



¡Que el verano no te pare!

Actividades o servicios para optimizar tu gimnasio

Para todos es sabido que uno de los períodos del año donde la mayoría de centros deportivos y gimnasios notan un importante descenso de usuarios es durante el verano, un hecho que se ve influenciado por las vacaciones, el calor y los horarios reducidos de las oficinas, principalmente. Un caballo de batalla que año tras año se debe lidiar para minimizar el impacto sobre las cuentas de resultados.

Para evitar que la disminución del número de usuarios que asisten a los centros deportivos durante la época estival sea menor, y que las personas que continúan asistiendo estén motivadas, te proponemos en este artículo algunas opciones para optimizar tus servicios sin perder la excelencia que te caracteriza.

Realiza actividades al aire libre

Aprovechando el buen tiempo, tanto en temperatura como en disposición de la luz solar, podemos trasladar algunas de las actividades colectivas del centro a la calle. Aprovechemos la primera hora de la mañana, o la última

de la tarde/noche para organizar clases colectivas en zonas cercanas al centro como parques, espacios verdes, etc.

De esta forma, nuestros clientes de la actividad y el propio monitor aprovecharán el buen tiempo y respirarán aire fresco. Además, podremos dar a conocer nuestra instalación a la gente que pase por esa zona y se interese por la actividad que estamos haciendo. Puede ser un buen momento para conseguir leads a los que podremos dar a conocer nuestra instalación y con los que conseguiremos nuevos socios.

“Aprovechando el buen tiempo podemos trasladar algunas de las actividades colectivas del centro a la calle.”

Lanza campañas de promoción

Al contar con un menor número de socios en este período y reducirse el tráfico de nuevos potenciales, podemos aprovechar este momento para llevar a cabo campañas de captación que tengan un mayor impacto dentro de la instalación, como “invita a un amigo/familiar”.

Los usuarios de la instalación podrán aprovechar esta oportunidad para traer a quienes ellos prefieran para conocer el centro, así como las clases y servicios que ofrecemos.

Conoce mejor a tus clientes

La menor asistencia de usuarios al centro puede convertir la época de verano en el momento ideal para que todo el staff de la instalación conozca mejor a sus socios; qué necesidades tienen, qué objetivos quieren conseguir, etc., y que los socios también sepan qué personas pueden ayudarles cuando tengan dudas o inquietudes. De esta forma, conseguiremos una mayor fidelización entre nuestros clientes para que se sientan “como en casa”.

Gamifica tu centro

Este período del año es propicio a ser más distendido y es por ello que la gamificación es la herramienta ideal para jugar con nuestros clientes. Crea torneos o competiciones para esta y mejora su fidelización. “El reto del verano”, donde los socios puedan conseguir puntos o niveles mediante la consecución de objetivos, retos, accesos, check-in, etc. A partir de estos logros podrán obtener premios especiales y exclusivos, ya sea a nivel individual o en grupo. Además puedes anticiparte al inicio del verano y que el “reto” dure más tiempo mejorando la retención de los clientes.

Organiza actividades para los niños

Otro de los inconvenientes que encuentran los centros deportivos en verano es que una parte de las personas que dejan de acudir a las instalaciones, lo hacen porque en muchas ocasiones, no tienen dónde dejar a sus hijos, ya que no tienen ni clases ni actividades extraescolares. Podemos incluir en el horario del gimnasio actividades a las que puedan asistir padres con sus hijos (*family training*, clases de baile...) o ▶



CONSULTORIA DEPORTIVA

*Desarrollamos tu departamento comercial
aumenta tus ventas*



analizamos y diagnosticamos



definimos objetivos y estrategias



formamos y gestionamos equipo



dirigimos y controlamos




/valgoinvestment



www.valgo.es



valgo@valgo.es



+34 91 579 99 26 | +34 671 08 14 18



actividades específicas para niños, que permitan a los padres continuar con sus rutinas de entrenamientos mientras los más pequeños se divierten, y también hacen ejercicio.

Podemos valorar también la realización de campus o campamentos en el centro donde los más peques estarán más tiempo en la instalación, permitiendo a sus padres poder ir a trabajar sabiendo que sus hijos están en buenas manos.

Crea tarifas especiales

Un segmento de población que determina en gran medida la disminución del número de cuotas en las instalaciones deportivas en verano son los estudiantes. Una posible solución para atenuar este descenso puede ser la creación de tarifas especiales para estos meses, ofreciendo una barrera de salida que minimice el impacto económico que origina este periodo,

disponiendo estos de los mismos privilegios a su vuelta.

Oferta una cuota de mantenimiento

Esta herramienta de retención, ya existente en un gran número de centros deportivos, permite que los usuarios no se den de baja en verano, sino que por una cantidad más reducida que la tarifa mensual, puedan “congelar” su cuota en los meses que no vayan a acceder a la instalación. Es muy importante que la suma de las cuotas de mantenimiento de los meses de verano sea menor que los gastos de inscripción, para que los socios vean el beneficio económico de no darse de baja.

Como complemento a esta cuota podemos ofrecerles un valor añadido como una rutina especial de entrenamiento para verano, un kit de consejos para mantenerse en forma o un recetario de comidas sanas realizado por nuestro nutricionista, por ejemplo.

Planifica entrenamientos vacacionales

Al hilo del punto anterior, y gracias a las nuevas tecnologías, podemos ofrecer como servicio a los clientes que se vayan de vacaciones, una planificación de entrenamiento adaptada a sus necesidades y que puedan realizar en sus lugares de vacaciones. Podemos también complementarla con recomendaciones nutricionales y consejos para mantenerse en forma. Si lo creemos conveniente, se puede ofrecer un extra con planificaciones más específicas o ampliadas, lo que puede suponer un ingreso que quizás no contemplábamos.

Recapta

Al tener menos afluencia de visitas y tránsito por la instalación, puede ser un buen momento para retomar acciones pendientes con ex socios y clientes pendientes de cerrar citas. Es verdad que todos ellos puede que estén también de vacaciones, pero seguro que no todo el verano, así que podemos aprovechar para hacer alguna acción de receptación con ofertas atractivas y fomentando que puedan pasarse por el centro para generar más altas.

Esperamos que estas ideas y herramientas os ayuden a pasar un verano más productivo en vuestros centros deportivos y gimnasios. Recordad que lo más importante es anticiparse, y conocer las necesidades del cliente. Esto nos permitirá desarrollar acciones y estrategias que eviten que nos abandonen y entiendan que somos una pieza clave para sus vidas y su estado físico. □



Manel Valcarce

Máster en Administración y Dirección del Deporte.
Ldo. Ciencias Actividad Física y el Deporte. Colegiado 8709.

Diplomado en Ciencias Empresariales.
Director Gerente Valgo Investment.
manelv@valgo.es | www.manelvalcarce.com



Teresa Miñambres

Máster en Dirección de Organizaciones e Instalaciones de la AF y el Deporte. Licenciada en Ciencias Actividad Física y el Deporte. Consultora en Valgo Investment.

teresam@valgo.es