

7

eVo

PECADOS

de la **RETENCIÓN**

en Gimnasios



# Sumario

Introducción .....	3
1. La falta de resultado de su cliente .....	5
2. El Abandono .....	7
3. Rutina .....	10
4. La Experiencia del Cliente .....	12
5. Entrenamiento Trivial .....	14
6. Sociabilización .....	17
7. La falta de tiempo de su cliente .....	19
Conclusión .....	22

## Introducción

Gracias por bajar nuestro E-book con los 7 Pecados Capitales de la Retención.

A pesar de que el tema propuesto parece un tanto “negativo”, nuestra intención es invitarlo a la reflexión sobre un tema que probablemente le está robando gran parte del esfuerzo que usted hace en sus campañas de venta: el abandono de sus clientes!

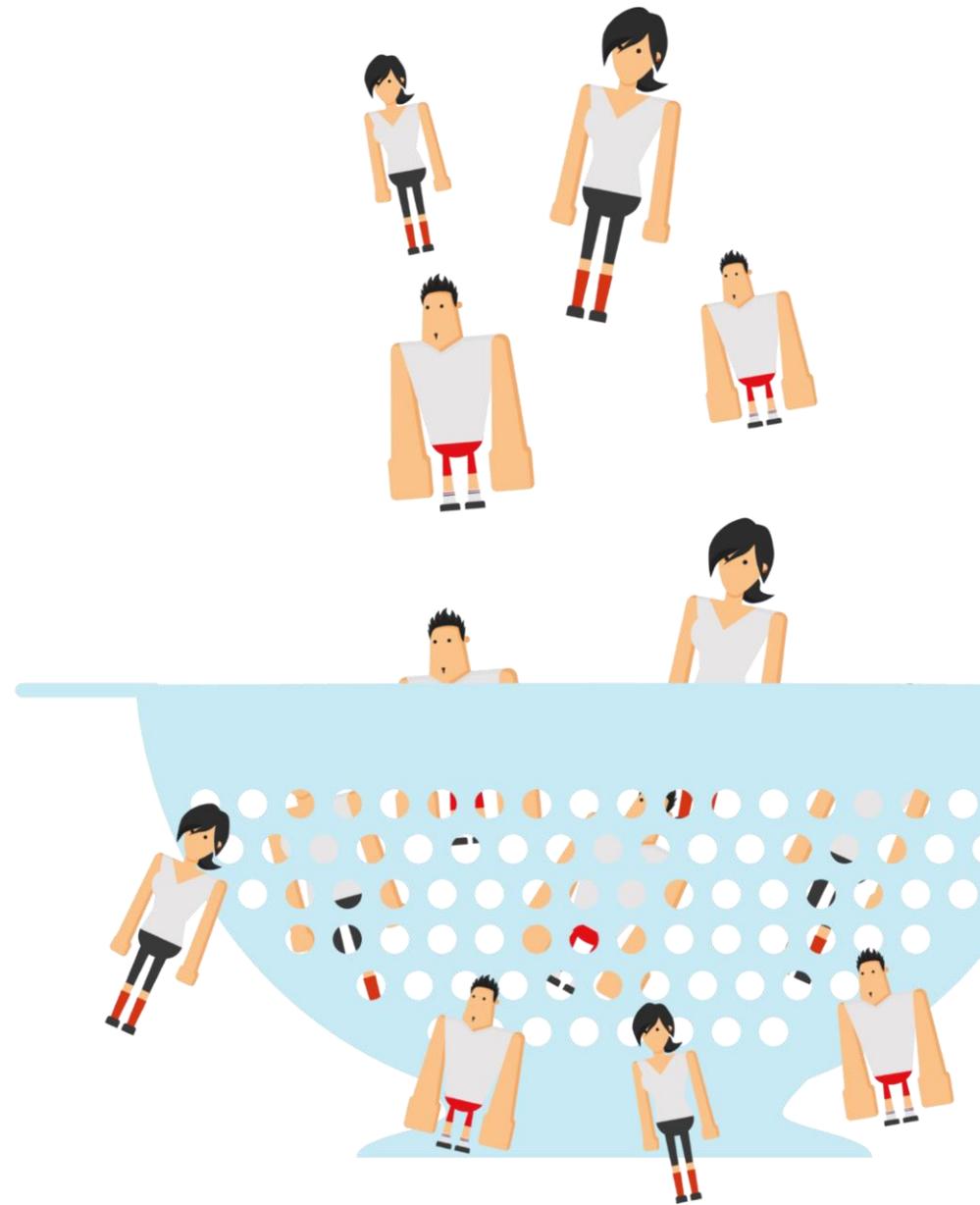
Probablemente, usted ya se debe estar preguntado cuál es la razón de que ese tipo de comportamiento acontezca, por eso, le vamos a dar aquí 7 motivos que, de forma aislada o combinados entre sí, prácticamente expulsan a sus clientes del gimnasio!

**Si usted no comete ninguno de esos 7 Pecados Capitales, por favor, entre en contacto con nosotros, nos gustaría conocer su gimnasio y dar testimonio sobre ese verdadero “caso” exitoso!**

Pero, si usted se reconoce en uno o más pecados, no se ponga triste, pues compilados ese pecado exactamente de su realidad, con la intención y la osadía de intentar hallar una “absolución”!

Venga, acompáñenos!

Buena lectura!



## La falta de resultado de su cliente

Cuando usted percibe una salida mayor que la habitual de clientes en su gimnasio, es normal que comience a buscar un motivo, normalmente relacionados con la ESTRUCTURA:

**“Será que los equipamientos están viejos, feos u obsoletos?”**

**“Mis clases cayeron en una rutina, preciso novedades?”**

**“Será que abrió algún gimnasio más barato aquí cerca?”**

No son preguntas ridículas, y puede decirse que podría ser cercanas al real motivo por el cuál muchas veces su cliente abandona su gimnasio:

### **ÉL NO ESTÁ ALCANZANDO LOS RESULTADOS QUE BUSCA!**

Pero cuáles son esos resultados?

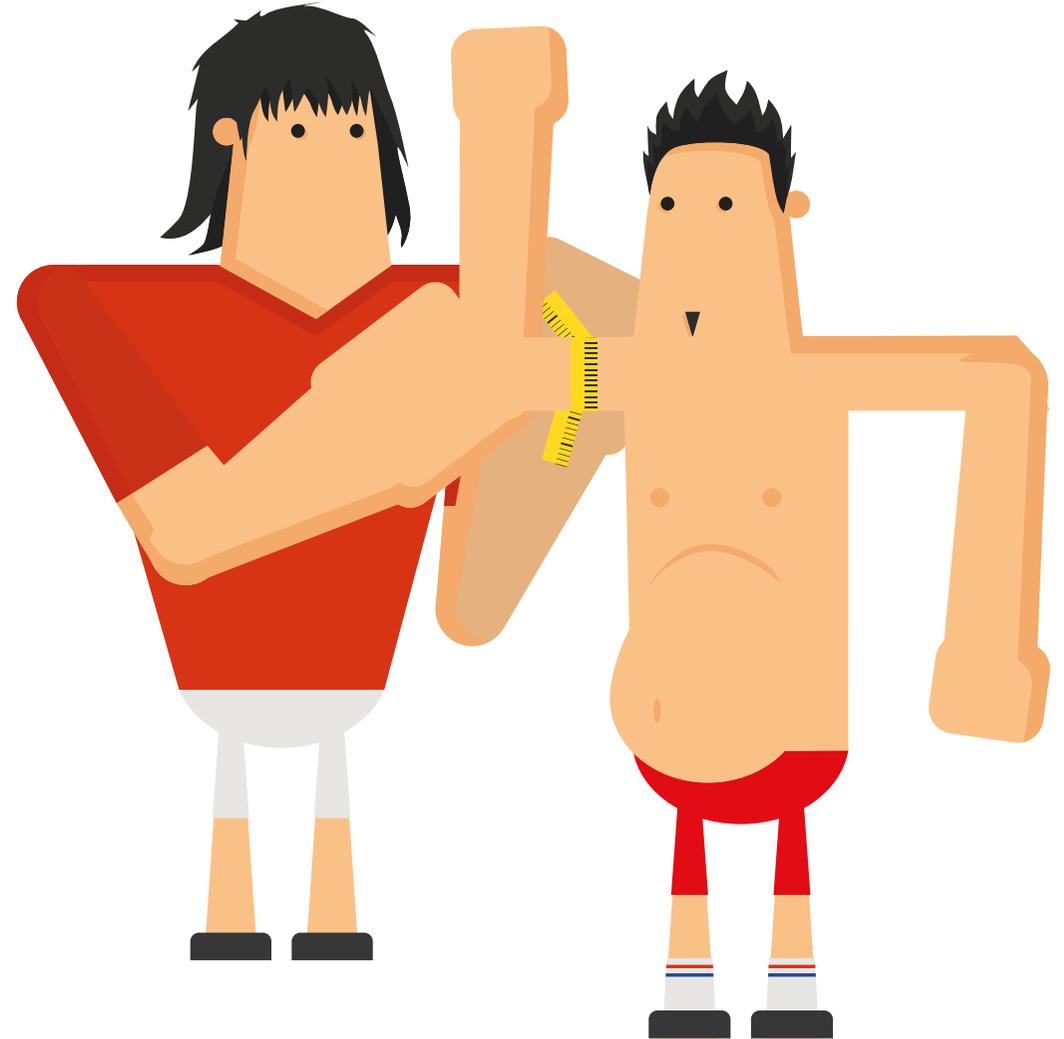
Si usted quisiera hacer esa pregunta, debe dar “un paso atrás” y comenzar a tratar el problema aún más cerca de su origen.

De qué forma usted acompaña los resultados de sus clientes?

Si usted responde que es a través de la evaluación física periódica cada 3 meses, puede ser que esté cometiendo el pecado de retención mencionado en este capítulo, y aún está descansando “con la consciencia tranquila”.

### 3 MESES ES MUCHO TIEMPO!

Si, sabemos que muchos gimnasios siguen haciendo eso, pero si usted se conforma con evaluar a su cliente apenas cada 3 meses, estará, como en el dicho popular, “dejándolo al azar”. **En 3 meses, él tuvo tiempo para salir de la dieta, para relajar los entrenamientos, para pensar en desistir y hasta incluso desistir de hecho.**





Aumente el grado de participación de su equipo con el cliente! Por más que él tenga un objetivo en mente, trace con él pequeñas metas intermedias, que servirán para medir su evolución sobre todo si usted tuviera el hábito de celebrar con él las pequeñas metas alcanzadas!

Usted se detuvo a pensar si un cliente que estuviese obteniendo resultados, sólo dejaría de frecuentar su gimnasio, ante situaciones muy extremas, como la pérdida de empleo o una mudanza?

## El Abandono

Ese pecado es casi un “hermano gemelo” del anterior, normalmente andan muy juntos.

El cliente que no tiene sus resultados monitoreados, verificados, corregidos, normalmente se siente abandonado.

Usted ya pasó por esa experiencia? Ya se ha sentido solo?

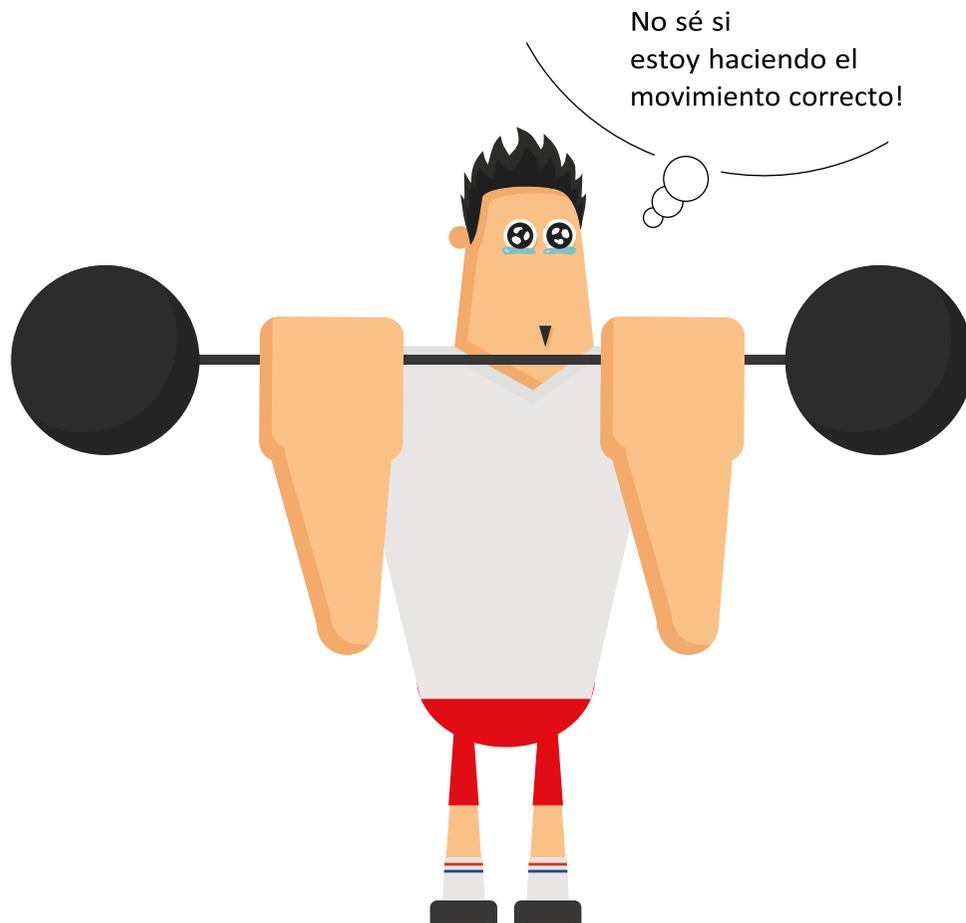
**No podemos engañarnos y pensar que las personas van al gimnasio APENAS para obtener resultados beneficiosos para la salud de su cuerpo. Mucha gente va para socializar, hacer amigos, “coquetear”, entre tantas otras cosas.**

Pero no estamos hablando apenas del abandono “sentimental”, o sea, no se trata solo de que usted descuide la relación y el “cariño” hacia su cliente.

Es aún más grave cuando usted abandona al cliente en los aspectos más básicos incluso, cuando usted simplemente no se preocupa en entregarle lo que él vino a buscar.

**Cuándo usted lo deja SOLO.**





Si su cliente no tiene un feedback, ya sea una corrección o elogio, más tarde o más temprano él se va a sentir perdido y muy probablemente no sabrá si el tiempo que está invirtiendo en el gimnasio está siendo bien aprovechado.

Él se preguntará si vale la pena invertir su tiempo y su dinero en el gimnasio, donde las personas parecen “no estar ahí” para él.



Como evita usted que ese tipo de cosas sucedan en su gimnasio?

Sus profesores actúan como verdaderos ángeles de la guarda de sus clientes?

Y si además de su equipo, usted tuviese una herramienta que lo ayudase a disminuir y hasta eliminar esa sensación de abandono?





CONDICIONAMENTO FÍSICO



TONIFICAÇÃO MUSCULAR



INCREMENTO MASSA MUSCULAR



HIPERTROFIA



EMAGRECER



DIVERSÃO, DESCONEXÃO "AULAS DE GRUPO"



RELAXAMENTO, ANTI-STRESS



Algo que también lleva a la rutina, hablando específicamente del ambiente de los gimnasios, es pensar que todo el mundo es igual. Todos sabemos que existen los sagrados principios de fisiología y de la ciencia del entrenamiento. Pero no tener en cuenta las miles de diferencias de personalidad existentes entre las personas, creyendo que podemos estandarizar el entrenamiento de los clientes para resolver el problema, puede no resultar en un método que vaya a agradar a la mayoría, y resultar en algo que desagrade a bastante gente!

Y aquí, este pecado acaba uniéndose al primero, pues determinado tipo de entrenamiento puede no generar el resultado deseado. Y, al tener tanta seguridad en relación al entrenamiento “standard”, el profesor puede encontrar que ya está hecha su parte, y dejar al cliente “abandonado”.

Intente conocer y descubrir tanto lo que podría traer mejores resultados a su cliente, aumentando la percepción de valor que él tiene del gimnasio en su vida, no sólo por los resultados que obtiene, sino también por el placer que siente al pasar tiempo ahí!

# La Experiencia del Cliente

Cómo evalúa usted la experiencia de su cliente en el gimnasio?

Con qué frecuencia establece PUNTOS DE CONTACTO con él?

Hoy en día, a pesar de vivir en la “Era de la hiper conectividad”, mucha gente pierde excelentes oportunidades de establecer contacto con el cliente.

Pero calma, hay gente que está aún peor: sólo entran en contacto con el cliente para hablar de la renovación del contrato cuando se acerca su vencimiento. Ese tipo de comportamiento, sumado a una posible sensación de abandono, deja al cliente aún peor: usted corre el riesgo de que él se sienta como un número ambulante para el gimnasio.



PECADO

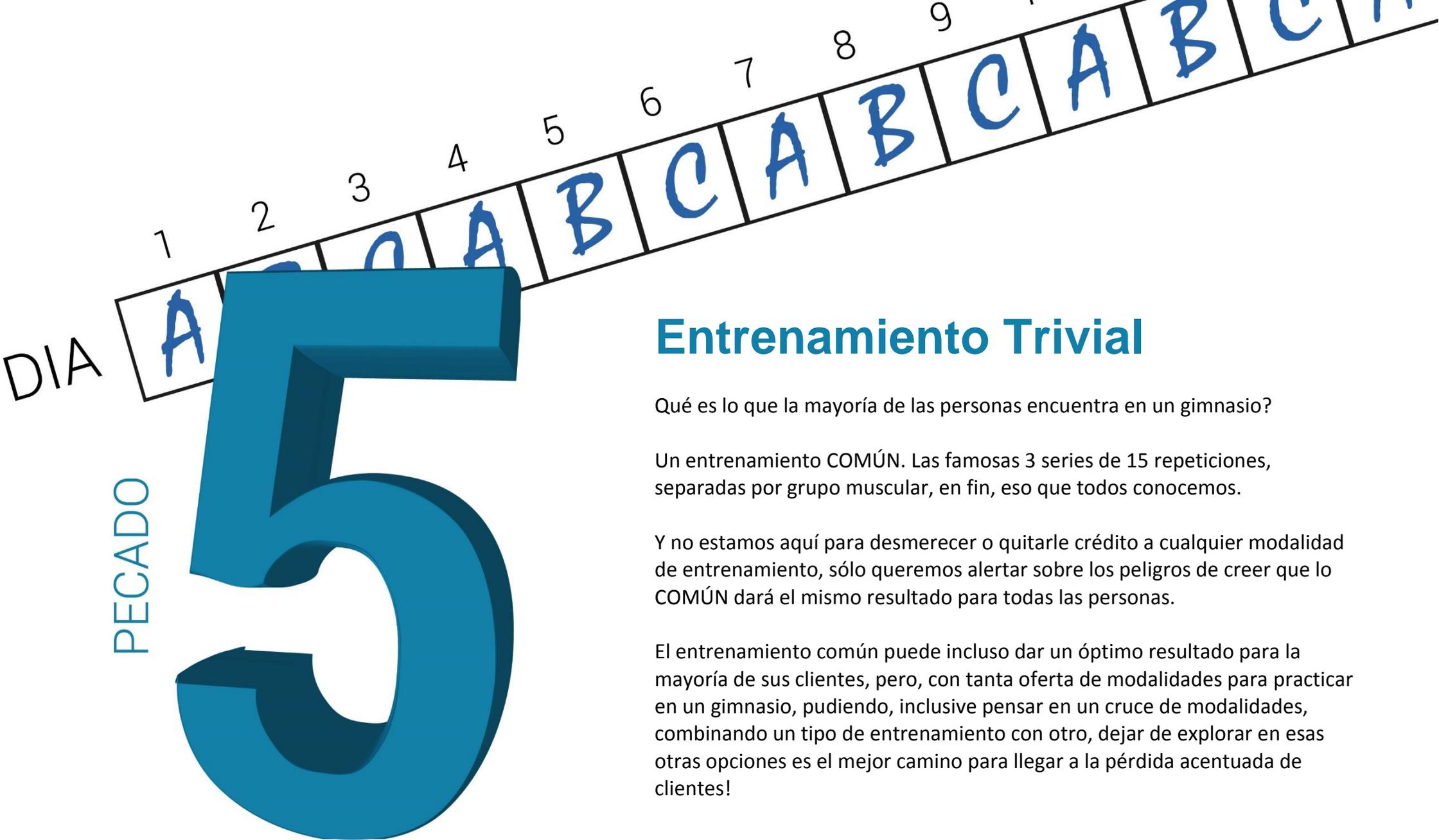


El mundo camina, de forma cada vez más rápida hacia una transformación donde la mayoría de sus clientes son “multiplataforma”. O sea, que se conectan con usted no sólo cuando entrena, sino además en la pantalla del Smartphone, en la computadora, en la Tablet, en fin, existen varias maneras de establecer una comunicación con él, y es fundamental que usted no cometa dos gravísimos errores:

- Nunca, o casi nunca usar las plataformas para comunicarse con él.
- Comunicarse de manera equivocada.

Sabemos que la vida del gestor de un gimnasio es extremadamente rápida y a veces está al mismo tiempo “en misa y en el campanario”, por eso, lo ideal es que usted cuente con una herramienta capaz de ayudarlo a tener esa comunicación de la mejor manera posible.

Usted ya buscó esa herramienta en el mercado?



## Entrenamiento Trivial

Qué es lo que la mayoría de las personas encuentra en un gimnasio?

Un entrenamiento COMÚN. Las famosas 3 series de 15 repeticiones, separadas por grupo muscular, en fin, eso que todos conocemos.

Y no estamos aquí para desmerecer o quitarle crédito a cualquier modalidad de entrenamiento, sólo queremos alertar sobre los peligros de creer que lo COMÚN dará el mismo resultado para todas las personas.

El entrenamiento común puede incluso dar un óptimo resultado para la mayoría de sus clientes, pero, con tanta oferta de modalidades para practicar en un gimnasio, pudiendo, inclusive pensar en un cruce de modalidades, combinando un tipo de entrenamiento con otro, dejar de explorar en esas otras opciones es el mejor camino para llegar a la pérdida acentuada de clientes!

Y ya que hablamos libremente, usted probablemente ya debe haber escuchado la expresión “PIENSE FUERA DE LA CAJA”, verdad? Pues queremos darle la oportunidad de PENSAR FUERA DE LAS PAREDES DEL GIMNASIO!

Piense en su cliente no sólo cuando está dentro del gimnasio, piense que él tiene una familia, que puede frecuentar un club, formar parte de un grupo de running, que tal vez necesite hacer muchos viajes de trabajo.





Ahora imagine que usted puede CUIDAR de él en todos esos momentos en que no está en su gimnasio. Si, usted puede prescribir entrenamientos, monitorear sus actividades y verificar sus resultados. **Y no importa que esas actividades no sean realizadas dentro de su gimnasio, lo importante es que sucedan gracias a su gimnasio!** Y eso es fundamental para la creación de un vínculo cada vez más fuerte!

Ahora, es sólo una cuestión de encontrar la herramienta que lo ayude a eliminar ese pecado de su vida!

## Sociabilización

El gimnasio es un lugar para practicar actividades físicas?  
Claro!

Pero un gimnasio no debe ser visto por el cliente como un lugar donde va SOLO para practicar actividades físicas!

Además de garantizar que su cliente tenga condiciones para realizar su entrenamiento con la máxima excelencia, usted no puede faltar a su deber (SI, DEBER!!!) de transformar su gimnasio, en un ambiente en el que sus clientes se tornen AMIGOS!

No sólo sus clientes, sino también su equipo! Estimúlelos para que se hagan amigos de sus clientes, ese será un primer y decisivo paso para que la amistad sea un valor importante dentro de su establecimiento.

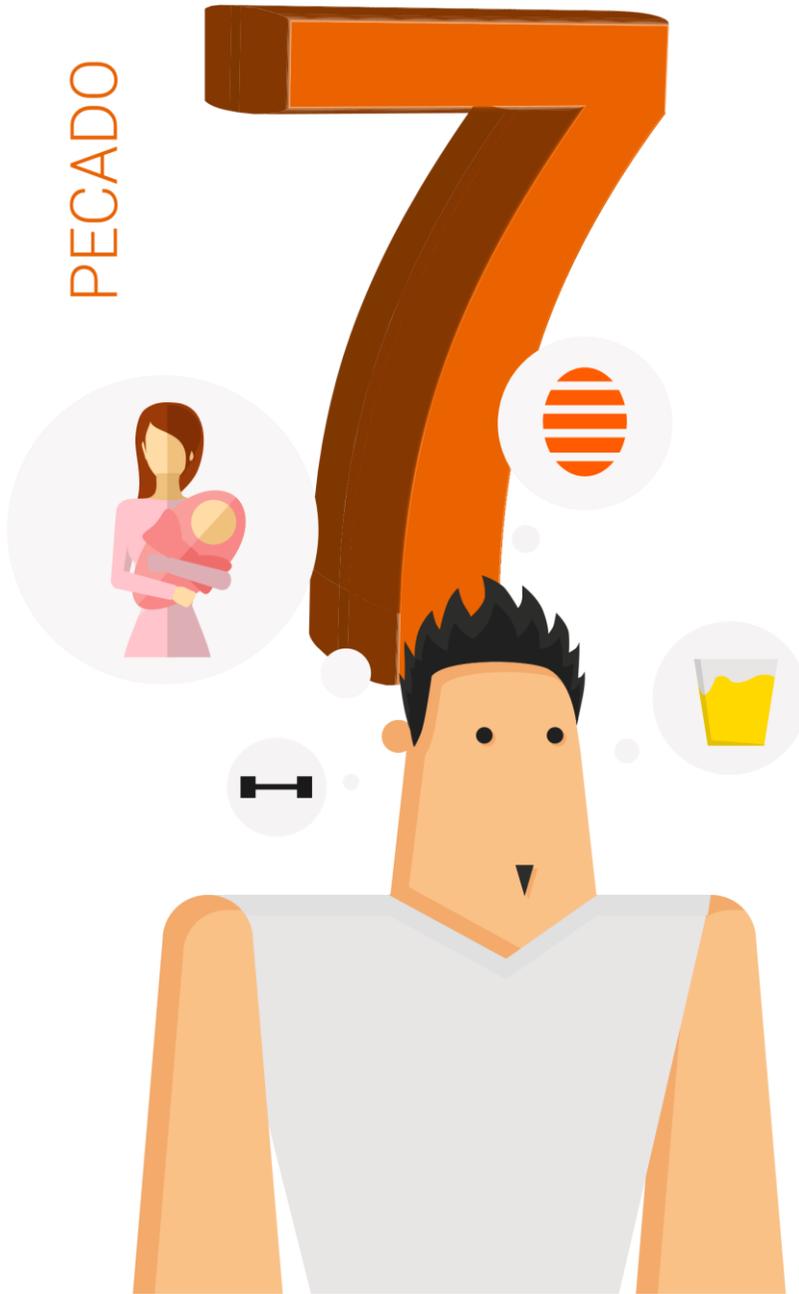




Promueva eventos y actividades que fortalezcan esos lazos, y no estamos hablando sólo de fiestas temáticas. Cree eventos todos los días, o incluso, eventos simultáneos ocurriendo todos los días, donde las personas se conecten, compitan entre sí, se superen y se desafíen!

El nombre de esto, muy utilizado hoy en día, es “Gamification”, lo ha escuchado?

PECADO



## La falta de tiempo

Cuál es una de las más temidas objeciones de su equipo de ventas cuando un prospecto está sentado a punto de firmar el contrato?

LA FALTA DE TIEMPO!

Pero la falta de tiempo del cliente no le impide venir al gimnasio!

El tiempo, hoy, escasea, y por eso, es un lujo y muy valioso! Entonces, no se ofenda si le decimos que cuando su cliente dice que no tiene tiempo para continuar entrenando en su gimnasio, él probablemente está faltando a la verdad. En realidad, cuando él dice que está sin tiempo, quiere decir que ir a su gimnasio no está dentro de sus PRIORIDADES!

Y eso ocurre exactamente por la suma de uno o más pecados que hemos visto en este e-book. En algunos casos más preocupantes, es producto de la suma de todos los otros 6 pecados!

O sea: la persona sabe que necesita practicar actividad física, sabe que le hace bien, ya comprendió que su vida mejorará gracias al entrenamiento, pero usted está perdiendo ese cliente por... Cualquier cosa! El bar, la novela, inclusive algunos de los niveles más difíciles del Candy Crush parecen ser más importantes para el cliente que ir al gimnasio.

Entonces él no obtiene resultados!

Entonces él se siente abandonado!

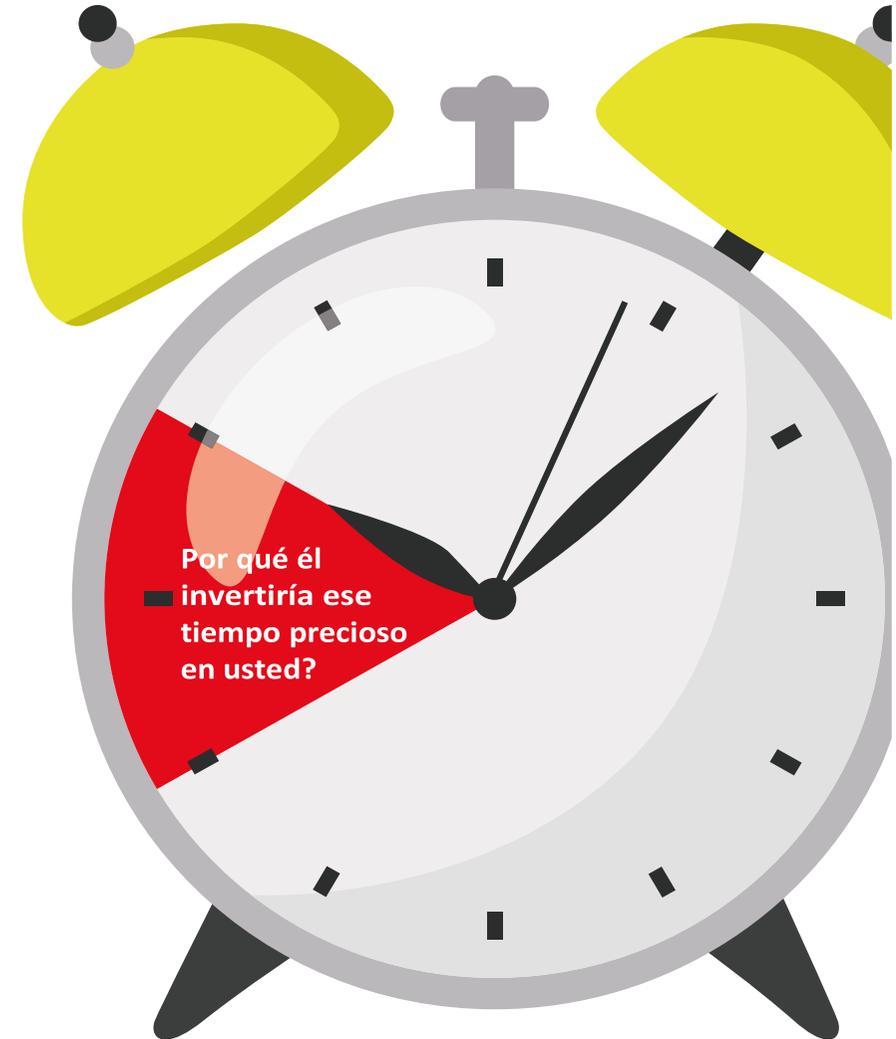
Entonces él tiene un entrenamiento trivial y que no tiene mucho que ver con lo que le gusta!

Entonces él vive una rutina aburrida de ejercicios!

Entonces él no se siente entre amigos!

Entonces sus experiencias son pobres!

**Por lo tanto, por qué razón él gastaría algo de su tiempo en su gimnasio?**





Sea más que un gestor, sea un maestro de ceremonia de un lugar donde las personas se sientan en casa, donde ansíen estar y de donde no quieran irse.

**Ese es su desafío: ser el lugar donde el cliente invierta su tiempo (y su dinero), recibiendo a cambio: salud, amigos y placer!**

## Conclusión

Ahora que usted conoce los 7 Pecados de la Retención, es hora de correr atrás de la SALVACIÓN!

La salvación, como en las religiones, está en usted. E involucra una extensa tarea para el hogar, pecado por pecado.

La buena noticia es que el mercado del fitness, a través de sus proveedores, está de su lado, intentando anticipar sus anhelos y facilitar su vida, no sólo en los equipamientos y clases cada vez más innovadoras y motivantes. El mercado del software y los aplicativos también han evolucionado a pasos agigantados para ayudar al gestor de gimnasio a no cometer esos 7 pecados capitales, además de otros pecados menores.





Como está a la comunicación con sus clientes?

Usted usa algún tipo de aplicativo?

Si ya lo utiliza o no, que tal iniciar la búsqueda de algo que te ayude a eliminar esos pecados, y promover una verdadera REVOLUCIÓN en la retención de sus clientes?

Existe algo sensacional surgiendo en el mercado, le gustaría conocerlo?