



## 5 Estrategias de ventas que generan resultados

## Querido lector,

Desarrollar una cultura de la venta en el gimnasio es esencial para el éxito.

De nada servirá reducir el precio para atraer clientes, ya que, si el valor aumenta, ellos se irán!

Para ser asertivo en las ventas es importante desarrollar un planeamiento estratégico que realmente traerá resultados positivos para el gimnasio y para su equipo.

Para ello, preparamos un material para ayudarlo a implantar las mejores estrategias de ventas en su gimnasio.

Buena lectura!



# 5 Estrategias de ventas que generan resultados

## Consultoria técnica

Ricardo Cruz

Diretor executivo da B2F Assessoria

## Edición de texto

Aline Genachi

## Revisión de texto

Thais de Almeida

## Edición de imágenes

Marcel Velloso

## Imágenes

Shutterstock

## Traducción al Español

María Cecilia Marín

# Sumario

Venta consciente + satisfacción del cliente = resultados positivos en las ventas .....	05
Estrategias de ventas que generan resultados .....	06
1. Organice un proceso de ventas .....	07
2. Desarrolle profesionales .....	06
3. Contribuya con el foco de su equipo .....	08
4. Cumpla lo que prometió .....	09
5. Desarrolle una comunicación efectiva .....	10
Simplifique las ventas .....	11



## Venta consciente + satisfacción del cliente = resultados positivos en las ventas

Uno de los principales desafíos enfrentados para el gimnasio es hacer que las personas conozcan y visiten el gimnasio. Diversos factores pueden influenciar en la decisión, desde el precio hasta los detalles en el trato.

Entonces, para apalancar el número de clientes es de extrema importancia dejar claro a los profesionales del gimnasio la importancia de cada uno de ellos en el resultado a la hora de atraer clientes. De esa forma, una actitud de ventas consciente y eficiente permitirá la satisfacción de los clientes y se verá reflejado en los resultados de la empresa.

*Estrategias de ventas que  
generan resultados*



Symbol	Open	High	Low	Close
Oil	82.15	82.43	81.80	82.15
Gas	2.75	2.78	2.72	2.75
Electric power	55.00	55.50	54.50	55.00



DATE	BID	ASK	PRO	Q&A
JAN	€ 241.00	€ 358.00	€ 104.00	
FEB	€ 998.00	€ 348.00	€ 378.00	
MAR	€ 318.00	€ 415.00	€ 930.00	
APR	€ 262.00	€ 146.00	€ 107.00	
MAY	€ 839.00	€ 890.00	€ 801.00	
JUN	€ 756.00	€ 579.00	€ 691.00	
JUL	€ 622.00	€ 870.00	€ 913.00	
AUG	€ 557.00	€ 775.00	€ 934.00	
SEP	€ 90.00	€ 300.00	€ 437.00	
OCT	€ 857.00	€ 318.00	€ 200.00	



## 1 Organice un proceso de ventas

La desorganización se refleja en el resultado de las ventas y, generalmente, de manera negativa. Por eso, el proceso de ventas bien definido, además de orientar y facilitar el trabajo del equipo comercial y del gestor, le demuestra al potencial cliente organización y atención.

De esa manera, se crea un aspecto más tangible para el prospect, pues él percibe la calidad de la prestación de servicio, lo cuál favorece la decisión de compra.

## 2 Desarrolle Profesionales

Un atleta olímpico tiene la genética a su favor, pero sin entrenamiento no conseguirá ningún resultado significativo. Siguiendo ese razonamiento, los vendedores no nacen formados. Vender es una habilidad que puede ser aprendida y desarrollada.

Por eso, es fundamental invertir en su equipo de una manera organizada y constante.

El entrenamiento comienza con un curso de fin de semana y se perpetúa y consolida en el día a día.

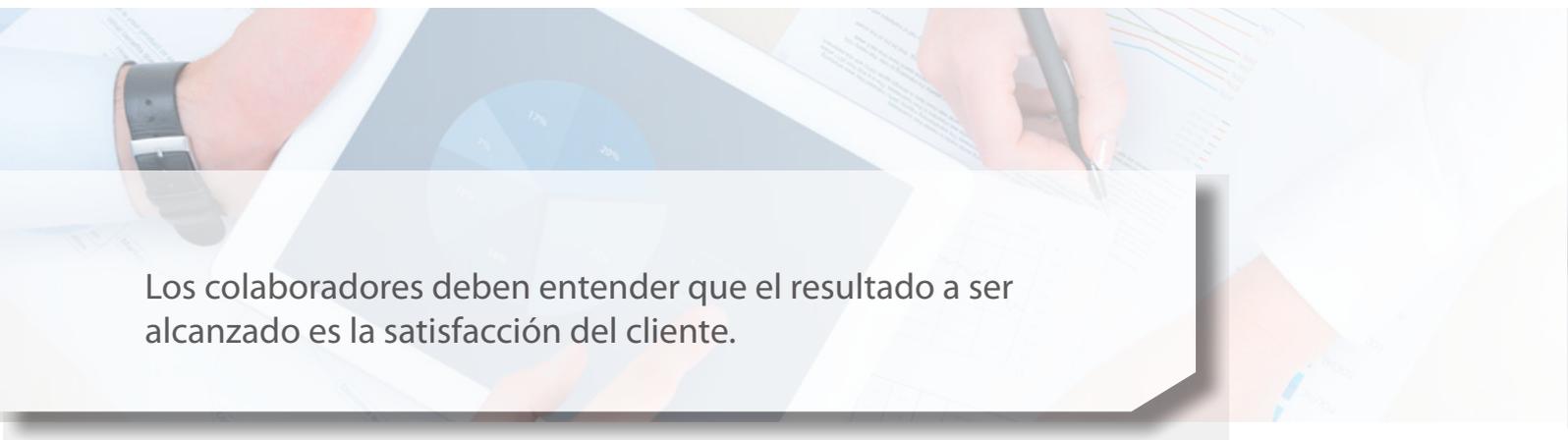
La inversión en el equipo garantizará el retorno en resultados positivos para sus clientes, sus colaboradores y su empresa. Al capacitar a los profesionales del gimnasio, ellos se sentirán valorados por la oportunidad y conocimiento ofrecidos y se esforzarán naturalmente para tener buen rendimiento.



### 3 Contribuya con el foco de su equipo

Cuando no se sabe a dónde se quiere llegar, cualquier camino sirve. Entretanto, el camino puede ser tortuoso y lleno de baches, lo que causará daños a la empresa. De esa forma, lo ideal es tener un mapa para guiarlo durante el transcurso y evitar contratiempos.

Para no caer en trampas, establezca el objetivo a ser alcanzado para que su equipo trabaje enfocado y busque la superación. La organización también contribuye para unir a las personas en prol de un resultado común, para que trabajen enfocadas y se ayuden.



Los colaboradores deben entender que el resultado a ser alcanzado es la satisfacción del cliente.



## 4 Cumpla lo que promete

Una de las estrategias de ventas fundamentales es que el equipo comercial debe ser facilitador de la satisfacción para cada cliente. A partir de la primera visita de una persona a su gimnasio, y aun después de que se torne cliente, el foco del equipo de ventas debe ser acompañarla para saber se está alcanzando los resultados esperados.

Con eso, el equipo de ventas contribuye para que los clientes tengan buenas experiencias con la actividad física y, así, permanezcan por más tiempo con usted, trayendo además amigos y familiares al gimnasio.

Además de eso, el gestor debe contar con el acompañamiento del equipo, pues solamente así sabrá si el gimnasio está cumpliendo lo que le prometió a cada cliente.

Cerca del 75% a 85% del ingreso del gimnasio proviene de los clientes actuales, no de los nuevos.



## 5 Desarrolle una comunicación efectiva

Generalmente, las campañas de comunicación de un gimnasio se basan en un precio promocional o un descuento. Pero, eso puede ser un “arma de doble filo”, pues quien compra eligiendo precio también se va por el precio.

De esa forma, una vez que usted reduce el precio para concretar una venta específica, al volver al valor normal hará que los clientes que pagaron menos abandonen el gimnasio. Por eso, la comunicación efectiva es una estrategia de venta esencial para generar resultados positivos en la caja.

Entonces, es extremadamente importante planear la comunicación para agregar valor a su gimnasio y, para eso, se debe comunicar contenido relevante para los diversos clientes del gimnasio. Siguiendo ese certeiro, en la comunicación, desarrolle estrategias para cada grupo: edad, sexo o intereses en común con temas importantes para cada grupo que haya segmentado.

Recuerde: Lo urgente es la consecuencia de no pensar en lo importante.



## Simplifique las ventas

El momento de la venta no puede ser algo cambiante. Entonces, simplifique procesos y estimule a su equipo de ventas para innovar. Pero, recuerde que innovar no significa necesariamente inventar, pero sí mejorar algo que ya existe.

Con eso en mente, desafíe al equipo comercial de una manera saludable e involucre al equipo para que las estrategias de ventas implantadas en el gimnasio sean eficaces y que duren por mucho tiempo, y no solamente por uno o dos meses.

A blurred background image of a business meeting. In the foreground, a person's hand is pointing at a tablet computer. The tablet screen displays various data visualizations, including a bar chart, a pie chart, and a line graph. The overall scene is brightly lit and has a professional, collaborative atmosphere.

**evo**

[www.w12.com.br](http://www.w12.com.br)