

Gym Sports : description du cas

“Gym Sports” est une entreprise fondée en 1988, propriété d’un investisseur qui a pour objectif d’augmenter la rentabilité de cet actif, sans croissance ni changement de périmètre d’activité.

Gym Sports possède 123 centres de fitness dans le pays. Chaque centre offre à ses membres une série de machines, d’activités de groupes et autres équipements variés (aquagym, salle de danse...).

Le chiffre d’affaires annuel de Gym Sports est 57 million €

Il existe trois types de formules : abonnements à l’année (350€), au mois (41€), et visite à la journée (15 €).

La rentabilité de Gym Sports est suffisante pour assurer son avenir de court à moyen terme, mais **plusieurs facteurs limitent ou menacent sa rentabilité** :

- **Faible fidélité commerciale.** Les clients de Gym Sports le choisissent parce que les salles sont bien situées, mais ils pourraient facilement le quitter pour un centre de fitness qui pratiquerait des prix plus bas, ou qui serait mieux implanté.

- **Relation faible à la marque.** Des enquêtes montrent que les clients et les prospects ne perçoivent pas Gym Sports comme une marque fortement distinctive. Ils ont tendance à ne pas faire la différence avec d’autres centres de fitness, y compris des concurrents qui pratiquent des tarifs moins élevés.

- **Manque de perspective de croissance** pour les centres de fitness, en raison de :

- 1) la structure de coûts: le coaching personnalisé par des experts certifiés se heurte à des coûts RH élevés,
- 2) la difficulté à gérer les ressources en machine et en espace : les machines de fitness et les activités de groupe sont soit toutes réservées, soit très peu utilisées.

Canvas #01

Objectifs stratégiques de Gym Sports

Créé par : *Caroline Verdon, Dir Marketing Gym Sports*

Date : _____ *15 Mai* _____

“Dans 5 ans, nous devons être les leaders des *clubs de fitness premium en France*”

“En offrant *des services de fitness personnalisés*..... à une clientèle qui recherche un service de qualité et exclusif”

Ce qui se traduit en 3 objectifs stratégiques :

#1 *Transformer notre offre pour que nos clients aient une expérience vraiment personnalisée*

#2 *Adapter notre offre pour que ce service soit livré au coût le plus bas*

#3 *Structurer notre offre pour cibler des segments de clientèle à forte rentabilité*



Ou, exprimé de façon libre :

La clientèle à forts revenus demande des services personnalisés. Les fitness centers répondent à cette demande en offrant des coaches dédiés, ce qui est coûteux tout en manquant de précision et de résultats. Gym Sports peut devenir le leader des fitness centers premium en développant une offre et une identité de marque centrée sur du service véritablement personnalisé, rendu possible par une collecte et analyse de la donnée.

Canevas #02

quelle partie prenante votre projet va-t-il servir? (cochez une seule option)

Créé par : *Caroline Verdon, Dir Marketing Gym Sports*

Date : 15 Mai



Siège social / Services centraux
/ Fonctions supports

Nom du service / type d'utilisateur ciblé :



Production

Nom du service / type d'utilisateur ciblé :



Clients / utilisateurs

Nom du segment de clientèle

Membres d'un club Gym Sports



Nouveaux marchés

Nom du marché à cibler / nouveau segment de clientèle

Canevas #03 (version B2C)

Définir le profil de l'utilisateur/trice

Créé par : *Caroline Verdon, Dir Marketing Gym Sports*

Date : 15 Mai

Nom de l'avatar: *Pauline Chevalier*

Attributs socio-démographiques

Age : 45

Genre : Femme

Statut marital: Mariée

Nombre d'enfants : 2

Emploi : Chef comptable

Revenu mensuel net : 3200€

Pays et ville de résidence : Nantes

Formation : lycée / université / autre : Master en gestion

Style de vie

Niveau de forme physique :
faible / moyen / fit / compétiteur

Vie sociale : nulle / occasionnelle
/ régulière / fêtard

Implication sociale : nulle /
occasionnelle / régulier / leader

Goûts culturels et médias

Le dernier livre qu'il ou elle a lu: L'amie prodigieuse

Leur série préférée: Extraordinary Attorney Woo

Le dernier film vu (ciné ou Netflix): Oppenheimer

Activité extra professionnelle préférée :

Restaurants et spectacles

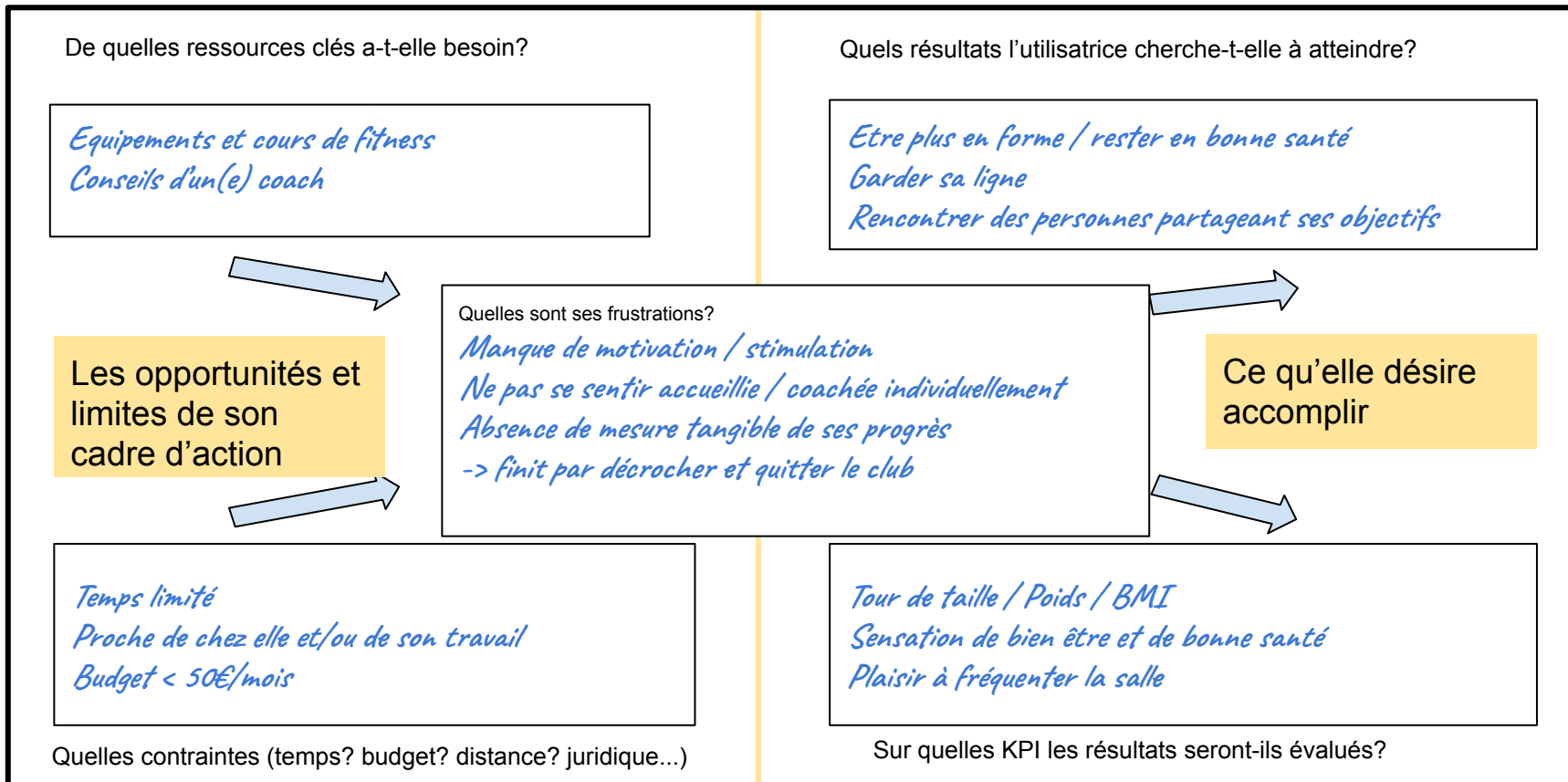
Les média sociaux utilisés quotidiennement : Facebook / Instagram /
Snapchat / LinkedIn / Twitter / Youtube / Autres

Canvas #04

Besoins de l'utilisateur/trice finale

Créé par : *Caroline Verdon, Dir Marketing Gym Sports*

Date : 15 Mai

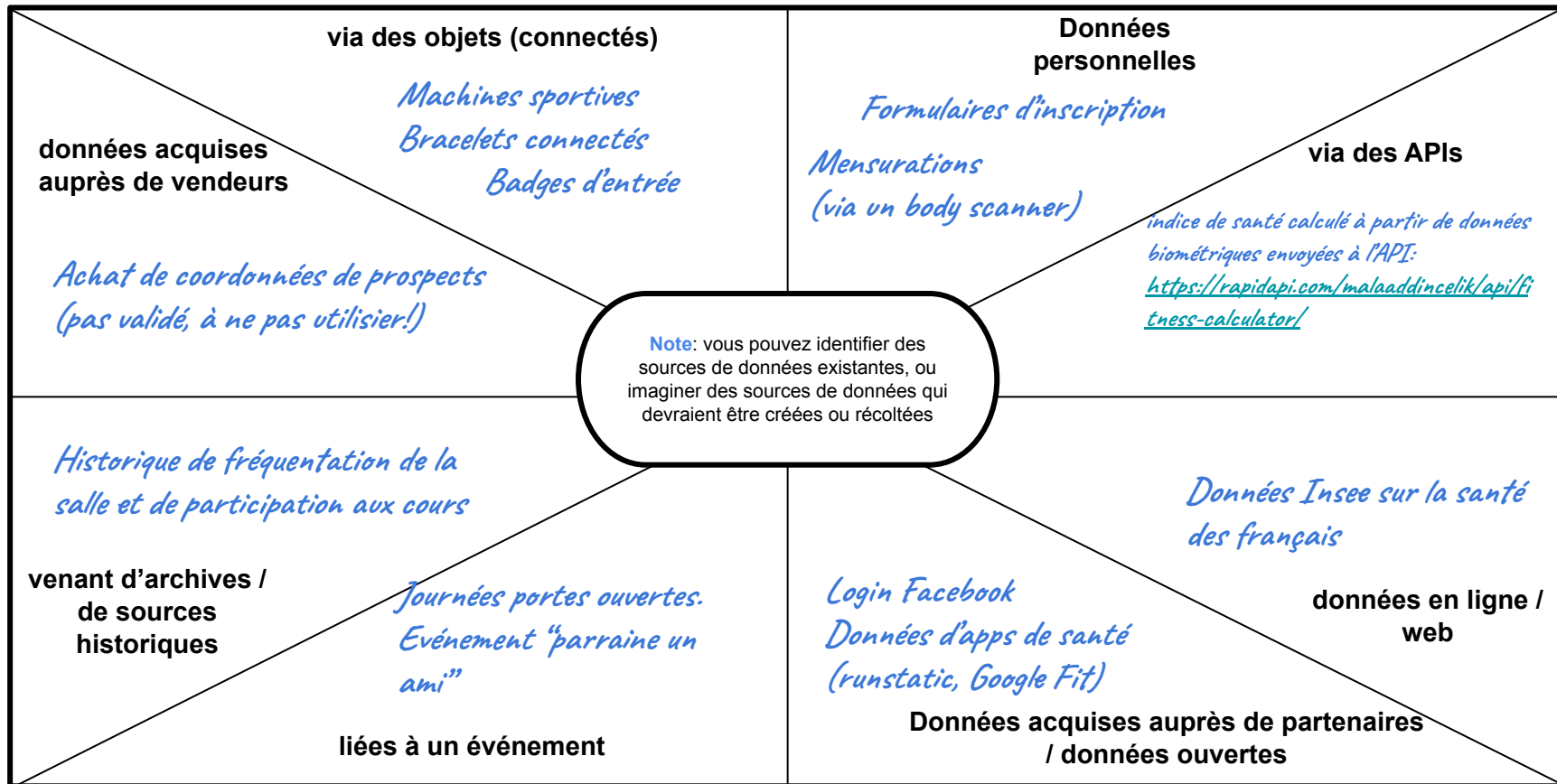


Canvas #05

Sources de données

Créé par : *Caroline Verdon, Dir Marketing Gym Sports*

Date : 15 Mai



Canvas #06

Vue détaillée sur les jeux de données

Créé par : *Caroline Verdon, Dir Marketing Gym Sports*

Date : _____ *15 Mai* _____

POINTS BONUS 1 = difficile 5 = facile	Explications	Dataset 1: <i>__Machines sportives__</i>	Dataset 2: <i>Mensurations via body scan</i>	Dataset 3: <i>Google Fit / Apple Health_</i>
Format lisible par un programme informatique?	<i>Si la donnée est sous format .docx ou pdf, un programme de code peut difficilement la lire. Une base d donnée ou même un fichier csv sont plus faciles</i>	5	5	5
Structuré ou non?	<i>Si la donnée peut tenir dans Excel, elle est probablement structurée. Le texte libre, une page web, ou des images sont des formats non structurés.</i>	5	5	5
Données personnelles?	<i>La donnée personnelle impose des contraintes</i>	2	1	1
Données complètes?	<i>Y a-t-il des valeurs manquantes, des valeurs erronées, des dates manquantes...</i>	5	4	4
Total: somme des points par dataset	<i>Faites la somme des points. Un total élevé indique un dataset relativement plus facile à utiliser.</i>	25	23	23

Canevas #07

Les amplificateurs: entre le service et l'interface



Les générateurs d'image

Est-ce qu'un générateur d'image aurait une quelconque pertinence pour une solution servant votre utilisateur?



Les générateurs de son

Est-ce qu'un générateur de musique, de voix ou de son apporterait plus de valeur à votre service?



Les générateurs de texte

Est-ce que vos données peuvent servir à "fine tuner" GPT ou un modèle similaire?



Les "chainers"

Est-ce qu'un outil d'automation pourrait créer un service par le chaînage de plusieurs 'maillons' ou 'sous-éléments'?

- transformation d'images existantes
- génération d'images / de logos / de schémas
- aide à la conception graphique
- création d'avatars fictifs
- création d'avatars représentant une personne réelle (avec voix et lip-synch éventuellement)
- création de mini-films / d'animations de personnages

- "text to speech"

- re-création de la voix d'une personne existante

- génération de musique

- synchronisation images et textes avec fond sonore, voix ou bruitages

- interface conversationnelle redirigeant vers un service

- assistant de type Q&A

- moteur de recherche augmenté ("RAG")

- générateur de contenu textuel (traductions, documentation, écrits originaux, etc.)

- amplificateur de qualité (sa fonction est de créer une version 'meilleure' de l'input que vous lui soumettez)

En utilisant Zapier, Make, LangChain, ou en assemblant des APIs les unes aux autres avec du code écrit 'à la main'

DALL-E 2



AudioCraft
Research By Meta AI



Canevas #08

Aide à la réflexion

Créé par : *Caroline Verdon, Dir Marketing Gym Sports*

Date : 15 Mai



Chaque cycle dure 2 min. Max.
Itérez jusqu'à ce que votre
solution passe le test de l'étape
3.

Mon idée:

*un plan de coaching
augmenté. Les clients
reçoivent des
recommandations de fitness
en fonction de leurs objectifs
et de leurs performances.*

*- service premium sur
abonnement
- différenciant car très
personnalisé.*

3

Testez vos résultats et itérez

Jouez l'avocat du diable et soyez critique envers
votre solution :

- Est-elle alignée avec les objectifs stratégiques
de votre organisation ?
- Est-ce les fonctionnalités que vous avez
conçues apportent de la valeur à l'utilisateur
cible ?

**- Arrêtez-vous quand la solution
passe le test**

(Re)considérez vos jeux de
données

- Prenez les 3 jeux de données que
vous avez identifiés dans le canevas
précédent
- ou choisissez en d'autres si
nécessaire

1

- 1- *Machines sportives*
- 2- *Mensurations via body
scan*
- 3- *Google Fit / Apple Health*

*GPT pour la
rédaction de
rapports de session
fitness?*

*Dall.E pour la
création d'images
motivantes?*

Comment ces jeux de données
contribuent-ils à créer un service
répondant à un besoin ?

Pensez aux 7 moyens de création de
valeur :
Prédiction / suggestion / curation /
enrichissement / classement /
comparaison/ segmentation
/classification/ génération / synthèse

- *Suggestion : recommandation d'activités*
- *Comparaison : se benchmarker aux
autres membres*
- *Segmentation : définition de profils types
de membres*

2

Canevas #08

Aide à la réflexion - Professor Synapse

Date :

_____ *15 Mai* _____

Canvas #09

La cartographie de valeur

Créé par : *Caroline Verdon, Dir Marketing Gym Sports*

Date : _____ *15 Mai* _____

Elle facilite l'utilisation de ressources de cette façon :

- Fournit un plan personnalisé d'exercices : machines et emploi du temps.
- Accompagne l'utilisatrice dans le maniement des machines sportives

Elle aide l'utilisatrice à accomplir x et y car ...

- définit un programme qui correspond aux attentes de l'utilisatrice (santé, fitness, bien être, musculation...)
- aide à rester motivée grâce aux relances / encouragements
- aide à progresser / utiliser son temps au mieux grâce à un programme sur mesure et dématérialisé

La solution est... **un plan de coaching augmenté.**

- une application mobile / web
- qui fournit un plan de coaching personnalisé
- et des relances / recos / feedback sur mesure grâce à la mesure de l'utilisation des machines via IOT / RFID
- > encouragement à poursuivre la relation au club

Elle supprime ou relâche ces contraintes que subissait l'utilisatrice :

- Optimisation de son emploi du temps
- Dépense rationalisée : le suivi des performances permet de savoir que son abonnement est rentabilisé
- Coach dématérialisé qui permet de faire des exercices à domicile ou dans toute salle du réseau Gym Sports

La solution aide l'utilisatrice à obtenir de meilleures performances sur ces KPIs :

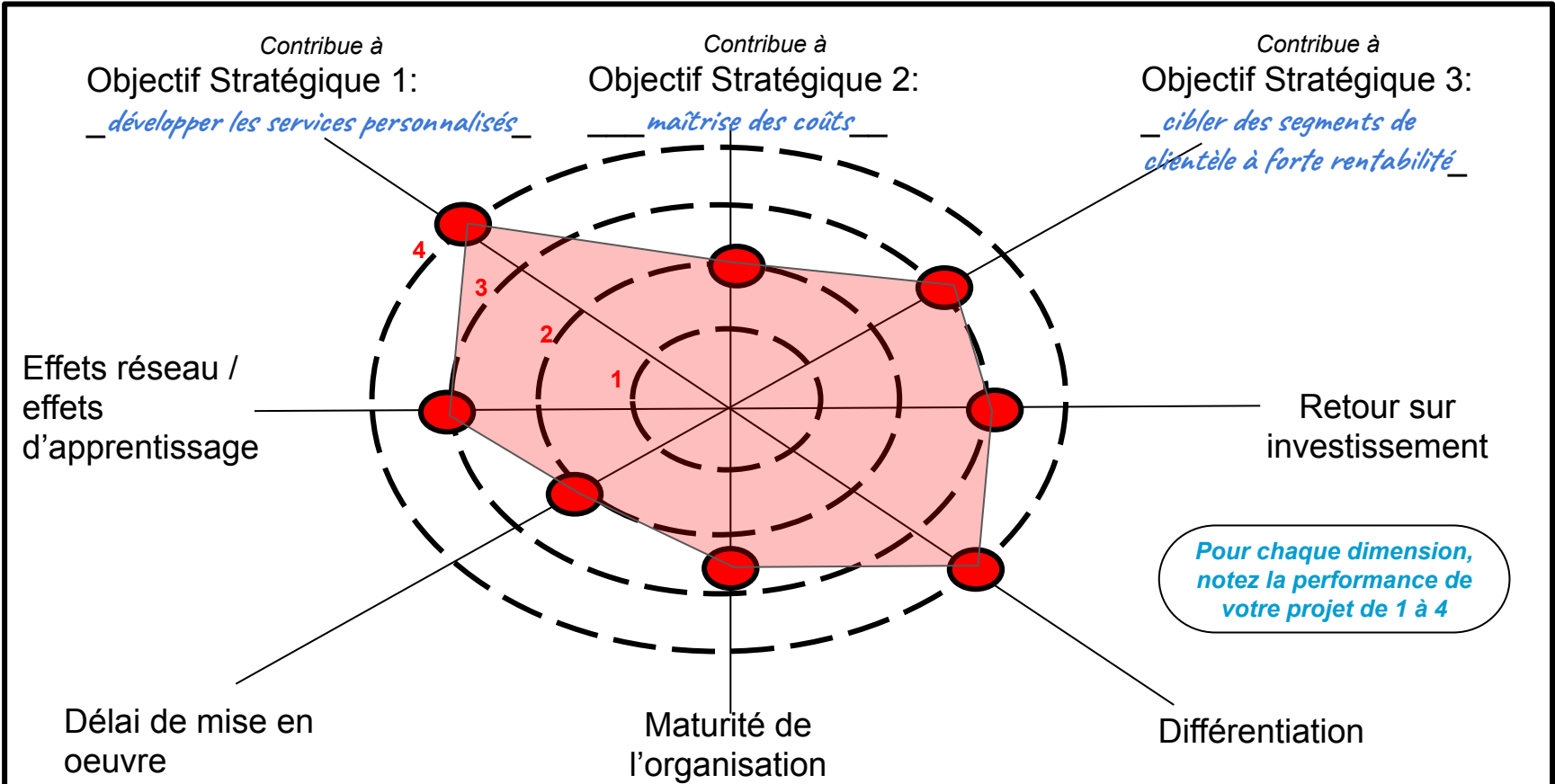
- Performances (sportives, de santé, etc.)
- Mensurations
- Assiduité de fréquentation de la salle

Canevas #10.1

Synthèse Graphique

Créé par : *Caroline Verdon, Dir Marketing Gym Sports*

Date : 15 Mai



Canevas #10.2 - synthèse qualitative

Créé par : *Caroline Verdon, Dir Marketing Gym Sports*

Date : _____ *15 Mai* _____

Synthèse	
Nom de l'organisation	Nom de l'idée
<i>Gym Sports</i>	<i>Plan de coaching augmenté</i>
Utilisateurs cibles et leurs besoins / problèmes à résoudre	
<i>Membres du club de sport à fort pouvoir d'achat</i>	
Description de l'idée	
<i>Plan de coaching personnalisé regroupant :</i> <i>- une application mobile / web</i> <i>- qui fournit un plan de coaching personnalisé</i> <i>- et des relances / recos / feedback sur mesure grâce à la mesure de l'utilisation des machines via IOT / RFID</i>	
Comment est-ce que l'idée répond aux priorités stratégiques de l'organisation ?	
<i>Cette nouvelle offre permettra à Gym Sport de se différencier en offrant des services personnalisés à ses clients.</i> <i>La capacité de la solution retenue à optimiser l'usage des ressources de Gym Sport (salles, machines, coaches) assure la maîtrise des coûts lors de la montée en charge : le coût marginal de chaque client supplémentaire est faible.</i> <i>Enfin, la différenciation par l'usage du numérique et par la personnalisation du service permet à Gym Sport de proposer une offre Premium et donc de se positionner sur un segment de marché à forte rentabilité.</i>	
Jeux de données / source de données contribuant à l'idée	
<i>Machines sportives, mensurations individuelles complètes et régulières via un "body scan", données de fitness collectées via Apple Health ou Google Fit.</i>	
Autres ressources et processus concourant à la solution	
<i>GPT par OpenAI pour la rédaction de conseils personnalisés. Dall.E pour la génération d'illustrations personnalisées en fonction du profil du client. Les productions de ces deux ressources seront vérifiées par un employé formé afin de s'assurer de leur qualité.</i>	
Bénéfices attendus	
<ul style="list-style-type: none"><i>- Une réponse à la démotivation par un suivi des performances et des recommandations personnalisées. => Churn réduit, attractivité accrue.</i><i>- Ce service est différenciant et créateur de valeur: il serait proposé en abonnement supp.</i>	