

we **advocacy**

Présente
un cas d'utilisation

**Comment Fitness Park Group a réussi
à dynamiser sa communication
interne en impliquant ses
collaborateurs"**

FITNESS PARK
GROUP

Fitness Park Group

Fondée en 1986, la marque Fitness Park compte aujourd'hui 250 clubs en France pour plus de 700 000 adhérents. Ce qui de fait de Fitness Park le club de fitness n°1 des français.

Avec une croissance fulgurante depuis 2009, le groupe s'est agrandi et compte à ce jour plus de 1 000 collaborateurs.

- 01 - Un groupe en pleine croissance qui a su rebondir après une crise sans précédent

Fondé en 1986, le groupe Fitness park connaît une forte dynamique de croissance depuis 2009. Il compte aujourd'hui plus de 250 clubs, 700 000 adhérents et 1 000 collaborateurs.

Cette croissance a connu un coût d'arrêt en 2020 avec la crise sanitaire qui a entraîné la fermeture des salles. Face à cette crise sans précédent, le groupe a souhaité resserrer les liens avec ses équipes en mettant en place une communication plus directe et régulière sous la forme de brèves.

Cette nouvelle manière de communiquer dans un contexte de réouverture des salles de sport a également permis d'informer rapidement et efficacement les collaborateurs sur la stratégie de réouverture et les conditions de travail (télétravail, chômage partiel...).

-02 - Comment we advocacy participe au développement de l'engagement collab'

Site internet : group.fitnesspark.com



"La plateforme we advocacy est intuitive, rapide et performante"

Jean Philippe Ferrier, Directeur Marketing du groupe

Le groupe Fitness a rapidement été séduit par we advocacy, notamment par sa simplicité d'utilisation et son efficacité. En effet, l'information qui apparaît dans la messagerie des collaborateurs est vue par plus de 80% des collaborateurs en moyenne.



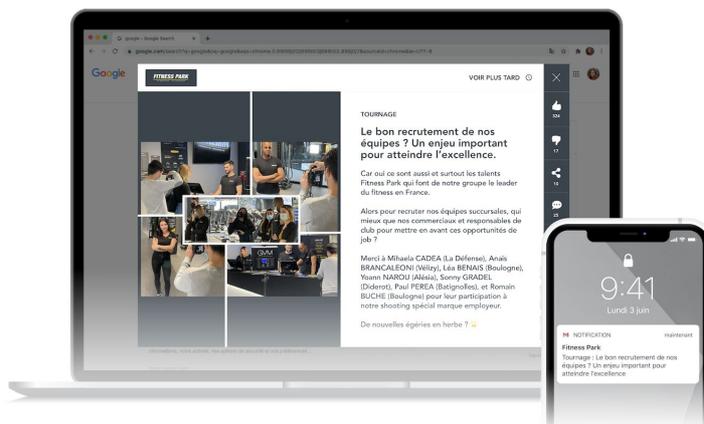
Leader des clubs de Fitness en France



1000 collaborateurs au service de plus de 700 000 adhérents

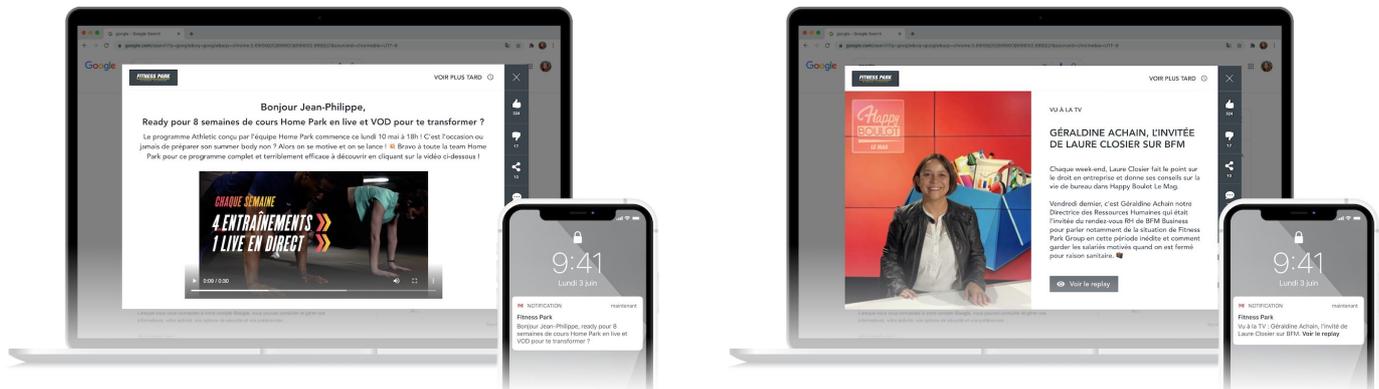


250 clubs en France Métropolitaine, Dom-Tom, Espagne et Portugal



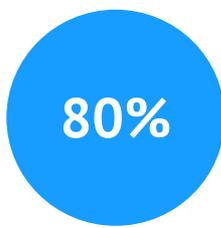
Valorisation des collaborateurs à travers une campagne de recrutement

- 03 - L'utilisation de formats ludiques et interactifs favorise l'appropriation de l'information



Des programme sportifs LIVE proposés à l'ensemble des collaborateurs

Interview de la DRH Géraldine Achain sur BFM



des collaborateurs en moyenne voient l'information



d'entre eux cliquent sur les contenus vidéos



d'entre eux interagissent avec la brève et trouvent que l'information leur a été utile

- 04 - Un format plébiscité par les collaborateurs

La mise en place de brèves régulières a rapidement suscité l'intérêt des collaborateurs et les retours sont très positifs; Désormais, l'équipe communication souhaite davantage communiquer sur les retours d'expériences et les témoignages des collaborateurs qui sont impliqués dans les différents clubs pour valoriser leur engagement. Nous sommes ravis de les accompagner dans ce nouveau projet de communication.



“ Depuis la mise en place de we advocacy, des services me sollicitent pour faire passer leur message à leur tour ! ”



Ce cas d'utilisation vous a plu ?

Prenez contact avec l'équipe :
contact@weadvocacy.com



A bientôt nous avons hâte de vous rencontrer !