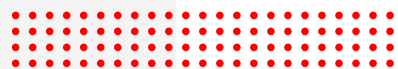


10 ERRORES COMUNES

EN LA RELACIÓN CON
EL CLIENTE DEL
GIMNASIO



Introducción



El cliente es lo más importante en tu gimnasio, verdad? Relacionarte con él es muy importante para mantenerlos interesados y comprometidos con tu gimnasio. Porque, si eso no sucede, él puede terminar perdiendo el interés y dejar de asistir al centro.

Antes de que pienses que relacionarte fluidamente con el cliente puede ser muy caro, o que no tenés el tiempo para crear acciones de comunicación porque no tenés la menor idea de cómo ponerlo en práctica, tenés que saber que la tecnología puede ser una gran aliada! Existen softwares que vuelven este proceso más automático lo que es de gran ayuda para tener una comunicación frecuente con tu cliente. Las redes sociales también son óptimas alternativas para enriquecer la relación con el cliente y proporcionan un canal abierto de comunicación con ellos.

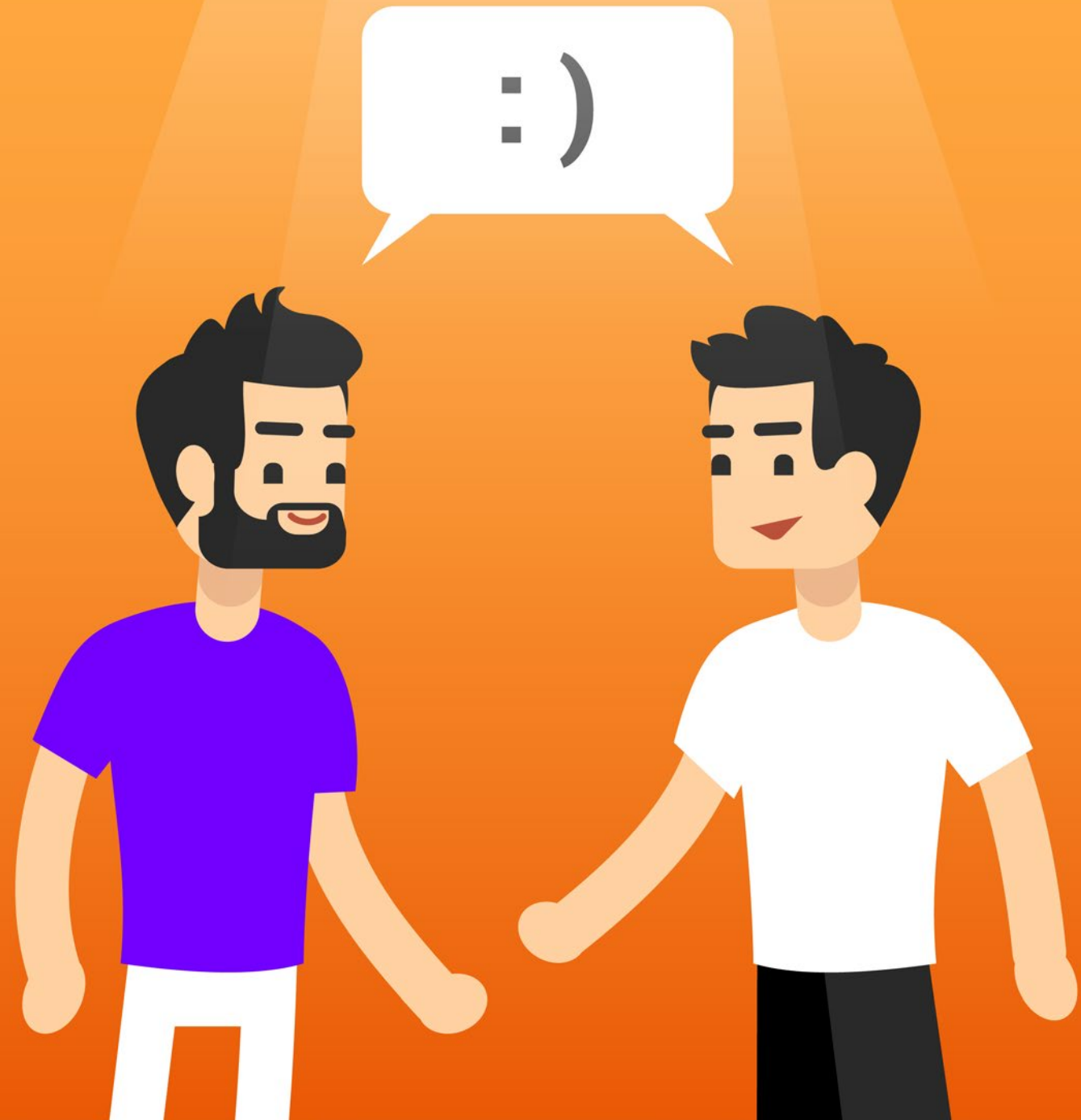
Entonces, para comenzar a comunicarte con tus clientes con el pie derecho, hicimos una lista en este e-Book con los 10 errores más comunes que debes evitar, y también algunos consejos para nunca cometerlos.

Qué es el relacionamiento con el cliente?

Antes de comenzar a ver los errores, es importante entender el concepto para comprender que es un buen relacionamiento con tu cliente.

La gestión de la Relación con el Cliente, es trabajar medios de comunicación, las relaciones y el respeto entre las partes, creando una identificación emocional. O sea, con el foco total en el cliente.

Para que todo eso funcione, es preciso definir una serie de procesos para mejorar la comunicación, garantizando que llegue directamente al público-objetivo para quien es dirigido el mensaje.





*Si no te comunicas con tus alumnos o no desarrollás ninguna acción para conquistar a los visitantes, **estás cometiendo un gran error y tu gimnasio puede estar perdiendo dinero,** dejando de aumentar considerablemente el número de clientes año a año*



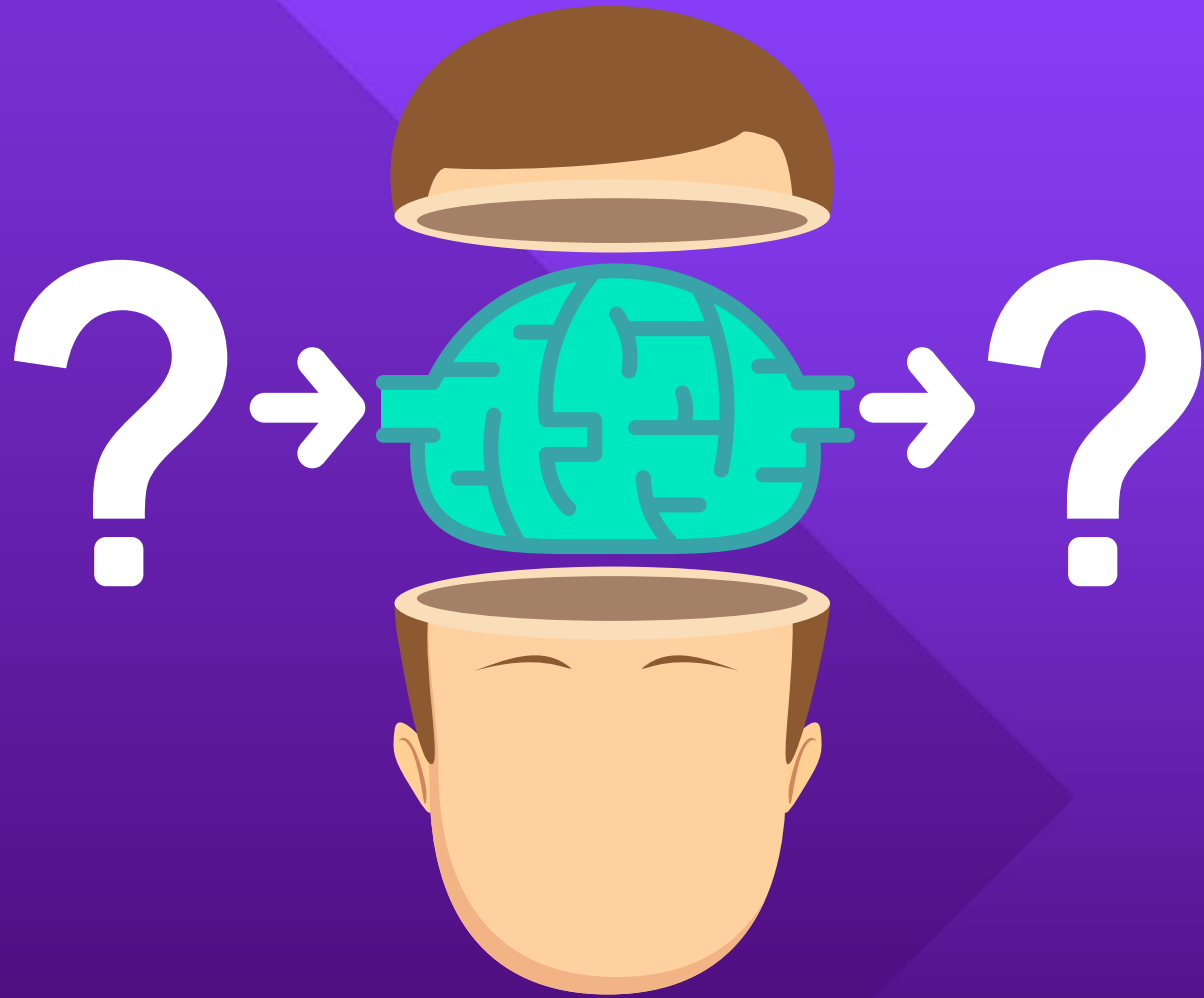
Qué es una regla de contactos?

La regla de contactos es una herramienta que te permite definir diversas acciones de comunicación durante un período específico, haciendo que tu cliente reciba una serie de contactos con intervalos (cortos o largos) pre establecidos.

A vos no te gusta recibir sólo e-mails de cobranza de una empresa con quien te relacionas, verdad? Entonces por qué le gustaría eso a tu cliente también? Esa es una de las formas más eficaces de perder clientes. Con la regla de contactos es posible ir más allá de crear recordatorios antes del vencimiento del contrato y evaluaciones, y principalmente, te ayuda a sorprender a tus clientes!

Y por eso es que precisas comenzar ahora mismo a relacionarte con tus clientes y proporcionar una experiencia increíble para ellos en tu gimnasio. Para ayudarte con eso, EVO cuenta con envíos de email directamente desde el sistema!

QUIERO SABER MÁS



**No conocer los
hábitos de tus
clientes**



Este es el error que más impacta en los resultados cuando hablamos sobre la relación con los clientes. No saber lo que tu cliente busca, cuáles son sus principales necesidades, o lo que le gusta hacer es lo que deja en evidencia que no “hiciste la tarea”. Es muy importante obtener toda la información posible sobre cada uno de tus clientes.

Para comenzar a tener información que sea realmente útil para tus campañas de relacionamiento con clientes, podés hacer un simple cuestionario estandarizado (No necesita ser muy extenso), ya desde la primera visita al gimnasio, usando el BV (Boletín de Visita). Para ayudarte, tenemos unos modelos de BV ya preparados para que puedas usar. Sólo hacé clic aquí abajo y descargarlos:

Conquistá al visitante desde el primer contacto con tu gimnasio, [bajá aquí tu modelo de BV!](#)



Este primer paso ya te va a ayudar a saber un poco más sobre tus clientes, hacé una especie de operación curiosidad y recolectá la mayor cantidad de información y percepciones sobre lo que a ellos les gusta o cuáles actividades son de su interés

Intentá ir a fondo y descubrí lo que tu cliente realmente quiere, cuál es su objetivo dentro del gimnasio, estudio o box: Adelgazar? Quedar maravillosamente lindo(a)? Estar más fuerte? Sociabilizar? Pasarla bien?



‘Importante:

Viste cómo no sólo mostramos el problema, sino también le demos una potencial solución?

No podés olvidar nunca que los datos que se adquieren precisan ser actualizados periódicamente, ok?’



No segmentar a tus clientes



No segmentás a tus clientes en grupos de acuerdo con sus intereses? Cometer ese error puede generar gran insatisfacción en tus alumnos, ya que si a alguien le gusta el boxeo, por qué tendría interés en recibir información sobre Pilates? Te das cuenta de la importancia de segmentar? Separando a tus alumnos por grupos de interés será mucho más fácil crear una comunicación eficiente con ellos.



Cómo segmento a mis clientes?

Eso es muy simple, en serio! Una vez que el cliente se matricula y completa el cuestionario de intereses, tendrás informaciones que te ayudarán a incorporar a cada cliente en un grupo, volviendo permitiendo una comunicación direccionada para cada perfil, con más chances de ser una acción exitosa.



Cada cliente es un “influencer”

Eso quiere decir que él tiene varias personas cercanas, y, entonces, puede ayudarte a alcanzar un mayor número de personas (Padres, madres, hijos, amigos, etc.). Vas a poder saber quienes son esas personas luego de segmentar la zona de influencia de tus clientes.

De esa forma, cuando descubris que a un cliente le gusta salir frecuentemente con los amigos, puedes promover una acción específica de “trae un amigo y gana X% de descuento en la mensualidad”.





**No hacer que tu
cliente se sienta
exclusivo**



Cuando celebrás un cumpleaños y una persona que te gusta mucho, ni siquiera te manda un mensaje o te llama, te sentirías mal con eso, verdad? Ahora si sucede exactamente lo contrario, ciertamente te sentirías muy feliz.

Con tu cliente es igual! Si no aprovechas las fechas conmemorativas que son importantes para él, te aseguro que no se va a sentir exclusivo.



Como hacer que mi cliente se sienta exclusivo?

Podés comenzar enviando un mensaje super personalizado el día de su cumpleaños! Esa es una información que obtenés el día en que se anota en tu gimnasio. Coloca su nombre en un e-mail, ofrécele un pequeño reconocimiento cuando va a entrenar, estos pequeños gestos ayudan mucho.

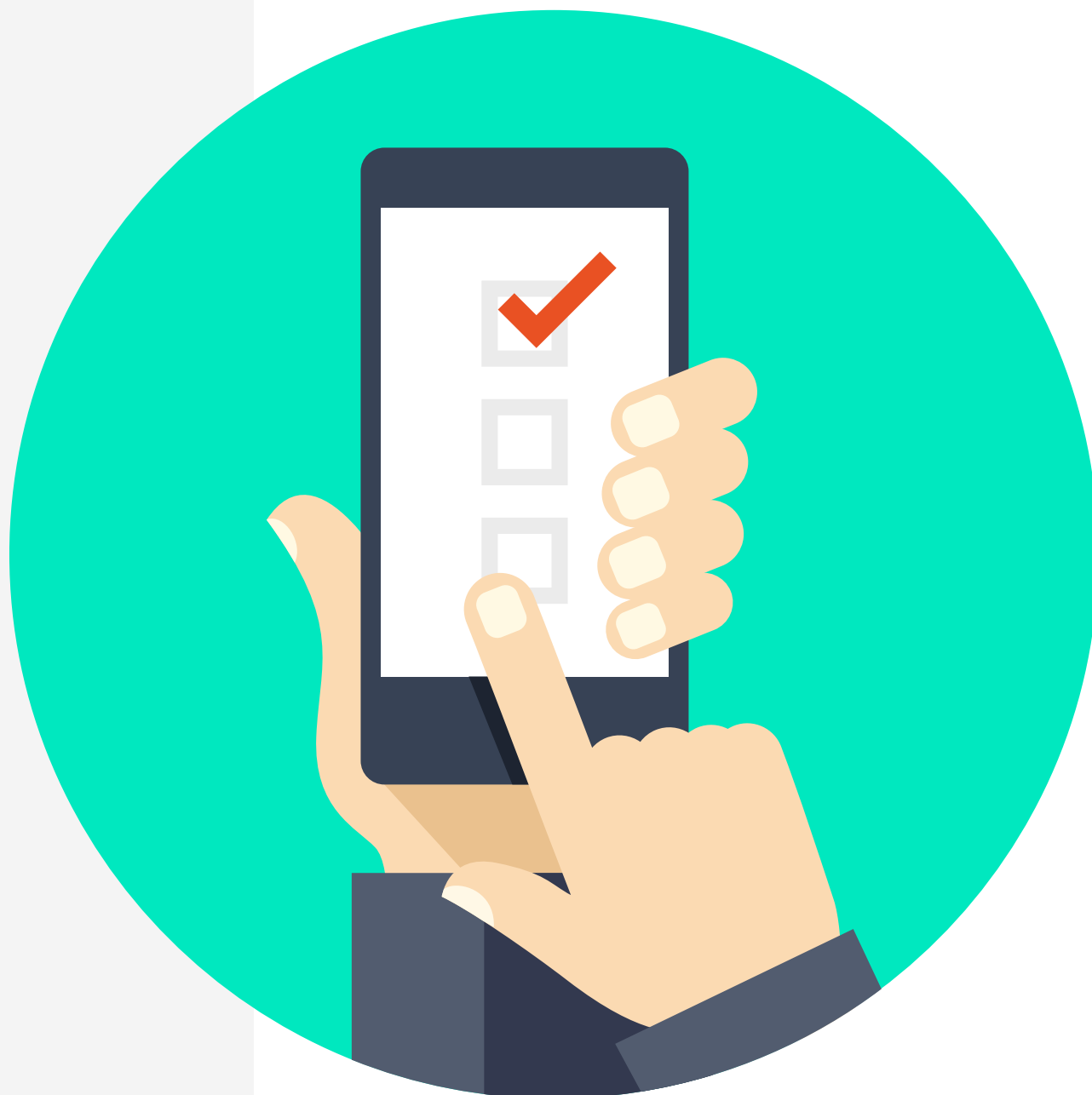
Otra forma en que podés hacer que tu cliente se sienta exclusivo, es enviar un mensaje correcto en el momento indicado. Por ejemplo: Si la fecha de renovación de un cliente estuviera próxima, no es bueno mandar un mensaje hablando sobre evaluación. Ese es el momento de enviar una comunicación sobre renovación, sus beneficios, ventajas, promociones, etc.





**No enviar
recordatorios de
vencimiento para
tus clientes**





Esa es una manera simple de mantener a tus clientes activos, aunque es muy poco utilizada. Generalmente no le recordamos a los clientes los vencimientos que están por venir, pero sí les reclamamos luego del vencimiento y terminamos volviendo muy fea la experiencia del cliente.

En lugar de esperar que el contrato venza para reclamarle, creá una rutina de avisos para que no lo olvide. Armá una mensaje bien simple, rápido y simpático, para cada cliente.

Los recordatorios son una óptima oportunidad para sorprender a tus clientes, ofrecé una promoción especial para que ellos se sientan estimulados a renovar el plan antes de la fecha.



► **Super tip:**

Recordáles las fechas de evaluación física, cambio de rutina, apto médico. Éstas suelen pasar desapercibidas y son óptimas herramientas de retención.'





**No mantener una
comunicación
frecuente y de
calidad**



Es necesario encarar el relacionamiento con el cliente como si fuese un matrimonio, o sea, para que dure muchos años de forma saludable, es preciso prestarle atención a los detalles y siempre buscar el momento de sorprender al otro. Sabiendo esto, decime: cómo está la relación con tu cliente?

En el caso de que hayas notado que hay fallas en la comunicación, muy probablemente estés llevando la relación por mal camino. Si no mantenés la comunicación constantemente, es como poner un punto final en esa relación.



Cómo puedo cambiar eso?



Comenzá pensando cuáles son los momentos-gatillo para tu cliente, o sea, una evaluación física, cambio de rutina de entrenamiento etc. Ahora, creá una línea de tiempo con los principales puntos de comunicación y volvelos frecuentes. No sólo frecuentes, hacé que la comunicación ayude a crear un lazo cada vez más fuerte entre ustedes.

En EVO hay más de 20 criterios que se pueden utilizar para conectar con tu cliente, desde de mensajes para visitantes, hasta contactos para alumnos ausentes:

QUIERO SABER MÁS

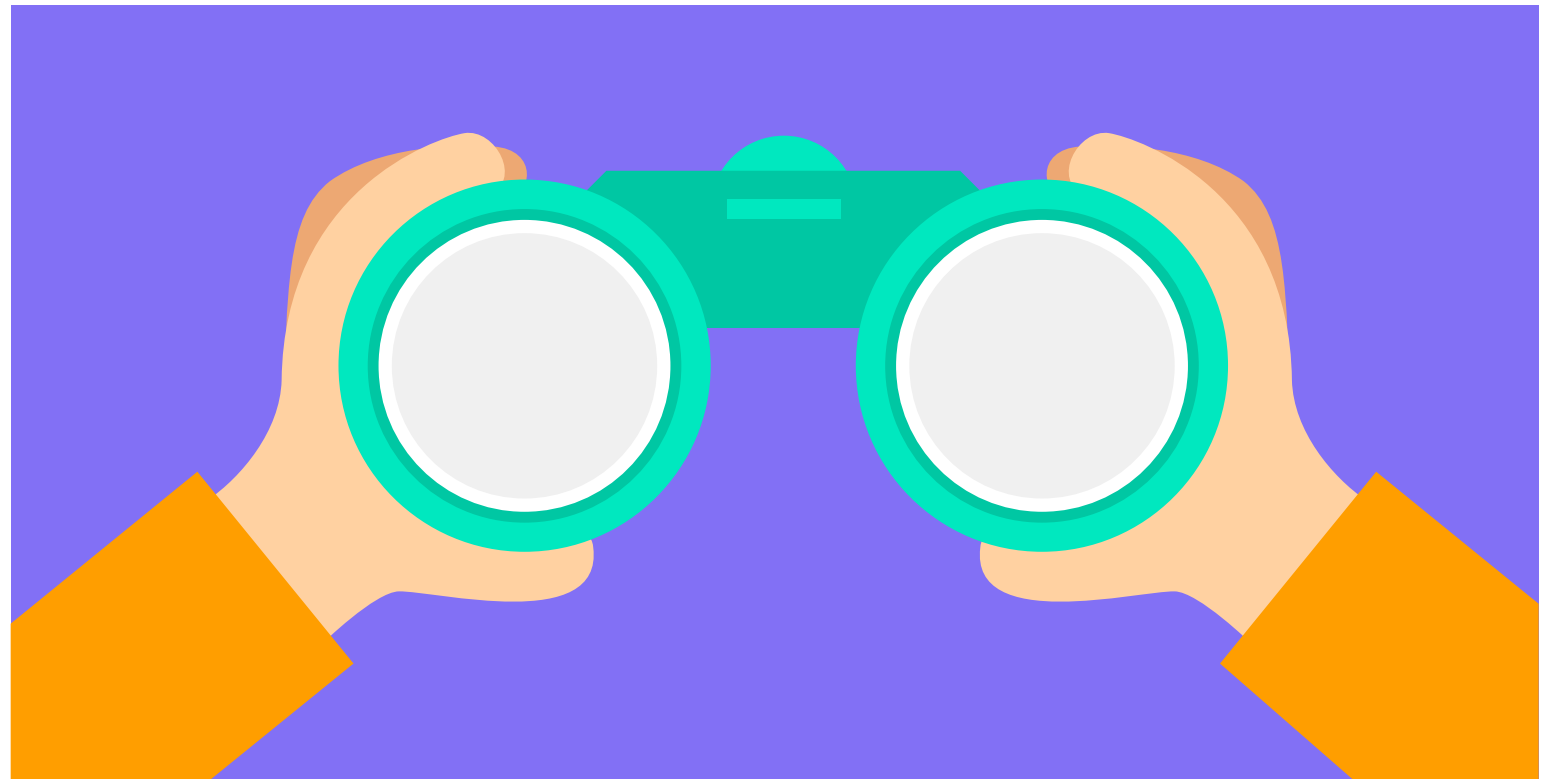


No alcanza con enviar un e-mail solo en el período de renovación del plan.



Los momentos-gatillo son los períodos en que el cliente, según el momento en que se encuentre en el relacionamiento con el gimnasio, recibe información sobre lo que sucede antes, durante y después de lo que él hará. Esa comunicación puede ser realizada por e-mail, SMS, Whatsapp, llamada, mensaje en el control de accesos, en fin, de la manera más eficaz para él.

‘La regla de contacto no es algo que se hace solo una vez. Para que cumpla bien su función, es necesario que la monitorées constantemente, para dar la sensación de que estás caminando junto al cliente en busca de sus objetivos.’





**No divulgar
los eventos
del gimnasio**



Ya escuchaste decir que la promoción es el alma del negocio? Entonces por qué todavía no promocionas los eventos de tu gimnasio? Esa regla no cambia para nuestro segmento del mercado!



Entonces, cómo sabrán las personas sobre los eventos, sin invertir en promoción?

Divulgar los eventos es una oportunidad de mostrarle a las personas la experiencia increíble que pueden tener en tu espacio.

No se necesita una mega inversión para divulgar las actividades. Armá un material simple, pero atractivo, con información clara para invitar a los alumnos a participar del evento. No olvides informar lo que va a suceder, para quien está destinado el evento, lo que los participantes ganarán y por qué no pueden quedarse afuera.



► Super tip:

Proponé un evento con posibilidad de traer amigos para vivenciar la experiencia del gimnasio, estudio o box por al menos una semana.'





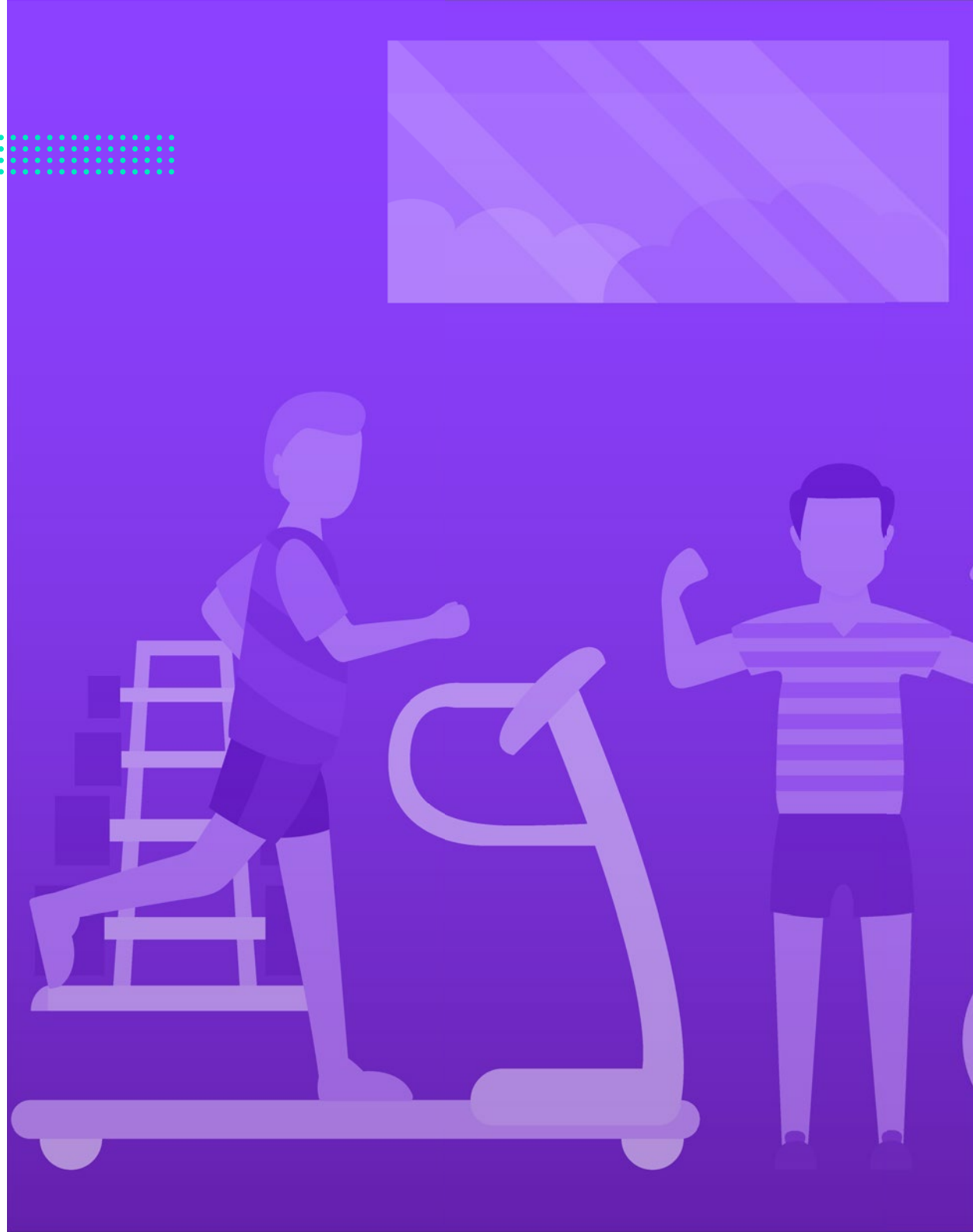
**No anticipar
los deseos
del cliente**



Anticipar el deseo de los clientes exige la capacidad de poder identificar cuales son sus preferencias y alinearlas con lo que tu negocio tiene para ofrecer. Esta es una de las mejores maneras de sorprender a tus clientes. Si no les ofreces este tipo de experiencia, probablemente no permanezcan demasiado tiempo a tu lado.

Tu equipo y vos deben demostrar un genuino interés por todos los clientes, para que esa “anticipación de sus deseos” sea eficaz.

Así podés crear nuevas posibilidades y despertar en él el interés que estaba adormecido en su interior, fortaleciendo aún más el vínculo Gimnasio-Cliente.





008

**Dejar de
recuperar los
clientes antiguos**



Que un cliente haya dejado de venir al gimnasio, no quiere decir que debas dejar de intentar reconquistarlo. Ese es un habitual gran error. Pensa en las épocas de “baja temporada”, como vacaciones o época invernal cuando la rotación de alumnos suele ser muy alta.

A veces es la falta de novedades en el gimnasio y de una interacción fluida, lo que lleva a los alumnos a perder el interés y a no renovar el pago de la cuota.

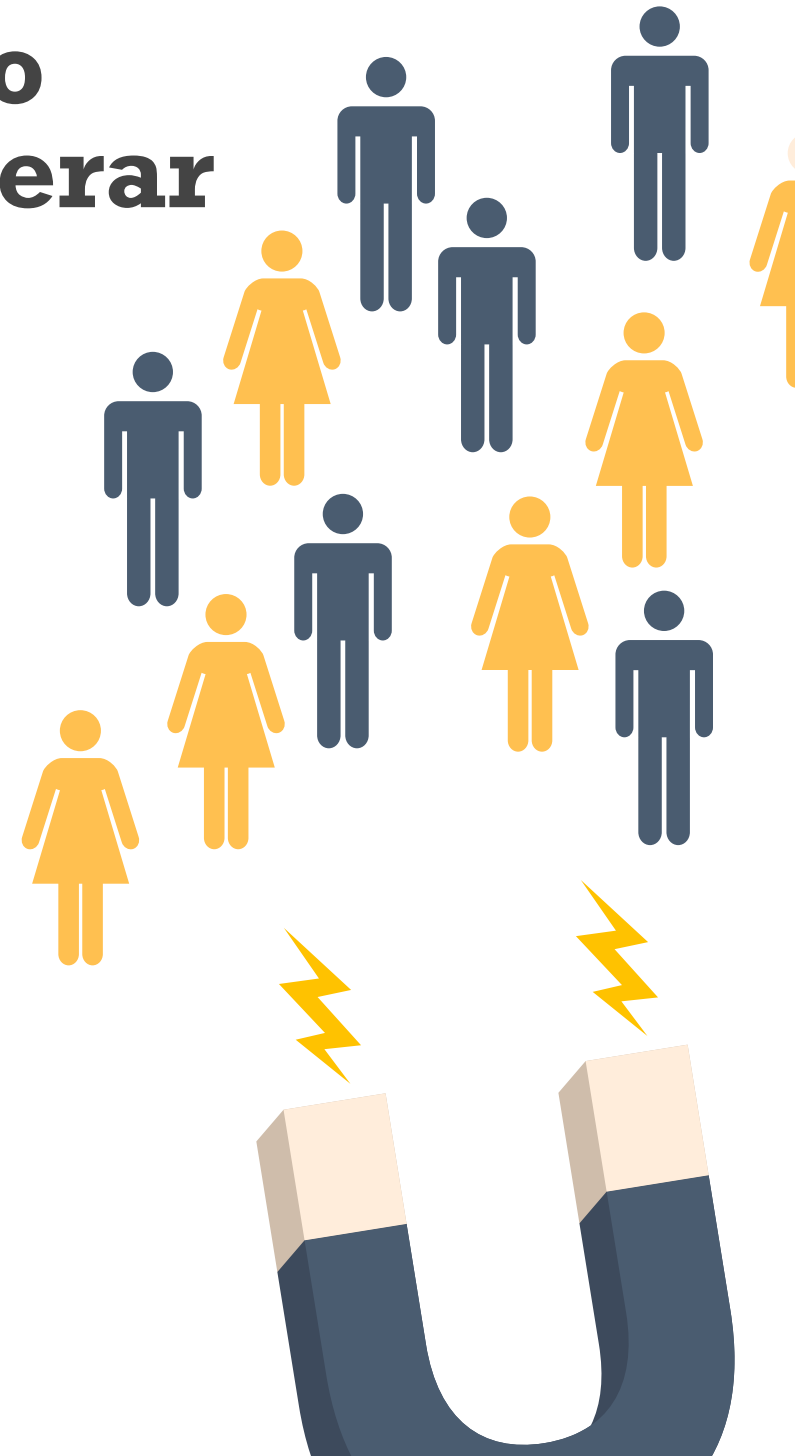


Qué acciones puedo realizar para recuperar clientes antiguos?

El primer paso - nuevamente- es conocer los gustos y hábitos de ellos. Así, cuando agregues en la grilla de horarios una modalidad que no tenía antes, pero sabés en que tiene interés tu cliente, será mucho más fácil identificarlo y despertar la voluntad de practicar cicle, por ejemplo.

Eso dará un pretexto para retomar la comunicación. Para eso, es importante tener la información de tus clientes organizada y bien gestionada (Un Software ayudaría mucho en esa parte).

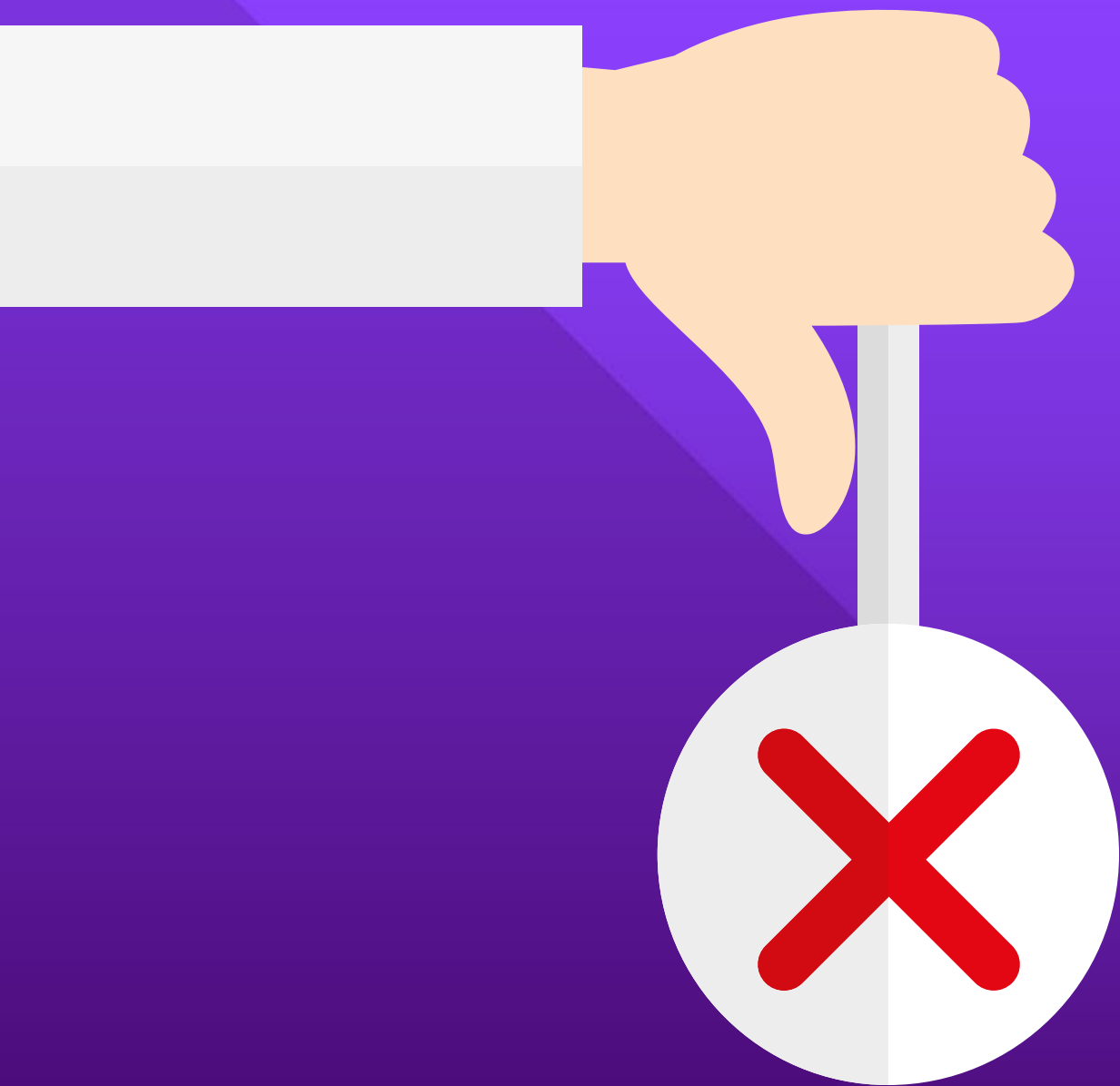
QUIERO SABER +



► **Super tip:**

Incluso para ex-clientes, continuá mandando un newsletter con contenidos relevantes e invitaciones para los eventos. Creá siempre un diseño diferente para los emails, mostrando que es una invitación especial para ex-clientes.'





**No ser relevante
para tu cliente**



No necesitamos decir que mandar un mensaje estandarizado para todos los clientes es pésimo y no contribuye en nada para tornar tu comunicación relevante, verdad? Es importante saber que el cliente sólo va a leer y guardar la información que es relevante para él.

Antes de apretar el botón enviar, tenes que saber muy bien a quién está dirigido el mensaje. Si una persona odia musculación, nunca le mandes un e-mail sobre los beneficios de “hacer fierros”. Vas a tener mucho más resultado si le enviás noticias, beneficios, videos, sobre un tema con el cual se identifica.



Esa es una regla que vale tanto para clientes activos como para los prospectos. Así que cuando un cliente potencial visita tu gimnasio, asegurate de que todo el equipo de ventas se interesará en captar toda la información posible sobre sus preferencias. Sólo así, vas a conseguir ser relevante para ellos.

ACORDATE, ojos abiertos y mucha cautela antes de enviar el mismo e-mail o sms para todos tus clientes! No cometas más ese error.





10

**No tener la base
de datos siempre
actualizada**



Ese error puede costarte muy caro, tanto en desperdicio de dinero como de tiempo. Te imaginás pasar un tiempo montando un super e-mail, que sabés que va a hacer que tu cliente interactúe, pero en el momento en que el e-mail sale de tu casilla, vuelve con un mensaje de error? Eso no es nada bueno!!

Tener la base de datos de tus clientes actualizada es una de las principales buenas prácticas de gestión y ese es el secreto para conseguir retener a tus clientes (qué estás esperando para ir a buscar un software que te ayude a tener un mejor control?). Entonces vas a poder tener una segmentación certera para que los mensajes lleguen al público-objetivo.

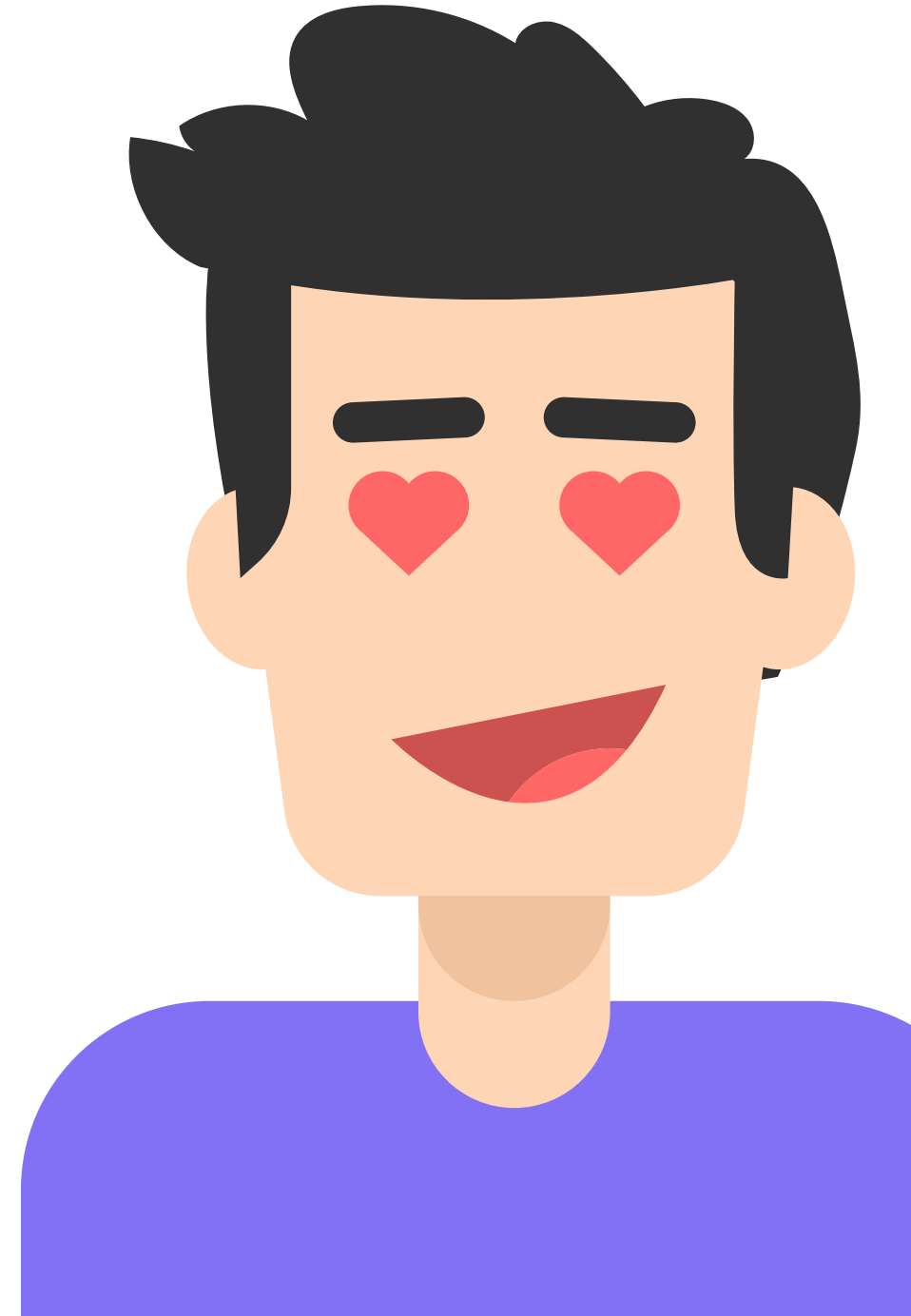


Siempre chequeá Nombre, dirección, teléfono, momento dentro del gimnasio, cambio de actividades y demás datos. Cuanto más detallada sea esa información, mejor será la segmentación.



Y qué ganás a cambio?

Clientes felices y muy satisfechos, que hacen propaganda gratuita de tu negocio y que permanecen a tu lado por muchos y muchos años.



Con clu sión



Saber cómo relacionarte con el cliente es muy importante! Ahora que ya conocés los principales errores de relacionamiento con el cliente, qué tal comenzar poner en práctica un plan de comunicación que ayudará a tu gimnasio a fidelizar a tus clientes y hacer que ellos quieran seguir entrenando para siempre en tu espacio?

Una buena comunicación proporciona varias oportunidades para que tu gimnasio gane clientes satisfechos, facture más dinero y hasta se convierta en una referencia en tu región.

Qué estás esperando para comenzar a comunicarte con tus clientes?

EVO es un sistema de gestión para gimnasios que ayuda al gestor a tener un control mucho más completo de todo lo que es importante para el negocio y también, ***cuenta con envío de e-mails automáticos para poder iniciar inmediatamente a mejorar la relación con tus clientes!***

**No pierdas más tiempo.
Mejorá ahora la relación con tu
cliente y hacé que tu gimnasio
tenga más resultados!**



**PARTICIPÁ DE UNA
DEMOSTRACIÓN ONLINE**

eVo