

eVo



8 pasos para una recepción nota 10

Sumário

1. Recepcionista o Consultor de Ventas	04
2. Redes sociales y Smartphones Vs. Productividad	10
3. La buena atención comienza por ti	15
4. Utiliza todas las funcionalidades de tu control de acceso	19
5. Libérate del Pre-concepto	21
6. Promueve la unión de la recepción y los instructores	25
7. Crea un flujo de bienvenida	30
8. Realiza campañas de ventas	32

Introducción

La recepción es el primer contacto directo que tu alumno o cliente potencial tiene con tu gimnasio, estudio o box de Crossfit. Por ello, acaba siendo uno de los sectores que más dudas genera a la hora de organizar y utilizar las mejores prácticas de gestión.

En este material hemos separado 8 pasos importantes que te ayudarán a organizar mejor tu recepción, optimizando los procesos y mejorando el rendimiento con el público que atiendes diariamente.

El tema es muy amplio y algunos métodos pueden ser diferentes de los que se adoptan habitualmente, pero utiliza este material como guía y promueve el debate con todo el equipo.

Estamos seguros de que esta es la mejor manera de realizar un cambio rápido y significativo capaz de impactar directamente en tus resultados.

¡Buena lectura!

1

¿Recepcionista
o Consultor
de Ventas?

¿Conoces la
verdadera
diferencia?



Consultor de ventas

Profesional responsable de realizar llamadas y atender a los prospectos de un gimnasio.

Recepcionista

Profesional responsable de dar la bienvenida al cliente, dar información básica y ocuparse de las actividades rutinarias de la recepción del gimnasio.





Es habitual que algunos gimnasios mezclen las dos funciones, lo cual no está mal, porque se convierte en una forma de optimizar el tiempo.

Después de todo, no tiene sentido que un gimnasio pequeño tenga dos profesionales para realizar pequeñas tareas.

Dependiendo de tu presupuesto de personal, podrías intentar convertir a tu recepcionista en un asesor de ventas. El la recepcionista puede beneficiarse con un ingreso extra a través de las comisiones, y tú también puedes aprovechar los tiempos muertos ocasionales.

Sin embargo, para que esto ocurra de forma saludable es necesario tomar dos importantes precauciones

A

Al momento de la contratación, es necesario alinear las expectativas de ambas partes.

Ambos deben acordar las funciones y comisiones. El contratado no debe tener miedo de exponer su punto de vista y el contratante debe escucharlo.

Esta práctica hace que ambas partes se sientan seguras y evita conflictos futuros.





B

Invierte en cursos y capacitaciones internos.

A no ser que seas experto, busca materiales, ejemplos de otras empresas, cursos y metodologías que puedan ayudar tanto al gestor como al equipo.

Dejar los porcesos librados al azar es uno de los peores errores que una empresa puede cometer.

Nunca tengas miedo de perder un buen recepcionista para que se convierta en un excelente agente de ventas

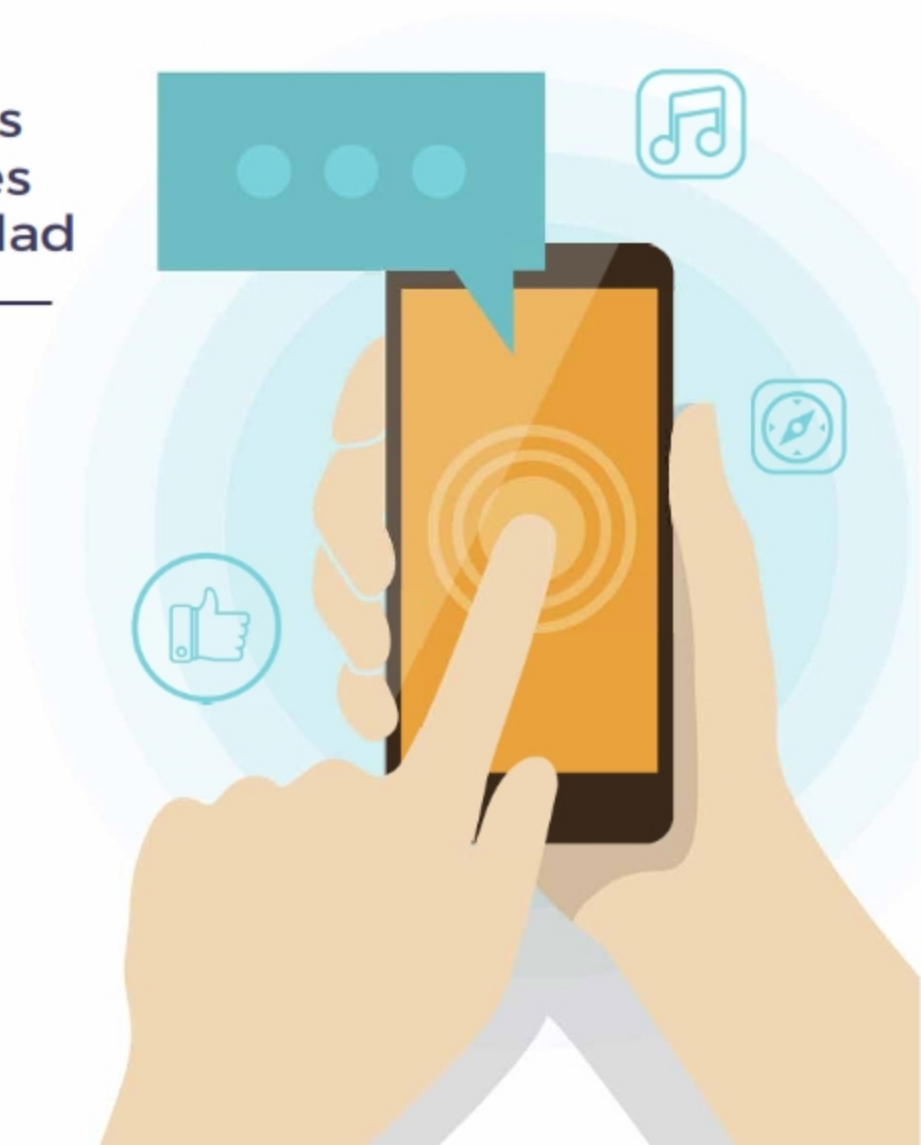
Pensar en el bienestar y en potenciar los talentos de cada profesional es el mejor camino para que todos se sientan más felices y obtengan mejores resultados.

Consecuentemente mejorarán los resultados de la empresa.



2 Redes Sociales y Smartphones Vs. Productividad

Al igual que miles de personas, un recepcionista tiene un smartphone y está todos los días en un ordenador con acceso a Internet. Por ello, es más que normal que algunas personas utilicen estas facilidades para acceder a sus redes sociales, correos electrónicos personales y Whatsapp.

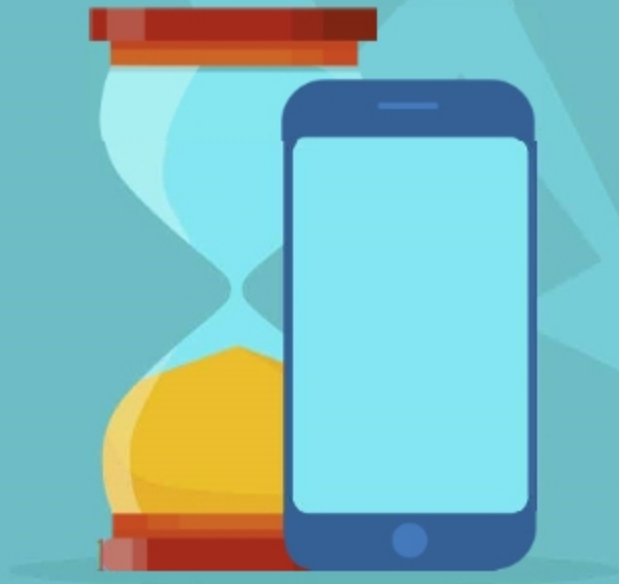




Vistos por muchos directivos como malos hábitos , no podemos ignorar que son acciones que forman parte de la vida cotidiana de la mayoría de las personas, convirtiéndose casi en una necesidad de comunicación y actualización. Pero, al igual que cualquier acto practicado compulsivamente

**esta práctica
puede convertirse
en inconveniente
para ambos lados.**

El uso excesivo de smartphones y redes sociales traen productividad debajo de la media, y resultados pobres para el gimnasio.



El primer paso que hay que dar es el diálogo a la vieja usanza. Ambos deben ser transparentes entre sí. Establecer normas acordadas sobre el uso de las herramientas durante la jornada laboral. La decisión final es siempre del gestor y, básicamente, condicionada por ambas partes

A

El gestor puede liberar su uso, siempre que cumpla con los objetivos y las tareas que se han estipulado.

B

El gestor puede prohibir el uso de redes sociales durante el horario de trabajo.



Sobre la segunda alternativa:

- I** Cuando decimos que puede, significa que tiene derecho, incluso legalmente, a controlar este comportamiento.
- II** Si decides seguir este camino, ten en cuenta que tendrás que controlar supervisar su actividad en las redes sociales.
- III** O si dices que no vas a tolerar que pierda el tiempo en las redes sociales, cuando veas que ha roto el trato, no lo tolere! Advértele. si es necesario, toma medidas.
Pero actúa según lo acordado.

Y, por supuesto, entre las alternativas "A" y "B" : hay muchos otros medios términos que se pueden utilizar.

3

La Buena Atención Comienza por ti

Independientemente de la fase financiera que atraviese la región, uno de los factores que más contribuye a que un posible cliente decida una compra o que un cliente se mantenga fiel a un gimnasio está directamente relacionado con el ¡BUEN SERVICIO!

Parece una tontería poner aquí en este Ebook algo sobre el servicio al cliente, después de todo, cientos de personas creen que su gimnasio tiene un servicio diferenciado . Pero, no nos equivoquemos, la buena atención debe estar siempre a la orden del día y muy bien alineado con cada gimnasio, estudio o centro de entrenamiento.



Todos tenemos días malos , pero insiste en que los problemas personales se dejen del lado de afuera de la puerta del gimnasio, ya que la persona en recepción suele ser la primera persona con la que interactúa un cliente al llegar.



Para proporcionarle grandes experiencias mientras permanece en el gimnasio, lo mejor es que esto suceda desde el momento en que llega.



Y sin querer ser repetitivos,
queríamos señalar que

No existe posibilidad
de que tu
recepcionista tenga
una postura
comprensiva si está
pegada a su
ordenador o
smartphone.

Refuerza la importancia de prestar atención y tener contacto visual con tu cliente, algo que es imposible de hacer si se entrega a las distracciones que ofrece el mundo virtual.

Pero hazlo de manera igualmente cordial y amigable

porque si tu equipo se comporta de forma poco amable en forma endémica, lo más probable es que sea responsabilidad del líder.



4 Utiliza todas las funcionalidades del control de acceso

Los torniquetes de los gimnasios son esenciales para la organización y eso es un hecho. A través de ellos podemos observar los datos que son importantes para el gestor, como la frecuencia de los alumnos, las horas más concurridas, la duración de la estancia, qué días de la semana van la mayoría de los alumnos, etc. Pero algunos profesionales no utilizan una funcionalidad que va más allá de todo esto **Notificar a un cliente cuando su membresía expira.**



En un mundo ideal, todos sabemos que un gestor con los procesos ordenados evita que este momento se produzca, pero como es casi inevitable, debe orientar a su recepcionista para que nunca mencione, ni siquiera de forma sutil, que el torniquete se ha bloqueado porque el alumno no ha pagado el gimnasio .

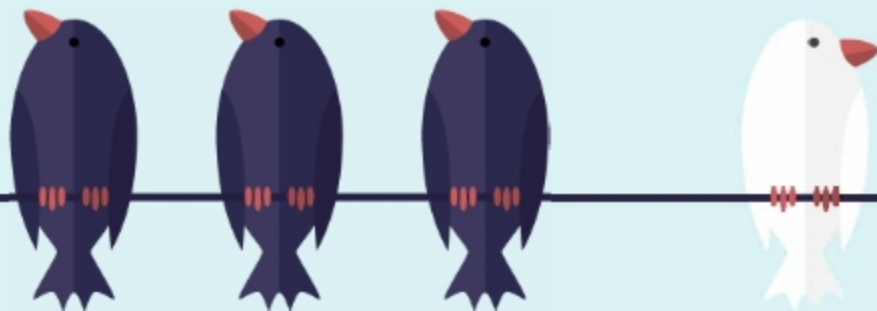
Aunque sea cierto, cuando ocurre algo así, es el momento de sonreír, culpar al sistema y tratar el asunto de la manera más relajada.



5 Libérate del Preconcepto

En la mayoría de los gimnasios, la zona de recepción es donde suelen vivir los prejuicios. Al final, las recepcionistas siempre son vistas como la señorita que se queda en la recepción y tiene poca capacidad.

Este prejuicio es grave y debe ser objeto de una profunda reflexión. Sí, es cierto que nadie en su infancia sueña con ser recepcionista de gimnasio, pero es una función importantísima y la puerta de entrada a otras actividades.





No hay que dejar de ver a las y los recepcionistas como profesionales imprescindibles y con gran potencial.

Por más que se trate de uno de sus primeros trabajos, el gestor debe fomentar siempre el aumento de las tareas y responsabilidades de las personas en recepción, que a su vez deben intentar hacer siempre su trabajo con excelencia, cuidado y compromiso.



El pre concepto no puede difundirse

Por eso, ante cualquier comentario inapropiado de otro colaborador o incluso un cliente, dialoga y resalta que la función de recepción es esencial para el gimnasio.



Pobre venta telefónica primero es preciso entender que no nació siendo algo detestable y odioso.

¡Y lo más importante es que no necesita ser así!

Encara tu venta telefónica como una herramienta a tu disposición. ponte manos a la obra y haz que los llamados ayuden a mejorar los resultados aumentando las visitas en tu local y generando más conversión que aumentará el número de clientes.

6

Promueve la Unión de la Recepción y los Instructores

Cómo podemos vender algo que no poseemos ni conocemos

Para una buena venta o información es esencial que una recepcionista sepa cada día más sobre el producto que está vendiendo.



Para ello debe participar
en las actividades de un
gimnasio, estudio o
centro deportivo.

Realizar actividades e ir al gimnasio
como un cliente le hará ponerse en la
piel del cliente, conocer los servicios y,
sobre todo, promover la integración
entre la recepción y el equipo técnico.

Promueve, de forma creativa y eficaz,
la integración de tu equipo técnico
con tu equipo de ventas.



Anima a los profesores a participar en el recorrido de ventas con los recepcionistas, busca la manera de generar ese interés.

No permitas que tu gimnasio sea dividido en islas que no se comunican...



Aprovecha para estimular a tus recepcionistas a que adquieran hábitos saludables

Compromete a tus profesores en esa campaña, ya que ellos adoran conversar sobre entrenamiento y buena alimentación. Crea profesores padrinos de los recepcionistas, que los incentivarán a practicar más ejercicios y mejorar la alimentación.





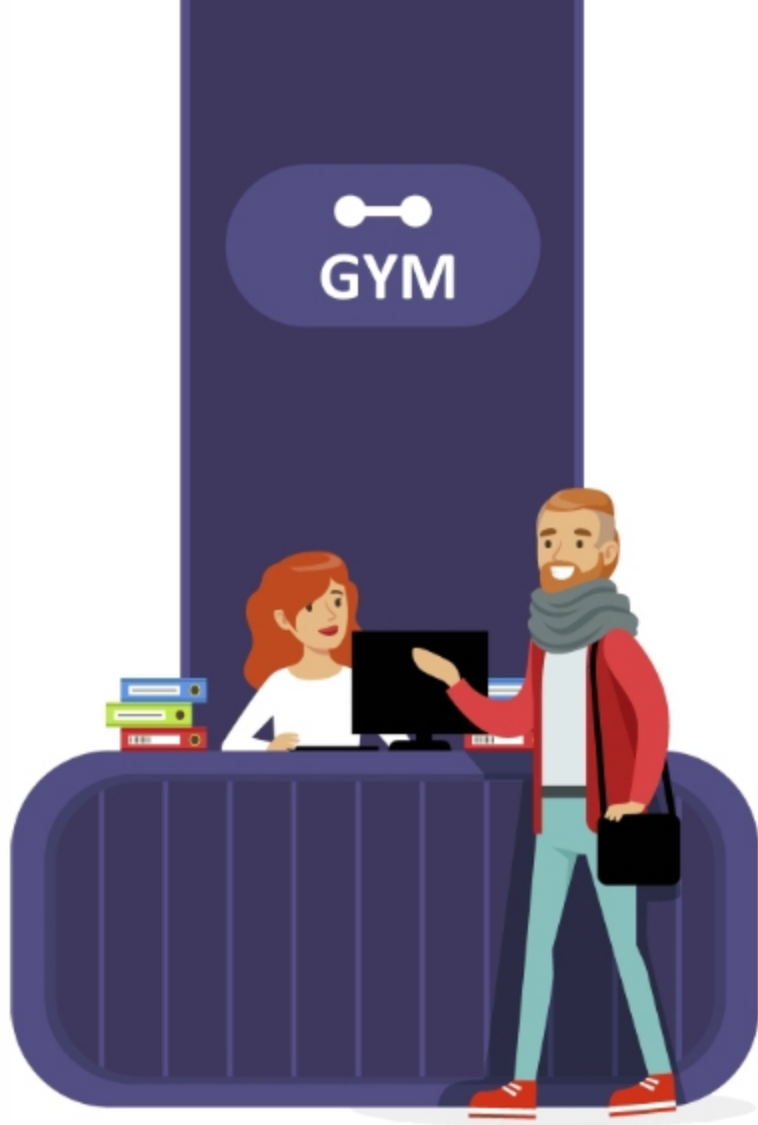
Experiencia es un gran argumento de venta

Asegúrate de que cuando hablen con un cliente potencial, le hablen de la experiencia de cambio de hábitos que están viviendo, ¡creando una empatía fundamental para la decisión de compra!

7

Crea un Flujo de Bienvenida

Es muy bueno tener un guión de bienvenida para el nuevo cliente, porque muchas veces, necesita aclimatarse en el gimnasio. Crea con tus recepcionistas un flujo para recibirlo de la mejor manera posible, porque acaba de convertirse en tu cliente, y necesita sentir que tomó la mejor decisión al contratar un plan de entrenamiento en tu gimnasio.



Pero no olvides nunca a tus antiguos clientes, que también merecen un trato especial. Utiliza tu torniquete en tu beneficio prográmalo para que te avise cuando tu cliente venga más de X veces en la misma semana, o cuando tenga un aniversario en el gimnasio. Investiga con los profesores sobre los objetivos de tus clientes y celebra con ellos al llegar cuando hayan alcanzado sus metas.

**Haz que tus clientes
se sientan bien, diles
de la importancia
que tu gimnasio hace
¡en su vida!**



8

Ten Campañas de Ventas



Además de una buena formación, unos guiones eficaces y un seguimiento constante, ayuda mucho a los recepcionistas si se crean campañas de venta.

Están motivados, sienten que la carga se ha aligerado porque las campañas dan la impresión de que se ha hecho más fácil la venta, y evitan la pesadez de la carrera de obstáculos.

Sigue el sabio consejo de Einstein

"Es una locura querer resultados diferentes siguiendo las mismas estrategias".

Crea las campañas junto con tu equipo de ventas,

preferiblemente añadiendo un evento o una fecha conmemorativa. Y no lo olvides al igual que creaste una condición especial para el nuevo cliente, aprovecha para establecer un objetivo agresivo, con una bonificación más atractiva de lo habitual.

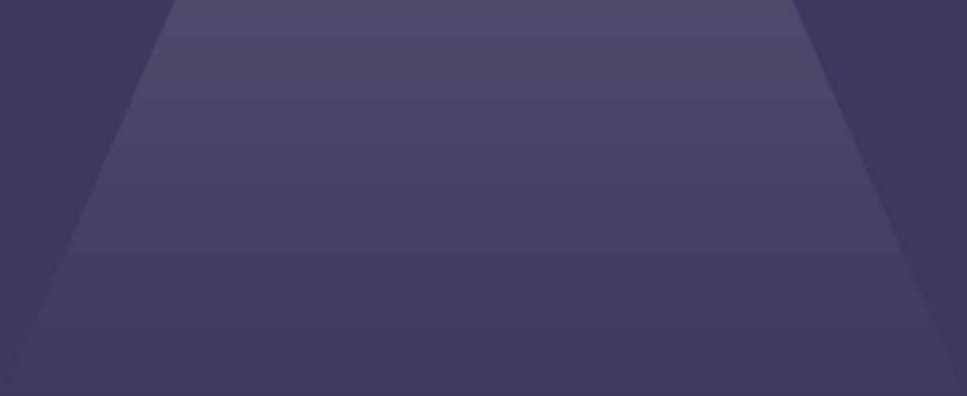


No te olvides de crear y evaluar el rendimiento de tu equipo durante la campaña, si alcanzaron o no su objetivo.

Utiliza indicadores en tiempo real como los que te brinda EVO para observar tus cifras y concienciar a tu equipo.

Celebra la conquista del objetivo. ¡Recoge los valiosos aprendizajes cuando no sea así! ¡Y prepárate para pasar al siguiente desafío!





Esperamos que hayas disfrutado del contenido y puedas poner en práctica algunos de los consejos que contiene este material.

Comparte el libro electrónico con tus recepcionistas, demuestra que te preocupas por su rendimiento y animales a buscar otras formas de conocimiento.

¡Gracias!