LIÈGE université Library

https://lib.uliege.be

https://matheo.uliege.be

The Case of EvoluGYM: Designing and Analyzing the Communication Strategy of a Fictional Fitness Brand

Auteur : Baldarelli, Mara
Promoteur(s) : Herbillon, Marie; Zimmerman, Quanah
Faculté : Faculté de Philosophie et Lettres
Diplôme : Master en communication multilingue, à finalité spécialisée en communication interculturelle et des organisations internationales
Année académique : 2025-2026
URI/URL : http://hdl.handle.net/2268.2/26789

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

BALDARELLI Mara
Master 2 Communication multilingue

EvoluGYM - Appendices

A. Business plan – EvoluGYM fitness center

a) Initial investment costs

Category	Estimated cost (€)
Purchase of fitness equipment o strength machines, cardia equipment, free weights,etc.	160,000
Interior layout o locker rooms, showers, coworking area, group class studio, etc.	80,000
Digital infrastructure o website, performance tracking system, member app, etc.	20,000
Brand creation o logo, visual identity, etc.	6,000
Market research and feasibility study	8,000
Administrative and legas costs o company registration, permits, etc.	6,000
Launch marketing campaign	25,000
TOTAL estimated start-up investiment	**305,000 €**

b) Monthly operating costs

Category	Monthly cost (€)
Salaries o Trainers, nutrition coach, reception staff, etc.	21,000
Rent of the fitness facility	9,000
Utilities o electricity, water, heating, etc.	3,500
Equipment maintenace and cleaning	2,000
Insurance and security	1,500
Digital systems and software subscriptions	1,000
Marketing and communication	3,000
TOTAL monthly operating costs	**41,000€**

c) Marketing and communication budget (first year)

Category	Budget (€)
Social media advertising o Instagram, TikTok, Facebook	9,000
Collaborations with fitness influencers	7,000
Content creation o Videos, photos, testimonials	5,000
Launch events and open days	4,000
Website maintenance and SEO	3,000
TOTAL marketing budget (first year)	**28,000 €**

d) Membership pricing model

Membership type	Monthly price (€)
Student (16-25)	35€
Adult (26-64)	60€
Senior (65+)	49€
Family/ Friends (2 people)	109€

Each membership includes :

- Unlimited acces to gym facilities
- Personalized training programs
- Body composition analysis
- Nutritional coaching
- Group classes (HIIT, yoga, mobility, recovery)
- Access to the co-working and comunity space
- Performance tracking tools

e) Revenue projections (year 1)

Period	Estimated members	Monthly revenue (€)
Months 1-3	220	11,000
Months 4-6	380	19,000
Months 7-12	600	30,000

Estimated annual revenue : approximately 255,000 €

f) Break-even analysis

- Monthly operating costs : **41,000 €**
- Average membership price : **50€**
- Break-even calculation :
  - 41,000 : 50 = **820 members**

g) Financing structure

Source	Amount (€)
Founder's personal investment	120,000
Private investors	80,000
Bank loan	200,000
TOTAL available capital	**400,000 €**

h) Performance monitoring (KPIs)

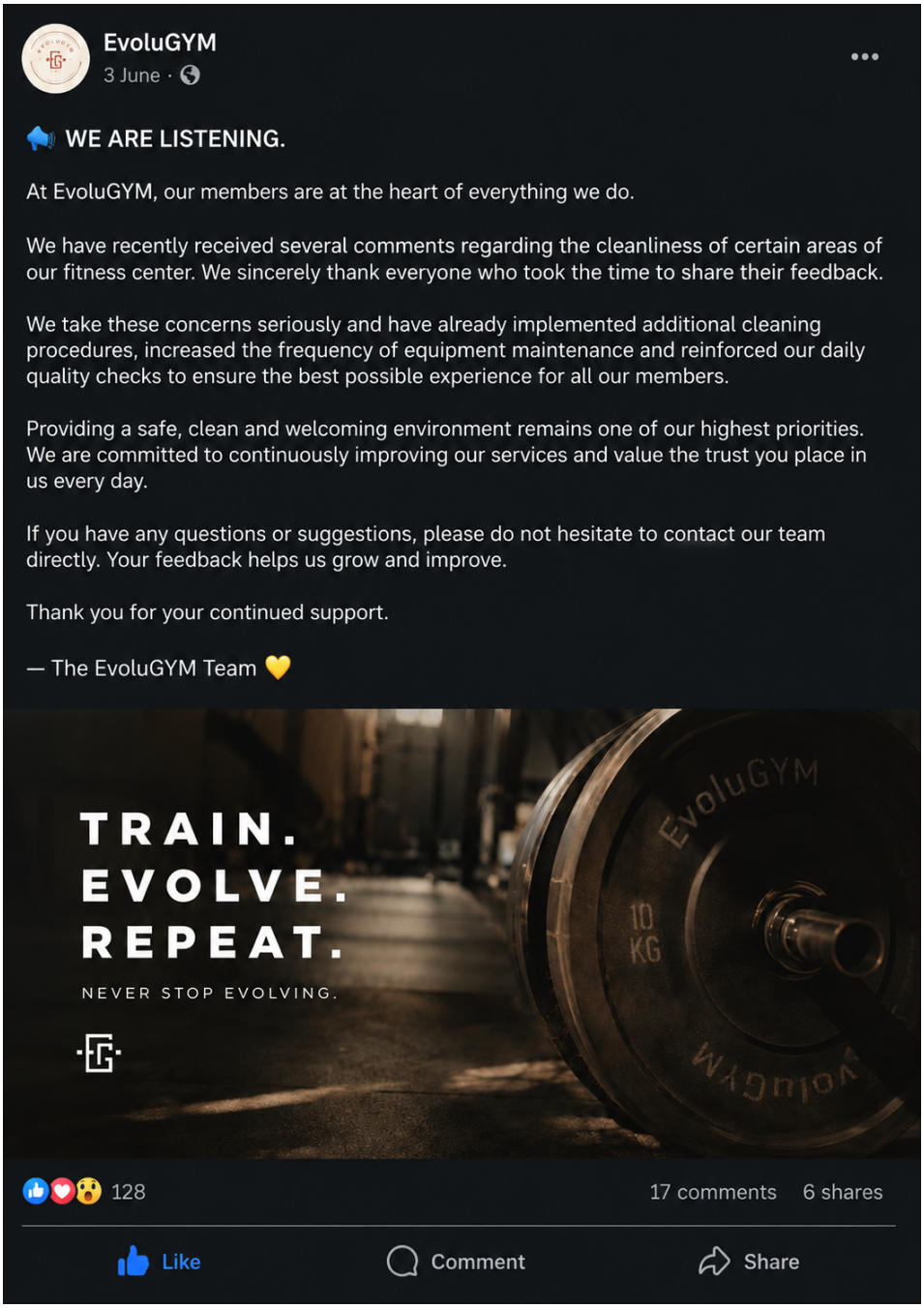
To evalute EvoluGYM's financial and operational performance, several indicators will be monitored regularly

- Number of new memberships per month
- Membership retention rate
- Average gym attendance per day
- Engagement rate on social media platforms
- Return on investment of marketing campaigns

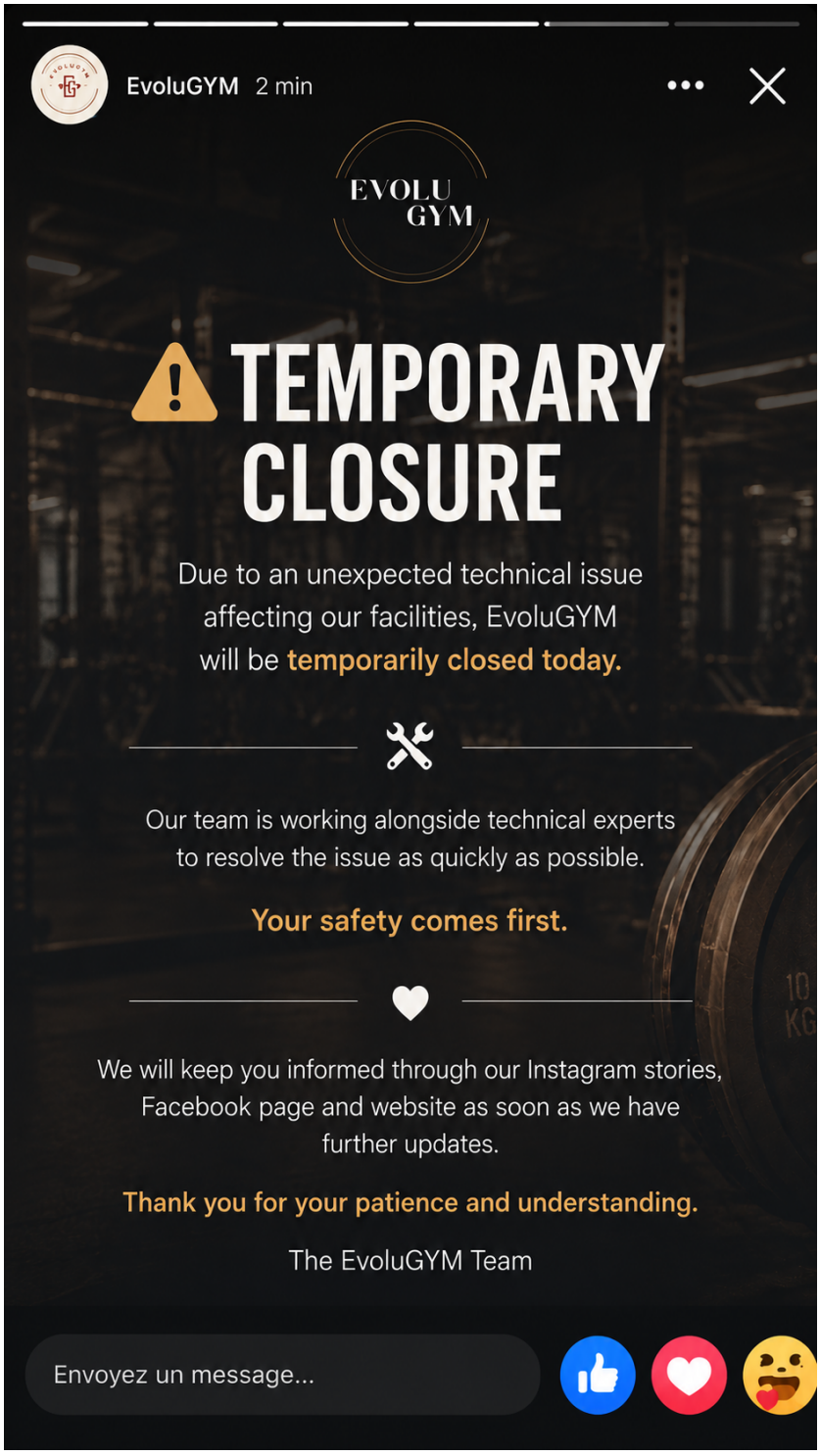
These indicators will help the management team adjust marketing strategies and improve the overall customer experience.

B. Communication crisis content

a) Example 1: Facebook post (negative reviews)



b) Example 2 : Instagram story (temporary closure)



C. Brand Guidelines

EvoluGYM

TYPOGRAPHIES

Chloe
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Articulat
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Helvetica World
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

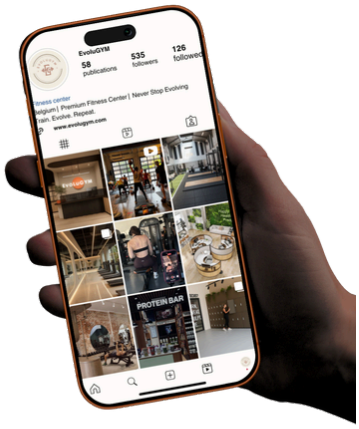
Articulat Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

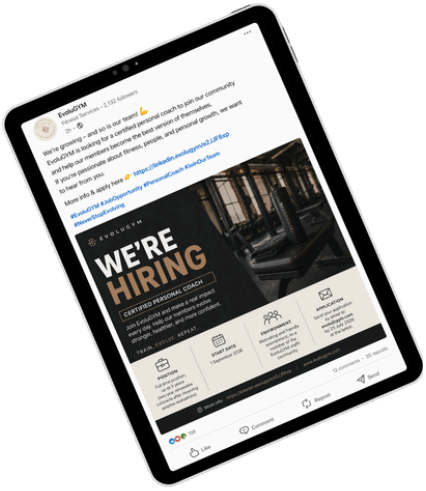
COLOR PALETTE

#E7DFD8 #B5806E #8D5546 #7E3F4C #000000

LOGOS

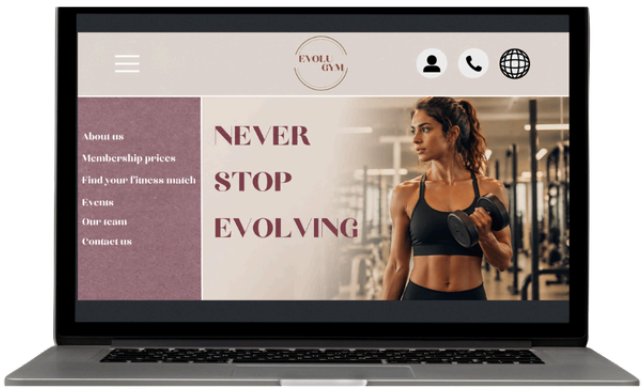
EVOLUGYM MOCKUPS











EVOLUGYM MOCKUPS



