAIN.

Chez nos salles partenaires, chaque formulaire déclenche une alerte instantanée et un SMS automatique au prospect. Personne n'attend, même le dimanche soir.

Voir comment ça marche dans votre salle →

MODULE 02

LES RAPPELS AVANT LA SÉANCE : CRÉER L'ENGAGEMENT

Le RDV est pris, bravo. Mais entre la prise de RDV et la venue, votre prospect peut annuler, oublier ou se dégonfler. La séquence de rappels est votre filet de sécurité.

2.1 POURQUOI LES GENS NE VIENNENT PAS

- Ils ont oublié (leur vie est chargée)
- Ils ont eu peur au moment de franchir le pas
- Une objection est apparue (« je n'ai rien à me mettre », « je ne suis pas en forme »...)
- Un concurrent les a sollicités
- Ils ont eu une journée difficile et n'ont plus d'énergie

Votre séquence de rappels doit contrer CHACUNE de ces raisons, de façon légère et bienveillante.

2.2 LA SÉQUENCE DE RAPPELS EN 3 TEMPS

RAPPEL 1 **Confirmation immédiate, dans l'heure qui suit la prise de RDV**

SMS

CONFIRMATION

Bonjour [Prénom] ! Votre séance d'essai est bien confirmée le [jour] à [heure]. Nous sommes au [adresse]. Parking disponible. Pas besoin d'équipement spécial, venez en tenue de sport. Une question ? Répondez à ce message. À très vite ! — [Votre prénom], [Salle]

RAPPEL 2 **La veille, entre 17 h et 19 h**

Objectif : réactiver l'envie, éliminer les peurs logistiques, créer de l'anticipation.

SMS

MOTIVATION J-1

Bonjour [Prénom] ! Demain, c'est le grand jour. On vous attend à [heure] pour votre séance d'essai. Petits conseils : mangez léger 2 h avant et hydratez-vous bien. Hâte de vous rencontrer et de parler de votre objectif [objectif]. Besoin de changer l'heure ? Répondez ici. À demain !

RAPPEL 3 **Le matin du jour J, si le RDV est l'après-midi ou le soir**

Court, simple, donne envie. Pas de pression.

SMS

RAPPEL DU MATIN

Bonjour [Prénom] ! On vous attend aujourd'hui à [heure]. Votre coach [Prénom du coach] sera là pour vous accueillir personnellement. Belle journée et à tout à l'heure !

ASTUCE PRO

PERSONNALISEZ AVEC L'OBJECTIF

Réutilisez toujours l'objectif déclaré dans le formulaire. Quelqu'un qui veut « perdre du ventre » ne réagit pas comme quelqu'un qui veut « reprendre une activité après une blessure ». Au lieu de « votre séance », écrivez « votre première séance cardio-renfo ».

2.3 GÉRER LES ANNULATIONS DE DERNIÈRE MINUTE

Si le prospect annule 24 h avant ou moins :

1. Acceptez avec bienveillance, ne montrez pas votre frustration
2. Proposez IMMÉDIATEMENT un autre créneau dans les 3 prochains jours
3. Identifiez la vraie raison (logistique, peur, concurrent ?)
4. Adaptez votre réponse à cette vraie raison

RÉPONSE À UNE ANNULATION

→ Prospect : « Je ne peux finalement pas venir demain. »

« Pas de souci du tout, ça arrive ! Pour qu'on ne vous perde pas, vous seriez dispo quand cette semaine ? Jeudi à 18 h ou samedi à 10 h, ça vous irait ? »

L'OUTIL

AUTOMATISER TOUT CE PARCOURS AVEC GOHIGHLEVEL

Alertes de nouveaux leads, SMS après un appel manqué, 3 rappels avant la séance, relances J+0 → J+7 : tout ce que vous lisez dans ce guide peut tourner en automatique. Chez Fitleads, on utilise GoHighLevel pour ça.

01

Tous vos leads au même endroit

Les formulaires Meta arrivent directement dans un CRM, avec un pipeline clair : nouveau lead → RDV pris → venu → inscrit.

02

Alerte instantanée

Notification sur votre téléphone à chaque nouveau formulaire, pour tenir la règle des 5 minutes.

03

SMS, e-mails et WhatsApp automatiques

Confirmation, rappel J-1, rappel du matin, relances post-essai : envoyés au bon moment, sans y penser.

04

Prise de RDV en ligne

Le prospect réserve lui-même sa séance d'essai dans votre agenda, puis les rappels se déclenchent tout seuls.

OPTION A

JE LE CONFIGURE MOI-MÊME

- Essai gratuit de 14 jours, sans engagement
- Ensuite à partir de 97 $/mois (formule Starter)
- Vous créez vous-même les séquences de ce guide

Démarrer l'essai gratuit →

OPTION B · RECOMMANDÉE

FITLEADS L'INSTALLE POUR MOI

- Notre configuration éprouvée, déjà utilisée chez nos salles partenaires
- Toutes les séquences de ce guide, prêtes et adaptées à votre salle
- Connecté à vos pubs Meta Ads dès le premier jour

Réserver un appel →

BONUS : VOUS CHOISISSEZ L'OPTION A ?

Créez votre compte via notre lien partenaire, puis réservez un appel de 30 minutes avec nous : on importe gratuitement dans votre compte les modèles de SMS de ce guide, et on vous montre comment brancher vos formulaires Meta.

Réserver mon appel d'installation →

Lien partenaire : Fitleads touche une commission si vous vous abonnez à GoHighLevel via ce lien, sans aucun surcoût pour vous. Fitleads est une agence indépendante, non affiliée à HighLevel LLC. Prix et durée d'essai indiqués par HighLevel en novembre 2026, susceptibles d'évoluer.

MODULE 03

L'ACCUEIL LE JOUR J : PRÉPARER LE TERRAIN

Le prospect pousse la porte. Les 3 premières minutes vont conditionner son ressenti pour toute la visite. C'est ici que se gagne ou se perd une bonne partie de la conversion.

3.1 AVANT MÊME QU'IL ARRIVE

- Avoir son prénom et son objectif en tête (un post-it si nécessaire)
- Prévenir le coach ou la personne qui va l'accueillir
- Préparer l'espace d'accueil (propre, professionnel)
- Si possible : avoir un café ou de l'eau prêts

3.2 LE PROTOCOLE D'ACCUEIL EN 5 ÉTAPES

1. Se lever et aller à sa rencontre dès qu'il entre (ne pas rester derrière le comptoir)
2. Tendre la main, sourire franc : « Bonjour [Prénom] ! Ravi(e) de vous rencontrer. »
3. Montrer que vous l'attendiez : « Je suis [Votre prénom], on s'est parlé au téléphone. »
4. Créer un petit moment de détente : « Vous avez trouvé facilement ? »
5. Annoncer la suite : « Je vous fais faire le tour, et on discute 5 minutes avant de commencer. »

PSYCHOLOGIE

L'EFFET D'APPARTENANCE IMMÉDIATE

Votre prospect doit se sentir « déjà membre » dès les premières secondes. Utilisez le « nous » inclusif : « Chez nous, on fait… », « Nos membres adorent… ». Présentez-le à d'autres membres ou coachs si l'occasion se présente. Et utilisez son prénom : se sentir reconnu, c'est déjà se sentir chez soi.

3.3 LA VISITE GUIDÉE STRATÉGIQUE

Ne montrez pas tout dans le désordre. Suivez un parcours émotionnel réfléchi :

ÉTAPE	CE QUE VOUS MONTREZ	CE QUE ÇA CRÉE
1 · Accueil	Espace propre, équipe souriante	Sécurité, confiance
2 · Zone cardio	Équipements récents, vue dégagée	Désir, projection
3 · Vestiaires	Propreté, casiers sécurisés	Confort pratique
4 · Zone muscu	Diversité du matériel	Sentiment de possibilités
5 · Résultats	Photos avant/après, témoignages	Preuve sociale, croyance

3.4 L'ENTRETIEN DÉCOUVERTE (5 À 10 MIN AVANT LA SÉANCE)

Avant de lancer la séance, posez ces 4 questions. Écoutez vraiment les réponses : ce sont vos arguments pour le closing.

LES 4 QUESTIONS DÉCOUVERTE

« Qu'est-ce qui vous a motivé à faire la démarche aujourd'hui ? »

→ Identifier la douleur réelle, l'élément déclencheur

« Vous avez déjà fait du sport en salle par le passé ? »

→ Comprendre ses expériences passées, ses peurs potentielles

« Concrètement, dans 3 mois, vous vous voyez comment ? »

→ Ancrer le futur désiré. Plus il le dit, plus il s'y engage

« Vous avez le temps de venir combien de fois par semaine ? »

→ Lever l'objection « je n'ai pas le temps » avant qu'elle n'arrive

ACCUEIL, VISITE, DÉCOUVERTE

UN PROTOCOLE NE SERT À RIEN SI VOTRE ÉQUIPE NE L'APPLIQUE PAS À CHAQUE PROSPECT.

Dans l'accompagnement Fitleads, on forme votre équipe à ces scripts, en jeux de rôle, sur vos vrais leads.

En parler pendant l'audit offert →

SCANNEZ POUR RÉSERVER

MODULE 04

PENDANT LA SÉANCE : VENDRE SANS VENDRE

La séance d'essai n'est pas qu'une démonstration sportive. C'est une expérience émotionnelle. Chaque minute doit renforcer l'envie de revenir.

4.1 LE RÔLE DU COACH PENDANT LA SÉANCE D'ESSAI

Briefez votre coach sur ces 5 missions essentielles :

1. Retenir le prénom et l'utiliser constamment
2. Adapter l'intensité : ni trop facile (ennuyeux), ni trop dur (décourageant)
3. Expliquer chaque exercice avec ses bénéfices, liés à l'objectif du prospect
4. Créer des micro-succès : féliciter, encourager, valoriser
5. Terminer sur un moment fort : le prospect doit repartir sur une vague positive

TECHNIQUE

LE « PONT VERS L'OBJECTIF »

Pendant la séance, le coach relie chaque exercice à l'objectif du prospect :

« Ce mouvement, c'est exactement ce qui va travailler votre sangle abdominale. »
« Avec 6 semaines de pratique régulière, vous sentirez la différence ici. »
« Les membres qui font ça 3 fois par semaine voient des résultats en 4 à 6 semaines. »

Le prospect ne fait pas « de la salle » : il progresse vers **son** objectif.

4.2 LES PHRASES À GLISSER NATURELLEMENT

Ces phrases créent de la projection et de l'appartenance, sans forcer la vente :

> **«** *Quand vous serez membre, vous aurez accès à...* **»**
>
> **«** *Nos membres qui ont le même objectif que vous font souvent...* **»**
>
> **«** *D'ici quelques semaines, vous pourrez augmenter les charges.* **»**
>
> **«** *On a un groupe qui fait exactement ce type d'entraînement, vous vous y plairez.* **»**
>
> **«** *Ce programme marche très bien pour [objectif similaire].* **»**

4.3 CE QUE LE COACH NE DOIT PAS FAIRE

À ÉVITER ABSOLUMENT

- Parler du prix ou des abonnements
- Pousser trop fort physiquement
- Laisser le prospect seul plus de 2 minutes
- Regarder son téléphone
- Parler en jargon technique incompréhensible

À FAIRE À LA PLACE

- Renvoyer vers vous pour la partie commerciale
- Adapter l'effort et surveiller les signaux de fatigue
- Rester présent et attentif en permanence
- Être 100 % disponible mentalement
- Tout expliquer simplement, avec des bénéfices

MODULE 05

LE CLOSING : TRANSFORMER L'ESSAI EN INSCRIPTION

C'est ici que tout se joue. La séance vient de se terminer, le prospect est dans le meilleur état émotionnel possible : corps chaud, endorphines, sentiment d'accomplissement. C'est le moment d'agir.

RÈGLE ABSOLUE

CONCLUEZ DANS LES 5 À 10 MINUTES

Ne laissez JAMAIS un prospect repartir sans avoir tenté de conclure, et ne lui laissez pas le temps de redescendre émotionnellement. Dirigez-le naturellement vers votre espace commercial : « Venez, on s'installe 5 minutes. »

5.1 LE CLOSING EN 5 ÉTAPES

ÉTAPE 1 **La question bilan**

> « *Alors, comment vous vous sentez ?* »
>
> → Laissez-le parler. Il va exprimer des émotions positives : c'est lui qui se convainc.
>
> « *Super. Et ça correspond à ce que vous cherchiez ?* »
>
> → Réponse positive : passez à l'étape 2

ÉTAPE 2 Rappel de son objectif

> *« Vous m'avez dit tout à l'heure que [objectif / douleur exprimée]. Ce que vous venez de faire aujourd'hui, c'est exactement le type de travail qui va vous permettre d'y arriver. Et on peut le faire ensemble, régulièrement. »*

ÉTAPE 3 Présenter l'offre, simple et directe

Présentez UNE offre principale, avec des options claires. Ne noyez pas le prospect sous les formules.

> *« Voilà comment ça fonctionne chez nous : la plupart de nos membres choisissent [offre principale] à [prix]/mois. Ça vous donne accès à [bénéfices principaux]. Et pour bien démarrer, on a [offre de bienvenue / mois offert / tarif spécial]. »*

ÉTAPE 4 Le silence

APRÈS AVOIR PRÉSENTÉ L'OFFRE : TAISEZ-VOUS

C'est l'erreur la plus courante : le vendeur a peur du silence et parle pour le remplir. Or en parlant, vous donnez des raisons de NE PAS s'inscrire. Posez la question « Qu'est-ce que vous en pensez ? » et attendez la réponse.

ÉTAPE 5 Traiter les objections

OBJECTION	RÉPONSE EFFICACE
« C'est trop cher »	« Je comprends. Par rapport à quoi ? » → écoutez. Puis : « Ça fait [x €] par jour, moins qu'un café, pour atteindre [objectif]. Et dans 6 mois, si vous ne commencez pas aujourd'hui, où en serez-vous ? »
« Je dois en parler à mon conjoint »	« Bien sûr ! Et il/elle est favorable à ce que vous fassiez du sport ? » → Si oui : « Alors pourquoi ne pas vous inscrire maintenant ? Il/elle ne pourra qu'être content(e) de voir que vous passez à l'action. »
« Je vais réfléchir »	« Bien sûr, prenez le temps. Pour être honnête, qu'est-ce qui vous freine encore ? » → Identifiez la vraie objection cachée derrière.
« Pas sûr d'avoir le temps »	« Vous m'avez dit vouloir venir 2 à 3 fois par semaine. C'est 3 h sur 168. La question, c'est moins le temps que la priorité que vous donnez à votre santé, non ? »

5.2 L'URGENCE HONNÊTE

Pour les indécis, créez une urgence réelle et bienveillante. N'inventez jamais une fausse promo : le prospect le sentira.

CRÉER DE L'URGENCE SANS MANIPULER

« Je veux être honnête avec vous : on a une offre de lancement ce mois-ci qui se termine vendredi. Après, le tarif remonte à [prix normal]. »

« Les créneaux avec [Prénom du coach] le matin se remplissent vite en ce moment. »

« Si vous démarrez aujourd'hui, dans 3 mois vous aurez [X semaines] de résultats derrière vous. Si vous attendez encore 2 semaines, ce sont 2 semaines de perdues. »

MODULE 06

LE SUIVI POST-SÉANCE : RÉCUPÉRER LES INDÉCIS

Tous les prospects ne signent pas le jour J. Une bonne partie reste récupérable dans les jours qui suivent, à condition d'avoir une vraie séquence de suivi.

6.1 LA SÉQUENCE DE RELANCE SUR 7 JOURS

QUAND	CANAL	MESSAGE / OBJECTIF
J+0 (soir)	SMS	Remerciement chaleureux + rappel du bénéfice ressenti
J+1	SMS	Un contenu utile lié à son objectif + rappel de l'offre
J+3	Appel	Prendre des nouvelles, identifier le vrai frein, reproposer
J+5	SMS	Témoignage ou résultat d'un membre avec le même objectif
J+7	Appel	Dernière relance : offre de dernière chance ou nouvelle séance d'essai

Pas le temps de faire ces 5 relances à la main pour chaque prospect ? On installe cette séquence dans votre salle, elle part toute seule. **Réserver mon audit offert →**

6.2 SCRIPTS DE RELANCE

SMS

J+0 · REMERCIEMENT

[Prénom], merci d'être venu(e) aujourd'hui ! J'ai adoré notre échange sur [objectif]. Prenez le temps d'y réfléchir : l'offre [X] est valable jusqu'au [date]. N'hésitez pas à m'appeler si vous avez des questions.

APPEL J+3

« Bonjour [Prénom], c'est [Prénom] de [Salle]. Je voulais prendre de vos nouvelles depuis votre séance. Vous avez eu le temps d'y réfléchir ? »

→ Écoutez attentivement

« Qu'est-ce qui vous retient encore ? »

→ Identifiez le vrai frein, puis traitez cette objection précise

6.3 QUAND ET COMMENT ARRÊTER

Après J+7 sans réponse, ou après un refus clair, passez en mode « long terme » :

- Ajoutez le contact à une newsletter mensuelle (conseils sport, offres)
- Envoyez un SMS 30 jours plus tard : « L'offre revient ce mois-ci... »
- Relancez à chaque temps fort : rentrée, Nouvel An, avant l'été...
- Ne grillez JAMAIS un lead : les gens reviennent souvent 3 à 6 mois plus tard

BONUS

AUTODIAGNOSTIC : OÙ VOTRE SALLE PERD-ELLE DES MEMBRES ?

Prenez vos chiffres du mois dernier et remplissez la colonne de droite. Chaque ligne sous la cible, c'est de l'argent qui sort de votre salle.

INDICATEUR	CIBLE	VOS CHIFFRES
Délai moyen d'appel après le formulaire	< 5 min	_____
Taux de contact (leads joints / leads reçus)	> 80 %	_____
Conversion lead → RDV	> 60 %	_____
Taux de présence (venus / RDV pris)	> 75 %	_____
Conversion séance d'essai → inscription	> 60 %	_____
Indécis récupérés sous 7 jours	> 25 %	_____
Conversion globale (lead → membre)	> 35 %	_____

CALCULEZ VOTRE MANQUE À GAGNER

A	Leads reçus par mois	_____
B	Votre conversion globale lead → membre (%)	_____
C	Membres perdus par mois = A × (35 % − B)	_____
D	Prix de votre abonnement mensuel (€)	_____
E	Durée moyenne d'un abonnement (mois)	_____
	MANQUE À GAGNER MENSUEL = C × D × E	_____

Exemple : 100 leads/mois × (35 % − 20 %) = 15 membres perdus par mois. 15 × 50 €/mois × 8 mois d'abonnement en moyenne = **6 000 € de chiffre d'affaires laissés sur la table, chaque mois.**

Réserver mon audit offert →

VOTRE RÉSULTAT VOUS FAIT MAL ?

EN 30 MINUTES, ON VOUS MONTRE OÙ ÇA COINCE ET QUOI CORRIGER EN PREMIER.

Audit offert en visio, sans engagement. Vous repartez avec un plan d'action, que vous travailliez avec nous ou non.

Réserver mon audit offert →

SCANNEZ POUR RÉSERVER

CHECKLIST QUOTIDIENNE DU RESPONSABLE

À VÉRIFIER CHAQUE JOUR

- [ ] Alerte nouveau lead active sur le téléphone
- [ ] Rappels des séances d'essai du jour envoyés avant 9 h
- [ ] Coach briefé sur le ou les prospects attendus
- [ ] Espace d'accueil propre et présentable
- [ ] Offre commerciale du moment à jour et maîtrisée
- [ ] Relances J+1, J+3 et J+7 planifiées
- [ ] Témoignages récents de membres prêts à montrer

LES 10 ERREURS QUI TUENT VOTRE CONVERSION

01 Rappeler le lead après 30 minutes ou plus

02 Proposer trop de créneaux lors de la prise de RDV

03 Ne pas envoyer de SMS de confirmation immédiat

04 Laisser le prospect se balader seul dans la salle

05 Sauter l'entretien découverte avant la séance

06 Le laisser repartir sans tenter de conclure

07 Trop parler pendant le closing (remplir les silences)

08 Répondre « oui mais… » aux objections

09 Ne pas planifier de relance pour les indécis

10 Abandonner un lead après 1 ou 2 tentatives

POUR ALLER PLUS LOIN

Formez toute votre équipe sur ces modules : la conversion est un sport d'équipe. Testez vos scripts en jeux de rôle chaque semaine. Mesurez vos indicateurs chaque lundi matin et ajustez ce qui ne fonctionne pas.

LA DIFFÉRENCE ENTRE UNE SALLE À 30 % ET UNE SALLE À 70 %, C'EST RAREMENT LE PRODUIT. C'EST PRESQUE TOUJOURS LE PROCESS COMMERCIAL.

FITLEADS

VOUS SAVEZ CONVERTIR. MAINTENANT, IL FAUT DES LEADS.

Sans un flux régulier de prospects qualifiés, il n'y a rien à convertir. C'est exactement là qu'intervient Fitleads : l'agence 100 % dédiée aux salles de sport, de la pub jusqu'à l'inscription.

+89	90–200	1,47–4,87 €	5/5
salles accompagnées depuis 2024	leads qualifiés par mois, selon la zone et le budget	coût par lead sur les campagnes optimisées	sur Google · 14 avis

Fourchettes observées sur nos campagnes, données à titre indicatif et non garanties : les résultats varient selon la zone, la salle et le budget.

ILS NOUS ONT CONFIÉ LEURS CAMPAGNES

HK HEALTH CENTER / WORK ZONE ATHLETIC CENTER / BODY LIFE CHANGING CLUB / VLSPORT CENTER / CFITNESS / MY SPORT ZONE / ROCCO LA ROSA COACHING

CE QUE FITLEADS FAIT POUR VOUS

01
Tournage sur place
On vient filmer dans votre salle : ambiance, équipements, coachs, membres. Des vidéos authentiques qui convertissent.

02
Montage pro
Optimisé pour Meta (Reels, Stories, Feed) : accroches fortes, sous-titres, musique, motion design.

03
Scripts et textes de pub
Rédigés selon les codes de la vente en fitness, avec les mots qui font agir vos prospects.

04
Gestion des campagnes
Création, lancement et optimisation chaque semaine. Budget maîtrisé, ciblages affinés, tests A/B.

05
Automatisation
Alertes en temps réel, SMS de confirmation, rappels, relances post-essai : le système tourne sans vous.

06
Formation de l'équipe
La méthode de ce guide, transmise à votre équipe. Un lead bien traité vaut beaucoup plus.

POURQUOI FITLEADS PLUTÔT QU'UNE AGENCE GÉNÉRALISTE ?

AGENCE GÉNÉRALISTE	FITLEADS
✕ Ne connaît pas les codes du fitness	✓ **Spécialiste exclusif des salles de sport**
✕ Créas génériques et impersonnelles	✓ **Tournage dans VOTRE salle, avec vos vrais membres**
✕ Gère des budgets, pas des résultats	✓ **Génère des leads qualifiés et préqualifiés**
✕ Vous livre des leads, et bonne chance	✓ **Formation à la conversion incluse**
✕ L'automatisation ? « On verra plus tard »	✓ **Système automatisé dès le premier jour**
✕ Un chef de projet qui change tous les 6 mois	✓ **Une équipe fitness dédiée, réponse sous 24 h**

PRÊT À REMPLIR VOTRE SALLE ?

Réservez votre audit offert de 30 minutes en visio. On analyse ensemble :

- ✓ Votre acquisition actuelle et votre coût par membre
- ✓ Les étapes de votre parcours prospect qui vous coûtent le plus
- ✓ Le potentiel de leads de votre zone

Réserver mon audit offert →

SCANNEZ POUR RÉSERVER

fitleads.be · Instagram @fitleads.be · info@fitleads.be