

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



Fitness Park Group

Fondée en 1986, la marque Fitness Park compte aujourd'hui 350 clubs pour plus de **1,2 millions d'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 **1 500 collaborateurs**.

Aujourd'hui l'association se trouve dans une forte dynamique de développement avec pour principal objectif : proposer l'omnisports à tous quelque soit son âge et sa condition



350 clubs



1,2 millions
d'adhérents



1 500
collaborateurs

Une volonté de moderniser sa communication interne

Fitness Park s'engage dans une démarche de **modernisation** de sa communication interne afin de mieux connecter ses équipes et d'assurer une **diffusion rapide et efficace des informations**.

Avec un réseau en pleine expansion, l'enseigne souhaite adopter des outils innovants pour renforcer l'engagement des collaborateurs, simplifier les échanges et garantir une communication fluide et réactive au sein de ses clubs.

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

Fitness Park a été séduit par l'approche innovante proposée par we advocacy pour diffuser des messages ciblés auprès des équipes.

En effet, **l'affichage sous la forme de pop-ups** offre une visibilité sans égale pour partager l'information et évite les nombreux écueils classiques liés à la diffusion par email.



Exemple d'une campagne de recrutement affichée directement dans la messagerie des collaborateurs

“

“

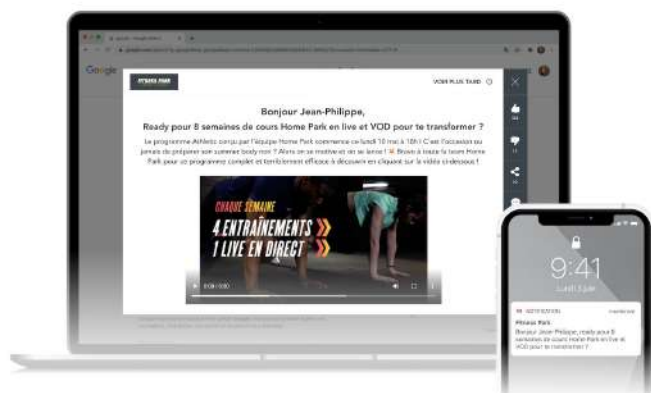


We Advocacy, c'est une plateforme intuitive, rapide et ultra-performante. Elle simplifie la communication interne et booste l'engagement des équipes au quotidien !

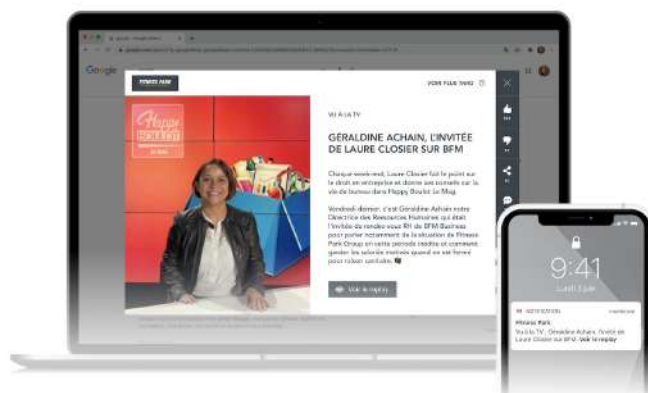
”

Jean Philippe Ferrier, Directeur Marketing du groupe

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

80%

des collaborateurs en moyenne voient l'information

40%

d'entre eux cliquent en moyenne sur les contenus vidéos

30%

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

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.



Ce cas client vous a plu ?

Prenez contact avec notre équipe :
contact@weadvocacy.com



A bientôt nous avons hâte de vous rencontrer !