7 tendencias digitales que determinarán el FUTURO de los Gimnasios

Sumario

Introducción 3

1. Lo digital va a decir quién eres 4

2. El Móvil para obtener más clientes 6

3. Los Wearables invadirán su gimnasio 10

4. TODO va a ser Digital 12

5. Cree Estilos de Vida! 14

6. Es tiempo de Cambiar 16

7. Segmente y Personalice 19

Conclusión 22

Introducción

Si usted todavía se pregunta si la revolución digital realmente va a cambiar el mundo o si su gimnasio debería estar preparado para recibir a los clientes afectados por este fenómeno, sepa una cosa: usted YA está atrasado! La revolución digital ha cambiado el mundo y la manera cómo las personas interactúan, trabajan, piden comida, se mueven... y, por supuesto, la manera cómo buscan y hacen actividad física.

Y si el destino de su negocio es el éxito, eso es algo que depende de USTED! — este eBook pretende mostrar al menos 7 Tendencias Digitales para las cuales usted debe estar preparado, ya que quien las domine estará por lo menos, a la altura de las expectativas del cliente en los próximos años.

Acompáñenos y conozca las tendencias que elegimos, basándose en alguien muy importante: su cliente!

¡Buena lectura!

1 LO DIGITAL VA A DECIR QUIÉN ERES

Hoy en día, insistir en decir que vivimos en "La Época de los Hiperconectados" o algo por el estilo, puede parecer algo muy obvio, pero en este caso, vamos a hacer hincapié en esta condición, porque aunque hay excepciones, como las personas que compran (y leen) periódicos en papel, o que aún pagan sus cuentas en la caja de banco, estas personas no son su público objetivo!

A menos que quiera posicionarse como un gimnasio que se adapte a las excepciones de las excepciones, lo que podemos decir que se trata de un público muy limitado.

La población de la práctica de la actividad física está más que inserta, e inmersa en el universo digital.

Por lo tanto, no debe sólo aclimatar su establecimiento al público que quiere cada vez menos papel y más pantalla táctil. La cuestión es cuánto usted va a adelantarse! ¿Cuánto de novedad (y hay muchas!) va a ofrecer a sus clientes. Esto dirá lo que su gimnasio es y lo que tiene la intención de ofrecer.

Estar posicionado como un gimnasio de vanguardia en términos de las herramientas digitales puede hacer una gran diferencia para el cliente al decidir si va a frecuentar a su gimnasio, sin duda! Además, para los que ya son clientes, utilizar el "viento digital" a favor es una potente herramienta de retención, lo que aumenta significativa y, definitivamente, sus niveles de fidelidad!

¡HAGALO USTED MISMO!

Un ejemplo de cómo el cliente ahora quiere tener el control de la situación a través de la tecnología es el autoservicio.
Cada vez más clientes valoran herramientas que permitan utilizar los servicios del gimnasio sin depender de nadie. Programar su propio horario, elegir sus clases o ejecutar un ejercicio con la ayuda de un recurso audiovisual. **Hay, por ejemplo, softwares, aplicaciones y otras herramientas que permiten todo esto, como EVO**.

A continuación, usted debe preguntarse: ¿Pero dónde queda la interacción humana? La relación entre profesor-cliente cambia en este universo tecnológico y el profesor puede dedicarse más a entender las necesidades reales del cliente y planear la estrategia para lograr esto, en lugar de quedarse sólo en las instrucciones de aplicación, de técnica o haciendo planillas para programar horarios.

2 EL MÓVIL PARA OBTENER MÁS CLIENTES

¿Cuántas veces ha oído que el teléfono es la última cosa que usted toca antes de dormir y es la primera cosa que toca cuándo se despierta? Probablemente usted ya no piensa que es chistoso, pero sabiendo esto, qué está haciendo para que este hecho sea un aliado en su negocio?

Cuando hablamos de "smartphones", estamos frente a un escenario irreversible: las personas utilizan sus teléfonos para TODO! Y mientras que usted está pensando en su desacuerdo con ese "todo" que se ha dicho, podría simplemente descubrir si dentro de ese "todo" no hay algo que pueda ser utilizado como una estrategia de ventas, retención o una mejora en la relación con sus clientes.

Dudo que en menos de un minuto usted no sea capaz de pensar en por lo menos 5 maneras de utilizar el smartphone en beneficio de su gimnasio!

De una manera muy rápida y sencilla, podemos darle algunos consejos sobre cómo los móviles pueden dar un "empujón" en su gestión:

1. Para atraer nuevos clientes

Ya hace algún tiempo que las redes sociales no son sólo un lugar para compartir momentos y recuerdos y se han convertido en poderosas herramientas de marketing. Y el principal medio de acceso a las redes sociales hoy en día es a través de los smartphones. Así que trabajar su establecimiento en las Redes Sociales es ponerlo en el mapa!

Cuando fuera a trazar el camino de las Redes Sociales, usted debe tener cuidado acerca del contenido. Tiene que ser relevante, para que tanto su futuro cliente, cuanto su cliente actual, continúen eligiendo su material para leer. La disputa por la audiencia en el mundo digital es extremadamente feroz, y sólo atraerá la atención si estuviera realmente conectado con los intereses y necesidades de su público!

Y si duda sobre cuál es el mejor contenido entre el formato de texto, foto y vídeo, elija TODOS. Lo importante es hacer de todo hasta que encuentre lo que le da más resultados, por lo tanto, es esencial que después de producir el contenido, se puedan medir los resultados, para averiguar cuál es el más eficaz y dedicarse más a esto.

PARA PENSAR

Además, un sitio informativo y un buen posicionamiento en Google, son esenciales. ¿Qué ve su futuro cliente acerca de su gimnasio si hace una búsqueda de Google? Y más: ¿Cómo aparece su sitio en el teléfono de el? Haga la prueba, póngase en el lugar del futuro cliente y considere si el va a encontrar informaciones que despiertan el deseo de conocer el gimnasio.

2. Para la retención

Es muy común ver las personas entrenando en el gimnasio con sus smartphones en las manos (en algunos casos con auriculares conectados), por eso, si se le entrega otra cosa para manejar, probablemente le causará alguna molestia — y, probablemente, irritación. Es decir, las rutinas en papel con la descripción del entrenamiento, tal como se utilizaba anteriormente, hoy probablemente es un inconveniente en su rutina.

Así que, si su software de gestión o una herramienta similar tuviera una aplicación con el programa de entrenamiento de su cliente, usted está facilitando su entreno.

Y cuanto más sofisticada fuera esta aplicación, más recursos podrán ser utilizados para crear muchos puntos de contacto con su cliente — incluso cuando él estuviera fuera del gimnasio!

En un viaje de negocios, por ejemplo, su cliente puede continuar el entrenamiento sin perder continuidad, en constante contacto con sus profesores y mantener los resultados. No hay excusa para no alcanzar los resultados porque estuvo fuera del gimnasio, y ciertamente su cliente sabrá que eso es por el uso de las aplicaciones.

Y el cliente que ve los RESULTADOS es un cliente que sigue CON USTED.

Por no hablar de las innumerables posibilidades que el móvil trae para fortalecer la relación con sus clientes a través de un buen proceso de CRM: usted puede ponerse en contacto con el cliente ausente, recordarle renovar la evaluación física, celebrar los resultados, felicitarlo por los cumpleaños, bueno, de tantas maneras como su creatividad fuera capaz de preparar para fortalecer la relación con su cliente.

CREE EMBAJADORES DE SU MARCA

Cuando usted ofrece una herramienta fuera del estándar del mercado, su cliente lo reconoce y se siente feliz. Cliente feliz, que tiene resultados y un servicio diferencial, sin duda desea contar su experiencia a los demás, mostrar cómo los recursos que tiene son buenos.

Imagine el potencial que una aplicación bien estructurada de su gimnasio tiene para ser una herramienta de Marketing hecho por sus próprios clientes.

3 LOS WEARABLES INVADIRÁN SU GIMNASIO

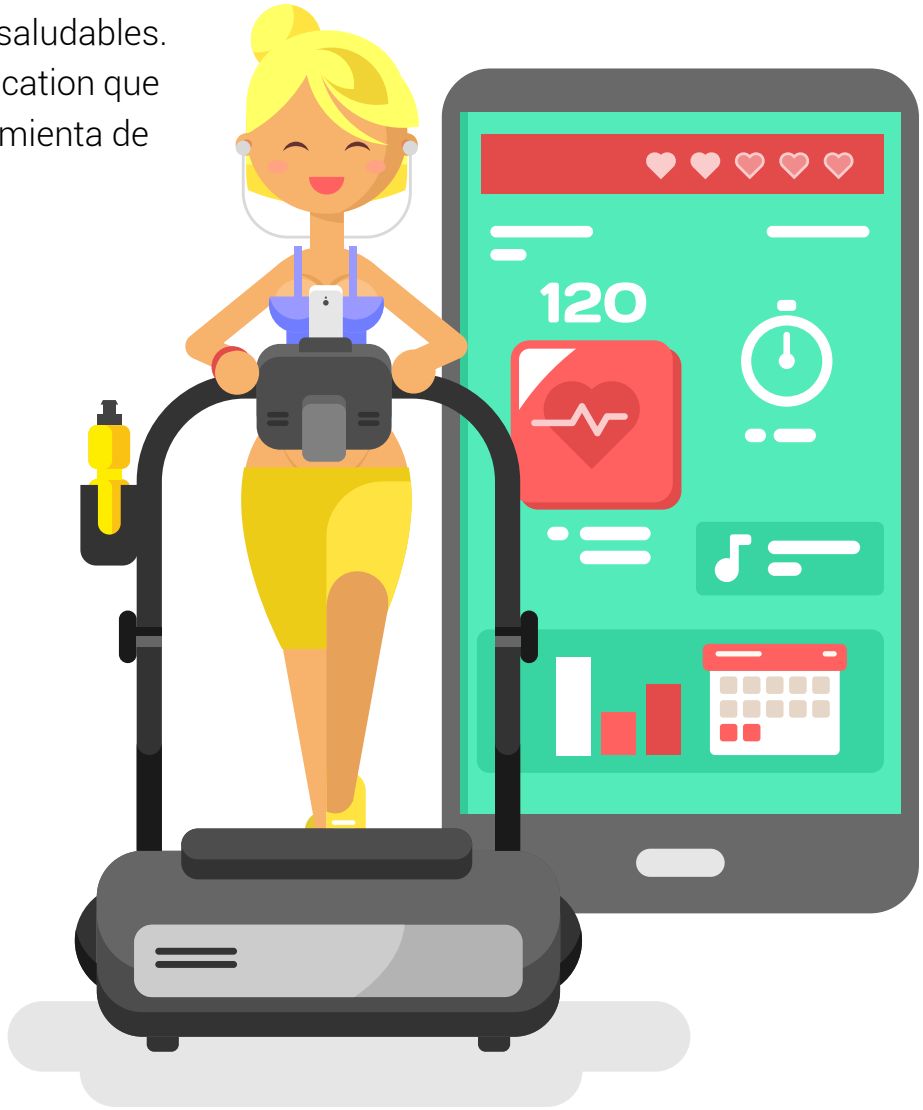
Usted aún no sabe lo que son los Wearables? Probablemente ya sabe, sólo que no conocía el nombre. Wearables son los relojes, pulseras, collares, gafas y otros objetos que se conectan a su smartphone y los convierten en herramientas aún más potentes!

Hoy los analistas en la tecnología dicen que en un futuro muy próximo, los Wearables reemplazarán los smartphones. Pero, por ahora, es bueno que usted conozca no sólo las utilidades de los Wearables, sino también la forma en que ellos pueden ayudar a crear un entorno más favorable para sus clientes.

Los más populares son todavía los relojes, que actúan como una verdadera guía de su rutina, midiendo sus pasos, su ritmo de carrera, velocidad, frecuencia cardíaca, entre otras funciones. Además, cuando se conecta con su smartphone, se puede hacer casi todo sin tener que sacar el dispositivo del bolsillo, teniendo el control de sus notificaciones, mensajes y correos a través de la pantalla de su reloj. Esto significa sentido práctico, la razón por la cual sigue siendo el favorito de los usuarios.

Sin mencionar que las principales marcas líderes del mercado no sólo están aumentando las funcionalidades, sino perfeccionando el diseño, haciendo de este objeto de deseo en algo simplemente hermoso!

Además de relojes, algunas compañías están invirtiendo en "pulseras inteligentes" (smart bands), con funcionalidades variadas, desde el control de la respiración, la calidad de su sueño y la cantidad de agua que ingiere, ayudando a construir hábitos saludables. También conectadas al smartphone, las pulseras están en la onda de la gamification que ya está invadiendo los gimnasios y se está convirtiéndose en una fuerte herramienta de retención.



Recomendamos solamente cuidado para manejar la situación con su equipo de profesores, especialmente los que tienen una creencia limitante que los Wearables van reemplazarlos y tomar sus puestos de trabajo. En verdad, en lugar de enemigos, son excelentes aliados y los profesionales líderes en el mercado ya caminan con bastante habilidad en este fabuloso mundo de los "gadgets".

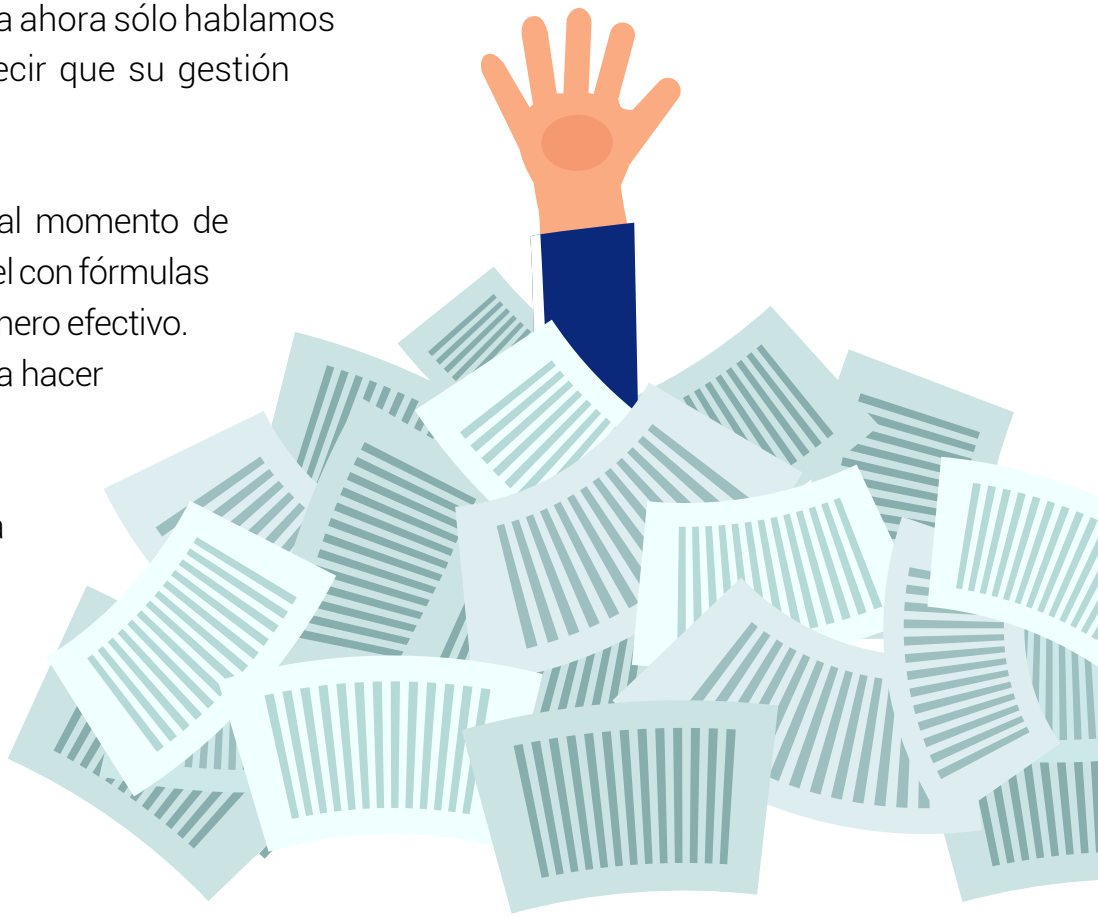
Y ellos van a entrar en su gimnasio. Inevitablemente. Incluso, ya deben estar presentes en las muñecas de varios alumnos!

Para aprovechar las ventajas de esta onda, ¿ya ha imaginado si su gimnasio pudiere ofrecer estas "smart bands" para los clientes, integradas en su sistema? Hoy en día es posible y además de una gran herramienta de retención (por lo que el control y la influencia sobre los resultados del cliente es exponencialmente mayor) puede agregar mucho valor en el momento de las ventas y también una nueva fuente de ingresos para el gimnasio, dependiendo de la estrategia que elija el gestor.

4 TUDO SERÁ DIGITAL

Cuando un famoso banco escoge para hacer publicidad de su producto digital la frase TODO EL MUNDO UTILIZA UNA APLICACIÓN DE SU BANCO EN EL TELÉFONO se convierte en 100% real, no una mera aspiración de un director de una agencia de publicidad.

Sí, el mundo de los servicios ha migrado a la atmósfera digital, y si hasta ahora sólo hablamos de estrategias de marketing, ventas y retención, ahora queremos decir que su gestión NECESITA modernizarse.



No sirve hacer inversiones y campañas de marketing o retención, si al momento de controlar los resultados usted aún está usando papel o una planilla de Excel con fórmulas dudosas. O si sus medio de pago en recepción aún sigue siendo sólo el dinero efectivo. Después de todo, estamos de acuerdo... quien todavía utiliza efectivo para hacer los pagos hoy en día? Usted, como consumidor, lo utiliza???

Dependiendo de la forma en que administra su gimnasio, buscar una gestión en el universo digital, puede no ser llamado de modernización, sino una mera adecuación para no quedarse completamente obsoleto.

Digitalizar su gestión no significará solamente simplificar su vida, aunque ese solo motivo ya debería ser una razón para que usted busque este camino! Sino que, al tomar esta decisión, tendrá una mayor claridad en el análisis de los escenarios y sus decisiones sin duda serán mucho más eficaces.

La digitalización de la gestión tiene impactos en todos los sectores del gimnasio y puede mejorar los resultados en varios aspectos. Acciones automatizadas de Marketing o de CRM, el envío de notificaciones en el teléfono de los clientes, un control financiero más seguro, más opciones de pago o los planes con el débito automático. Todo eso es más simple cuando hay una plataforma de gestión digital detrás de la operación.

Y así, con su gestión modernizada y simplificada, puede ocuparse sólo de la parte estratégica de su operación, que probablemente se ha alejado cuando estaba enterrado en los montones de billetes recibidos y las planillas de Excel sin fin!

Y podemos decir que esto es sólo lo BÁSICO para adaptarse al universo digital. En un futuro muy próximo, las empresas que no vayan en este curso no llegarán lejos. Si es que aún funcionan hoy en día...

5 CREE ESTILOS DE VIDA!

Su gimnasio es una **MARCA** para sus clientes?

No estamos hablando acerca del nombre de su gimnasio. Estamos diciendo una marca que gente esté orgullosa de "utilizar" y propagar. El mayor impacto que esto significa es que sus clientes estarán "utilizando" su marca dentro y fuera de su gimnasio.

En esta nueva era digital, las personas son defensoras intensas de las marcas o las ideas en las que ellos creen. Basta mirar a las redes sociales! Cuántos mensajes ve en un día de gente que **elogia o crítica los servicios de forma espontánea** sólo por la voluntad de expresar su opinión?

Si está realmente presente en la rutina de su cliente y lo hace ganar resultados reales, usted está, aún que ni siquiera sepa, creando un **"agente comercial" para su negocio**! Ellos serán los mejores "vendedores" que usted va a tener y lo harán de forma gratuita, con el mayor placer!

A la gente le encanta decir a los otros en sus redes lo que les gusta hacer, desde el lugar que comieron hasta un paseo irrelevante. Ahora imagine el poder de las publicaciones de los clientes que han alcanzado sus resultados? Ellos dejan de ser meros "clientes" y comienzan a ser "fans" de su marca, y más, estarán agradecidos por lo que han conseguido con usted!

Al estructurar su empresa para aprovechar al máximo la creación de un estilo de vida asociado con su gimnasio, usted también estará dando un paso coherente con otras formas de obtener ingresos a través de las llamadas "ventas adicionales" que, traduciendo de una manera muy básica, es el acto de hacer una segunda oferta para aquellos que ya son sus clientes.

Puede vender ropas con la marca de su gimnasio, teniendo cuidado de estar correctamente alineado con la identidad que desea crear.

También se puede hacer una revista de su establecimiento. Y aunque no sea viable, imaginar que si sus alumnos compran una revista, puede ser una buena fuente de ingresos si vende cuotas de patrocinio, como anuncios.

Y ya que estamos hablando acerca de las tendencias en el mundo digital, puede hacer esta revista en este formato, y además de ahorrar significativamente los costos, queda más en sintonía con la mentalidad del mundo actual.

Eventos externos, deportivos o no, son también excelentes oportunidades para que usted no sólo agregue un ingreso extra, sino también para crear una atmósfera cada vez más conectada entre sus clientes.

Por cierto, la CONEXIÓN es exactamente la clave para que usted pueda convertir su negocio en un ESTILO DE VIDA! Mantenerse en contacto con sus clientes y estimule a su equipo para crear y aumentar constantemente esta conexión.

Haga que su cliente se convierta en su amigo. Y luego lo conviértalo en un fan.

6 ES TIEMPO DE CAMBIAR

Una de las principales razones por las que algunos gimnasios siguen siendo reacios a aceptar totalmente el universo digital es la misma por qué las personas retrasan el momento de cambiar: **el cambio requiere mucho trabajo!**

Sobre todo al principio. Va a tener que empezar a convencer a su equipo de abrazar la "onda de cambio", ya que también dependerá del compromiso de ellos.

Pero si en el interior, puede tener resistencia, sepa que quien está del lado de afuera, desea este tipo de cambio que estamos proponiendo. Especialmente la generación llamada "Millenials", la mayoría de ellos se dedican a la actividad física en su gimnasio.

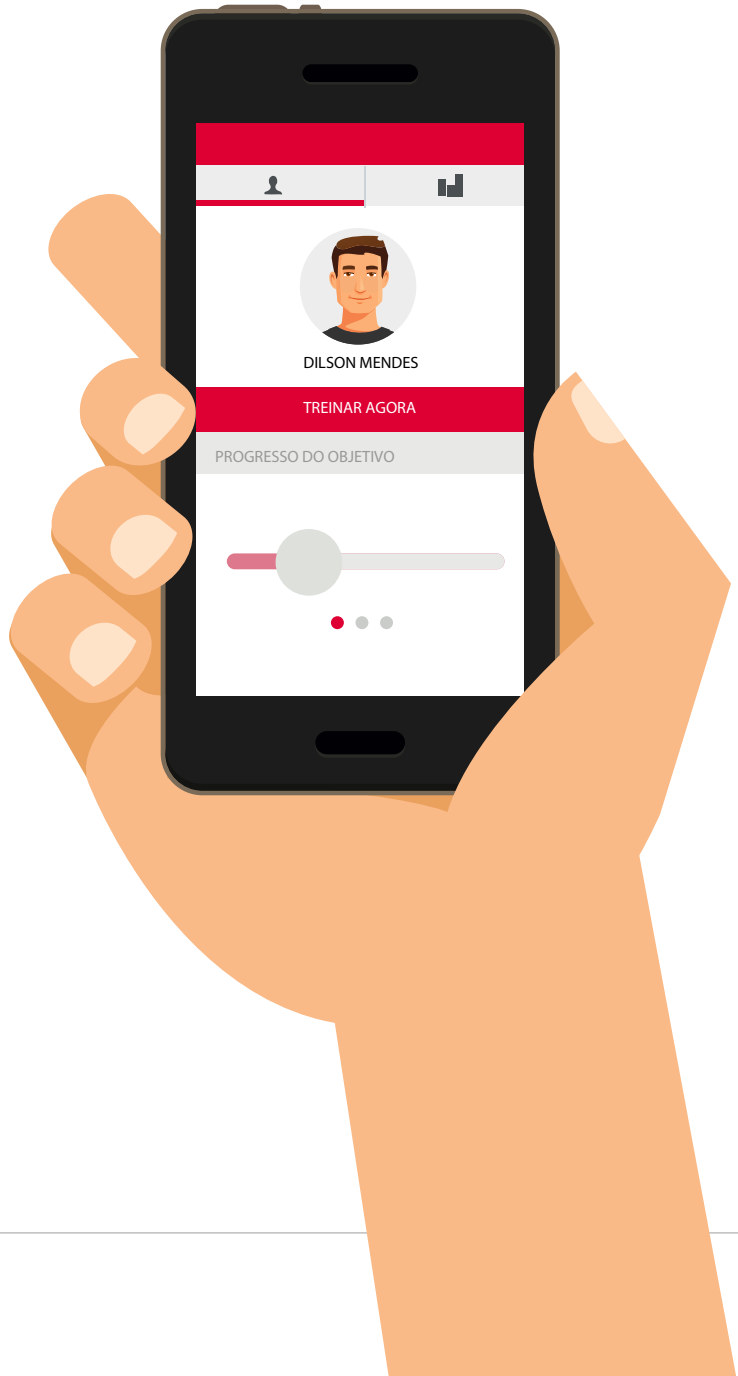
Todo el tiempo que dedica a la preparación de artes para carteles de la divulgación interna de su gimnasio, probablemente no despertará ni la curiosidad o admiración de la generación de los Millenials. Lo mismo ocurre con la grilla de horarios, y como hemos hablado en el segundo capítulo, con las arcaicas "hojas de entreno".

Es mucho mejor comunicarse con su público en el lugar que el presta más atención, ¿no le parece?

Usted tendrá que buscar el mayor número posible de herramientas para conectarse con su cliente, para que él no tenga que mirar en las paredes de su gimnasio lo que va a ocurrir, cuándo y cómo.

Más que eso: usted será capaz de anticipar y avisar de los cambios y novedades, estando conectado con los clientes, tanto por las redes sociales, como también por aplicaciones o dispositivos Wearables. Esto cambia la EXPERIENCIA del cliente con su negocio.

Por cierto, la EXPERIENCIA es la palabra que debe guiar el cambio del gimnasio. Las horas que el cliente pasa en su sala de gimnasia o de musculación, son realmente una gran experiencia para él? Y cuando se va, que le aporta la experiencia en su gimnasio a la rutina del cliente?



Encuentre su cliente donde él se encuentre. Comuníquese con él todo el tiempo. Felicítelo cuando él alcanza un resultado. Evite que él pase mucho tiempo sin asistir al gimnasio, porque se convertirá en una posible cancelación. Y si por casualidad pasara unos días sin ir al gimnasio, asegúrese de que usted continúe participando en su día a día, de forma virtual. Anímalo a entrenar aún más, incluso aunque esté lejos, y siga sus progresos.

Y en el momento de hacer una campaña de publicidad, con todo lo que hemos dicho hasta ahora, usted también será capaz de dejar (o reducir drásticamente) el uso de material físico como folletos y anuncios publicitarios.

INSPÍRESE

Salga en busca de otras estrategias, haga una pesquisa acerca de puntos de referencia y estrategias de otras empresas. Sea inspirado por aquellos que hacen de la experiencia del cliente un momento único y especial. Estamos seguros de que ha pasado por una experiencia inolvidable en un espectáculo, restaurante, hotel, viaje o algo así. Por qué no hacer un análisis de las buenas ideas que puede tomar y utilizar en su gimnasio?
No pierda el tiempo esperando el momento de cambiar, cambie ahora!

7 SEGMENTE Y PERSONALICE

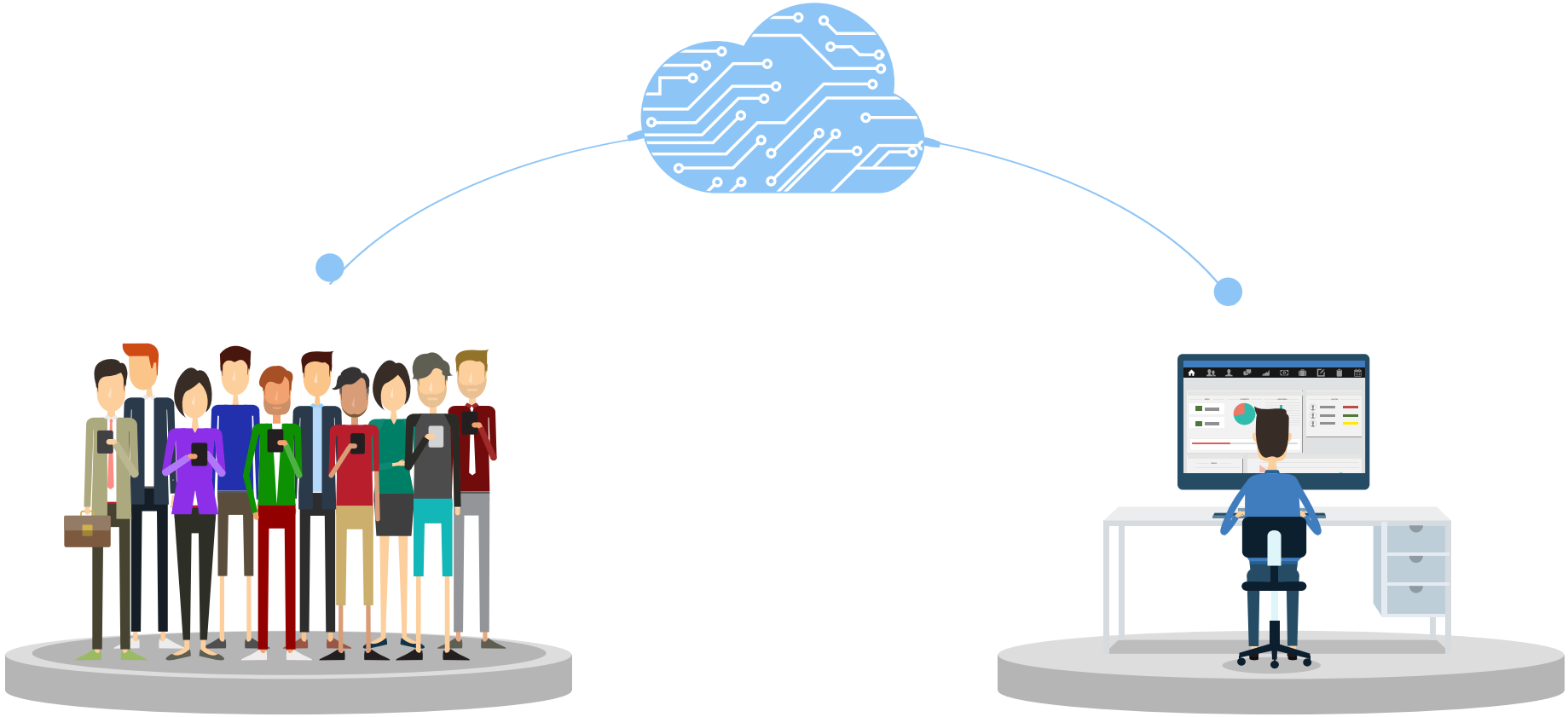
En algunos capítulos anteriores, hablamos acerca de convertir su negocio en un estilo de vida, haciendo que se convierta en una Marca. Este es un paso decisivo para adentrarse en la tierra de los sueños de todos los gerentes de gimnasios: la LEALTAD.

Para esto, su misión es crear un ambiente tribal, donde la gente se unirá en función de sus preferencias, sus objetivos y propósitos. Esto sólo va a ser posible si usted tuviere un método de SEGMENTACIÓN consciente de su público.

¿Cómo puede hacer la segmentación correcta?

En primer lugar, es esencial que usted conozca a su cliente, tenga y muestre interés genuino en él. Lo que él espera de usted, lo que no es compatible, lo que lo deleita y lo que le hace sentir que desaparecerá. Sin conocer al cliente, nunca estará seguro de lo que es agradable y, sobre todo, con encanto para el..

Algo que va a ayudar mucho en este momento es una evaluación eficaz, para que usted y su cliente sepan cual es el punto de partida. Con esto, será más fácil elaborar un plan para la obtención de los resultados, haciéndolos tangibles, ya que pueden ser alcanzados. Y cuanto más datos tenga, más usted se dará cuenta de que la cantidad de las características tienden a individualizar, llegando a diferenciar a cada persona.



Un software de gestión eficiente va a ser capaz de analizar estos datos y juntar a sus clientes en grupos, proporcionando la segmentación específica, lo que resultará en la prestación de servicios cada vez más individualizados y personalizados a los clientes.

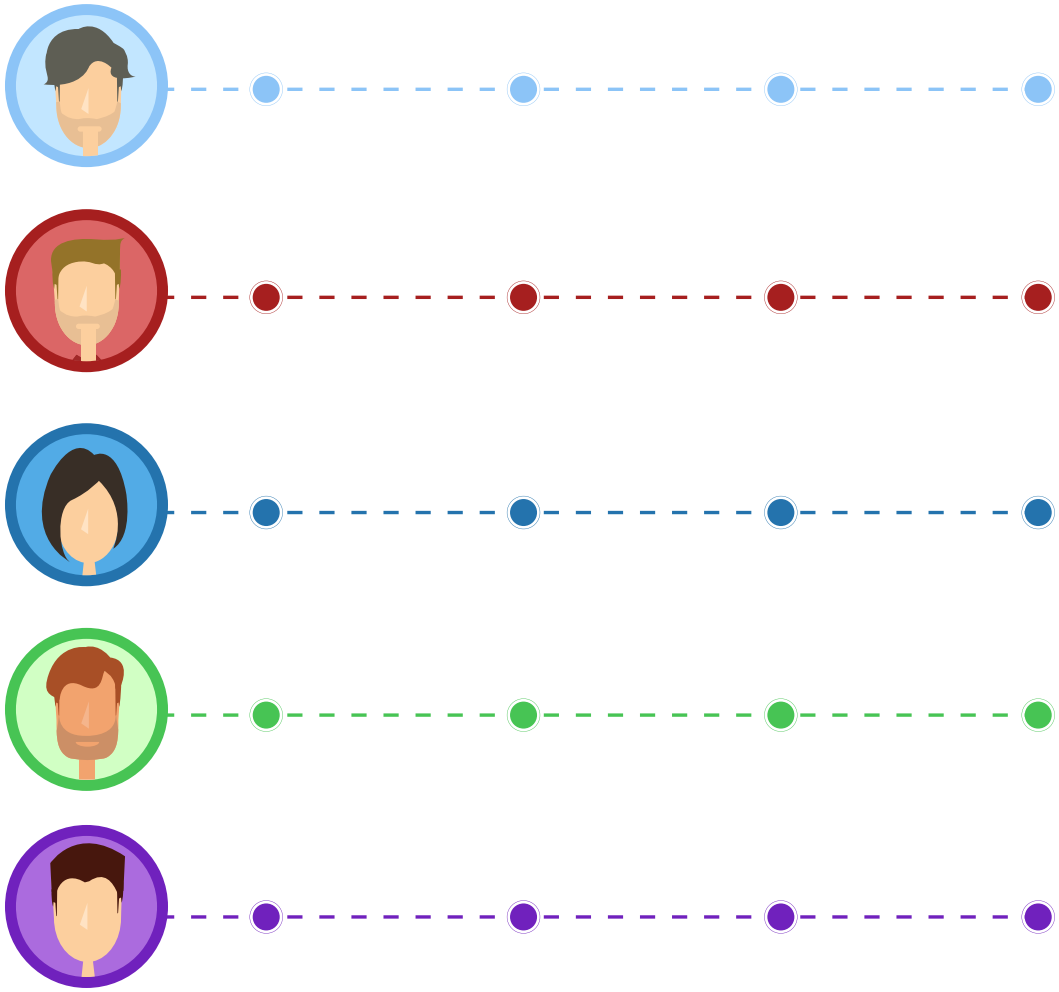
En términos prácticos, si usted segmenta a su público, usted será capaz de montar una tabla de horarios de clases mucho más asertivo, evitando perder fuerza de trabajo y ocupación del espacio del gimnasio. Además, usted sabrá qué público y a qué hora, prefieren un determinado tipo de actividad.

A medida que estos grupos se estén concentrando, usted tendrá la oportunidad de establecer una conexión cada vez más eficaz con ellos, que se sentirán asistidos de una manera personal, en sus necesidades específicas!

Y ya que usted tiene toda la segmentación definida, el siguiente paso consiste en proporcionar a este público los profesionales más adecuados para cada perfil. Es decir, aunque el proceso de reclutamiento y selección se guiará por el proceso de segmentación, ya que cada tipo de persona prefiere un método diferente, por lo tanto serán diferentes las personas que asistirán a este público, es decir los profesores de su gimnasio.

Por lo tanto, busque la segmentación con el fin de lograr las diferentes tribus que se forman en su gimnasio, asistiendo a ellos de forma personalizada, para que se sientan únicos en su establecimiento, como si todos los días usted estuviera adivinando sus deseos y necesidades para satisfacer sus exigencias.

Y aunque eso puede parecer imposible, con un software de gestión de primera generación, que es mucho más accesible de lo que piensa, obtendrá los datos para analizar y llegar a este proceso de segmentación.



Conclusión

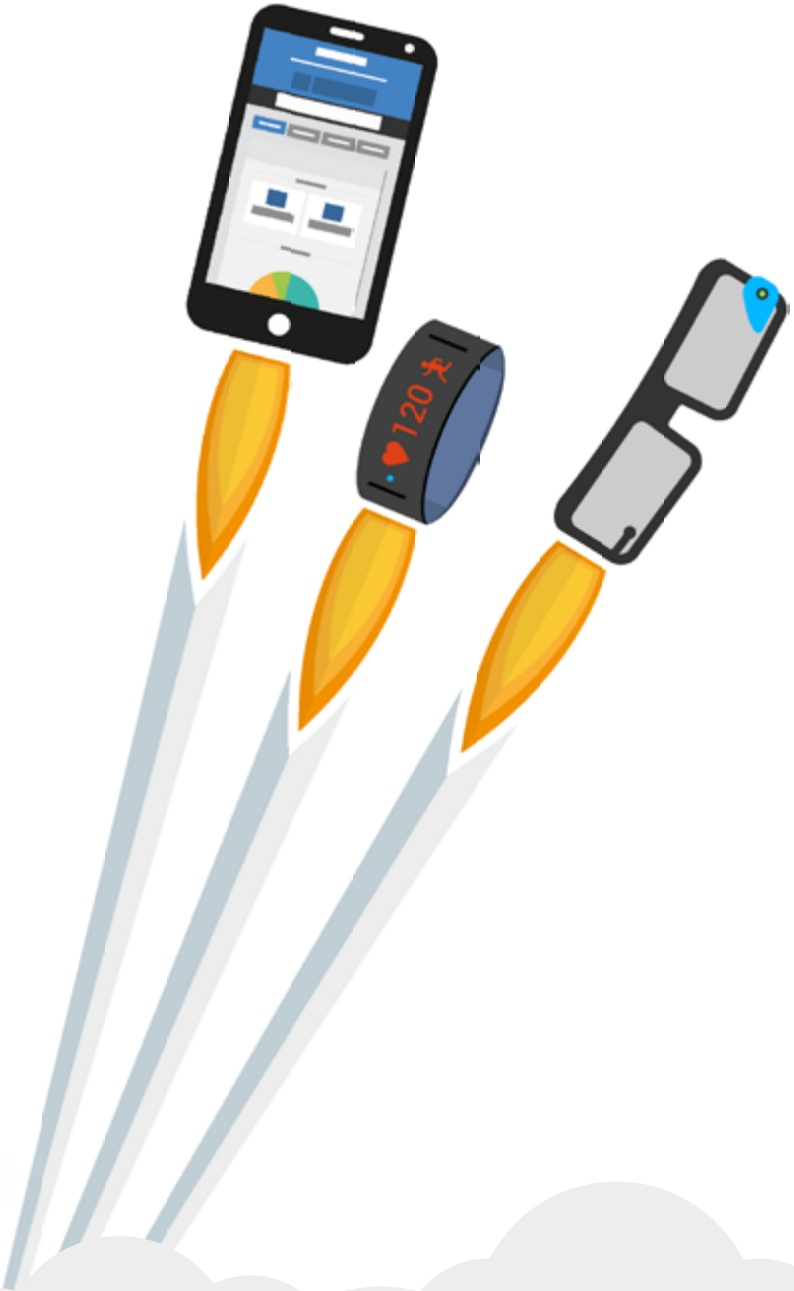
Entonces, ¿cómo se siente al pasar por todas estas tendencias que mostramos?

Sepa que entre las miles de informaciones que podríamos transmitirle a usted en este momento, elegimos las 7 que entendemos como las más relevantes, para que se sienta así:

NECESITO PREPARARME!

Sí, esperamos que obtenga el sentido de urgencia para poner su gimnasio finalmente en el mundo digital, dejando cada vez más el mundo de las planillas, los papeles, carteles y folletos.

El cambio está ahí, pasando ante nuestros ojos, y queremos caminar juntos con usted, proporcionando las herramientas y contenidos para que pueda subir y obtener los mejores resultados, utilizando la tecnología a su favor.

Conozca los softwares que proporcionan herramientas y opciones para que tenga un número creciente de formas de llegar a más clientes, aumentar su número de retención y modernizar su gestión.

Gracias por la lectura!