



ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN A TRAVÉS DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA



Málaga 10 de febrero 2011

Israel González



Existe una tendencia de cambio ...

- La sociedad está sufriendo una fuerte mercantilización de las relaciones que se rigen por los **beneficios** reales:

“LO QUE PAGO Y LO QUE RECIBO”

- Los clientes cada vez tienen una actitud más responsable y comprometida con el **deporte**.
- Se plantean unos objetivos y esperan conseguirlos y para ello exigen un mejor **servicio**.
- El SOCIO/USUARIO busca hacer un uso inteligente de su **tiempo** de **ocio**





CONCEPTO FIDELIZACIÓN

CONJUNTO DE ACCIONES DIRIGIDAS A LOS USUARIOS QUE REFUERZA LA PERTENENCIA AL GRUPO Y QUE EN CONSECUENCIA PONEN BARRERAS POSITIVAS QUE IMPIDEN QUE EL ABONADO SE DE BAJA DEL CENTRO.





CLIENTES SATISFECHOS VS CLIENTES FIELES

- a. **BUENOS CLIENTES = CLIENTES SATISFECHOS**, pueden seguir siendo abonados o darse de baja.
- b. **CLIENTES FIELES = Clientes que realmente disfrutan de estar en tu centro. Retienen su membresía año tras año: recomiendan tu centro a todo el mundo y propagan lo mucho que disfrutan perteneciendo al centro.**





CLIENTES SATISFECHOS VS CLIENTES FIELES

- a. **EL 70% DE LOS CENTROS DE FITNESS OPINAN QUE DAN UN BUEN SERVICIO A SUS CLIENTES Y QUE, GRACIAS A ESE BUEN SERVICIO, SUS CLIENTES SEGUIRÁN HACIENDO NEGOCIO CON EL CENTRO.**

- b. **EL 46 % DE LOS CLIENTES PERCIBEN QUE LOS CENTROS FITNESS DE LOS QUE SON MIEMBROS LES DAN UN BUEN SERVICIO.**





Los clientes abandonan por:

- 49% Baja calidad del servicio
- 20% Falta de contacto y atención personal
- 16% Calidad
- 15 % Precio

Investigación realizada en los EEUU por la organización The Forum Corporation





Especificidades de los programas de ejercicio

HARDWARE = INSTALACIONES

(lo tangible que ayuda a la 1ª compra)

CAPTACIÓN

SOFTWARE = ATENCION AL USUARIO

(Intangible que ayuda a la 2ª compra)

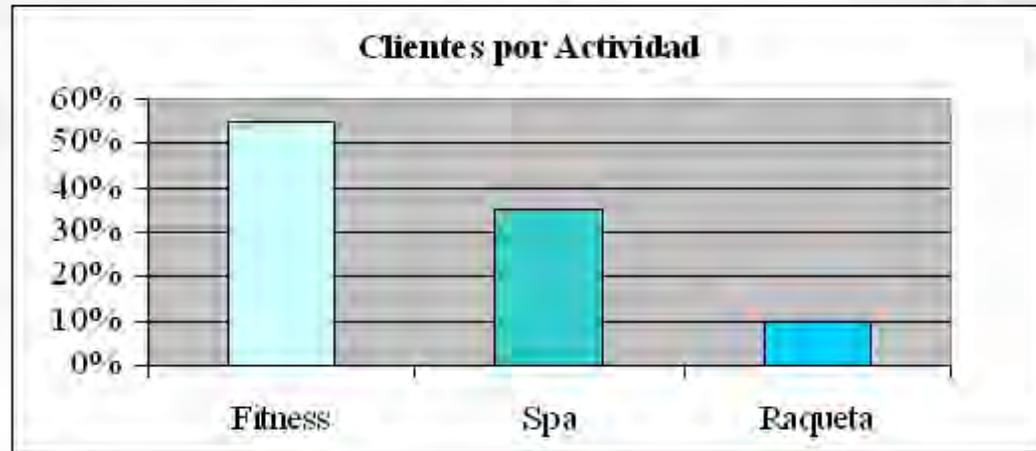
FIDELIZAR



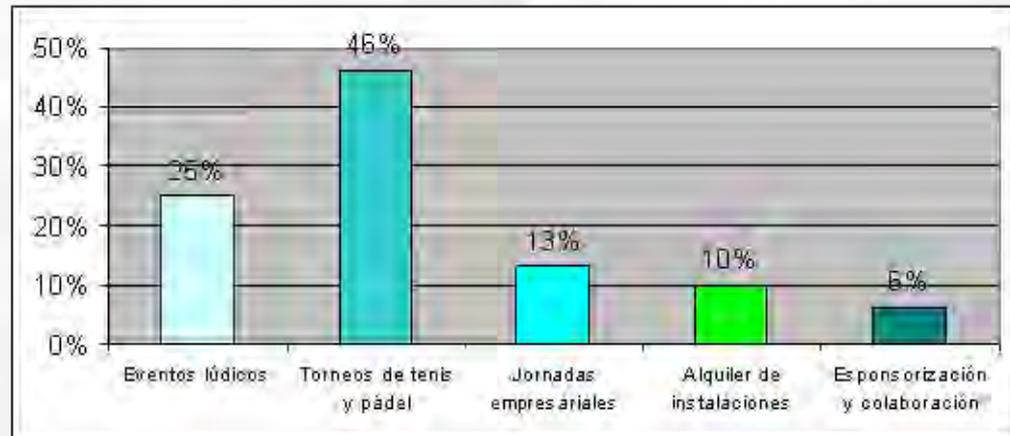


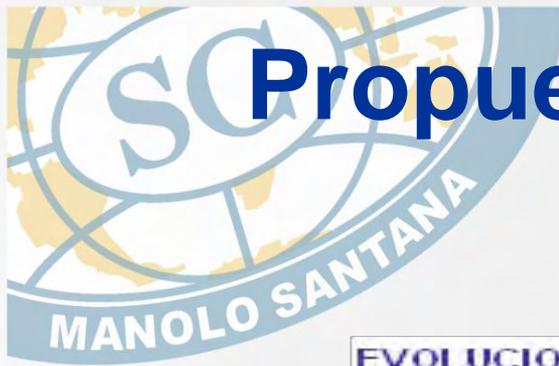
Con una segmentación de clientes:

Particulares (91,5%)



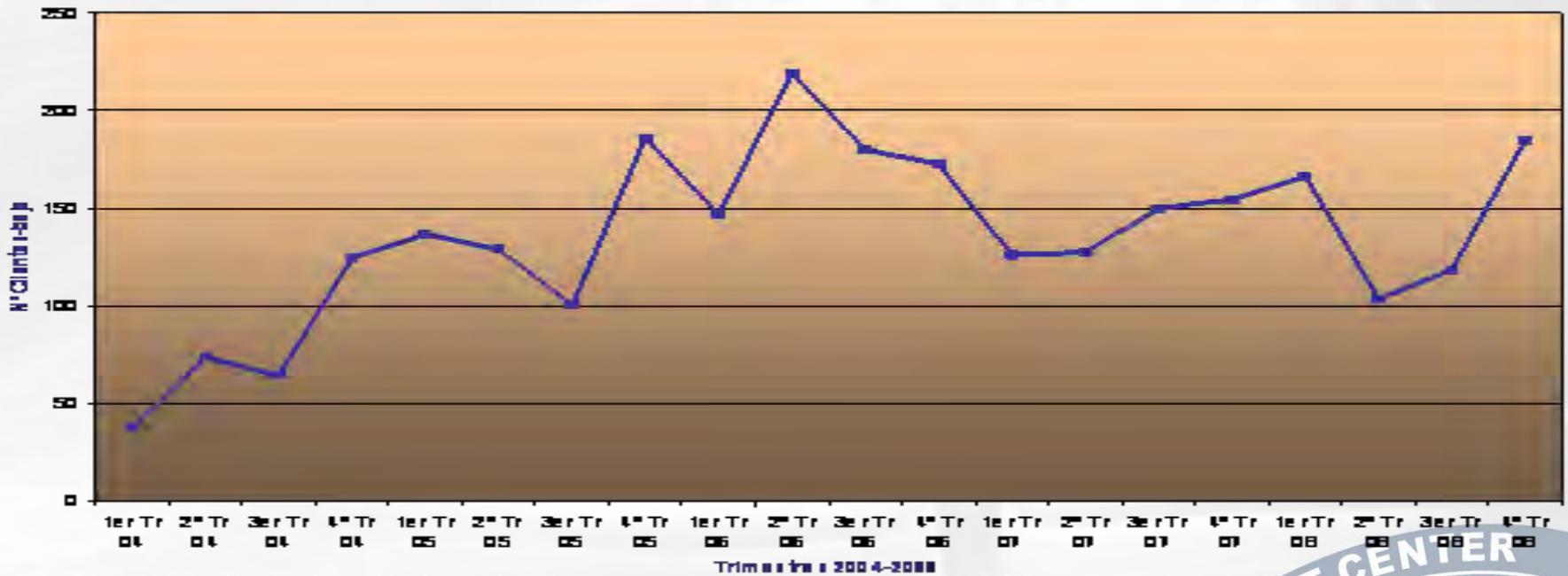
Corporativo (8,5%)





Propuesta de Fidelización 2009-2010

EVOLUCION BAJAS SPORT CENTER MANOLO SANTANA



Para disminuir las bajas anuales en un 18% ...





Estrategias de Fidelización mediante programas de actividad física

1. EN GENERAL SOMOS IMAGEN: somos parte de un todo, proyectamos la imagen del centro.
2. PROTOCOLOS DE ACTUACIÓN QUE GARANTICEN UN TRATO PERSONALIZAD EN LOS PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA.
3. OBJETIVO: AUMENTAR LA FIDELIZACIÓN.



PROCESO DE IMPLANTACIÓN ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN. 1ª REUNIÓN

1. Importancia de tener ventaja competitiva. Cuál es la Nuestra?

SCMS



?



Tenemos un problema Queremos que Att. Personalizada sea real, palpable
NECESITAMOS CREAR ESTRATEGIAS

2. ESTRATEGIAS para que nuestros usuarios tenga la percepción real de ATENCIÓN PERSONALIZADA

Que hacemos cuando viene UN INVITADO a nuestra casa ?

Brainstorming

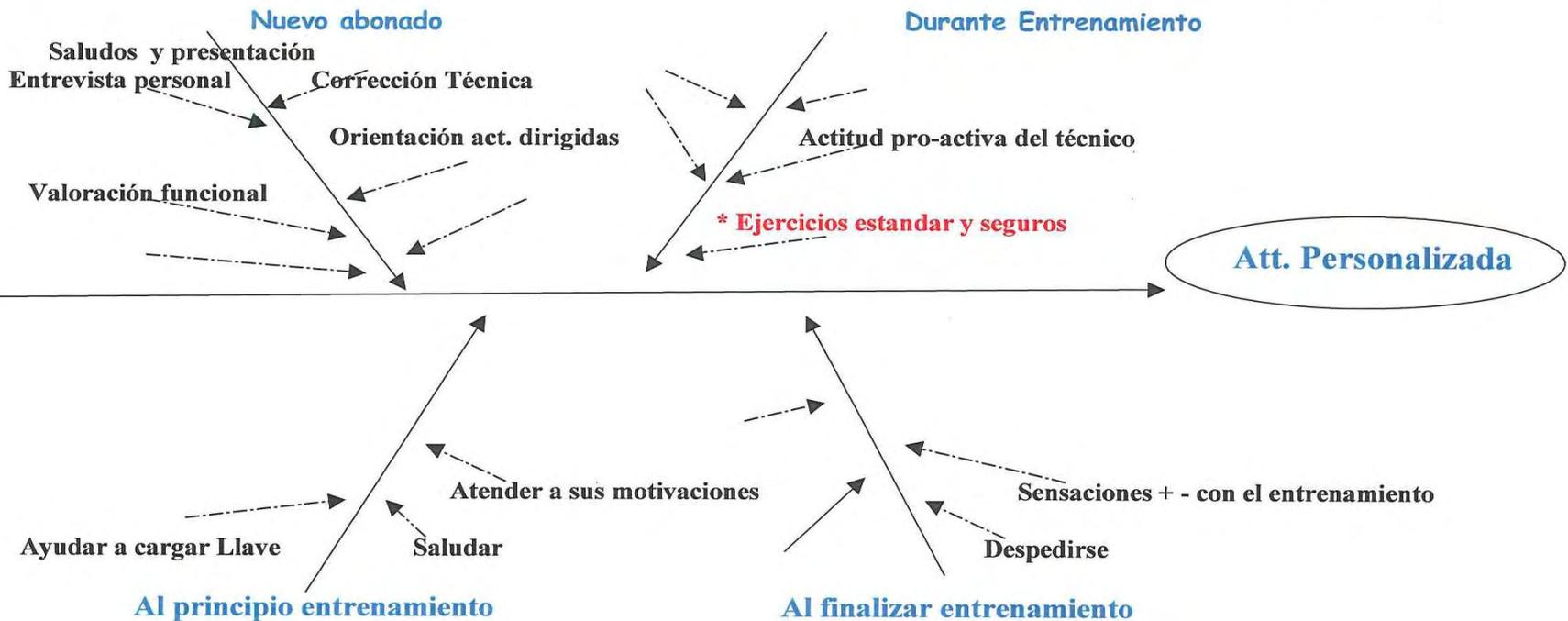




IMPLANTACIÓN ESTRATEGIAS FIDELIZACIÓN 2ª REUNIÓN

CAUSAS

EFFECTO DESEADO

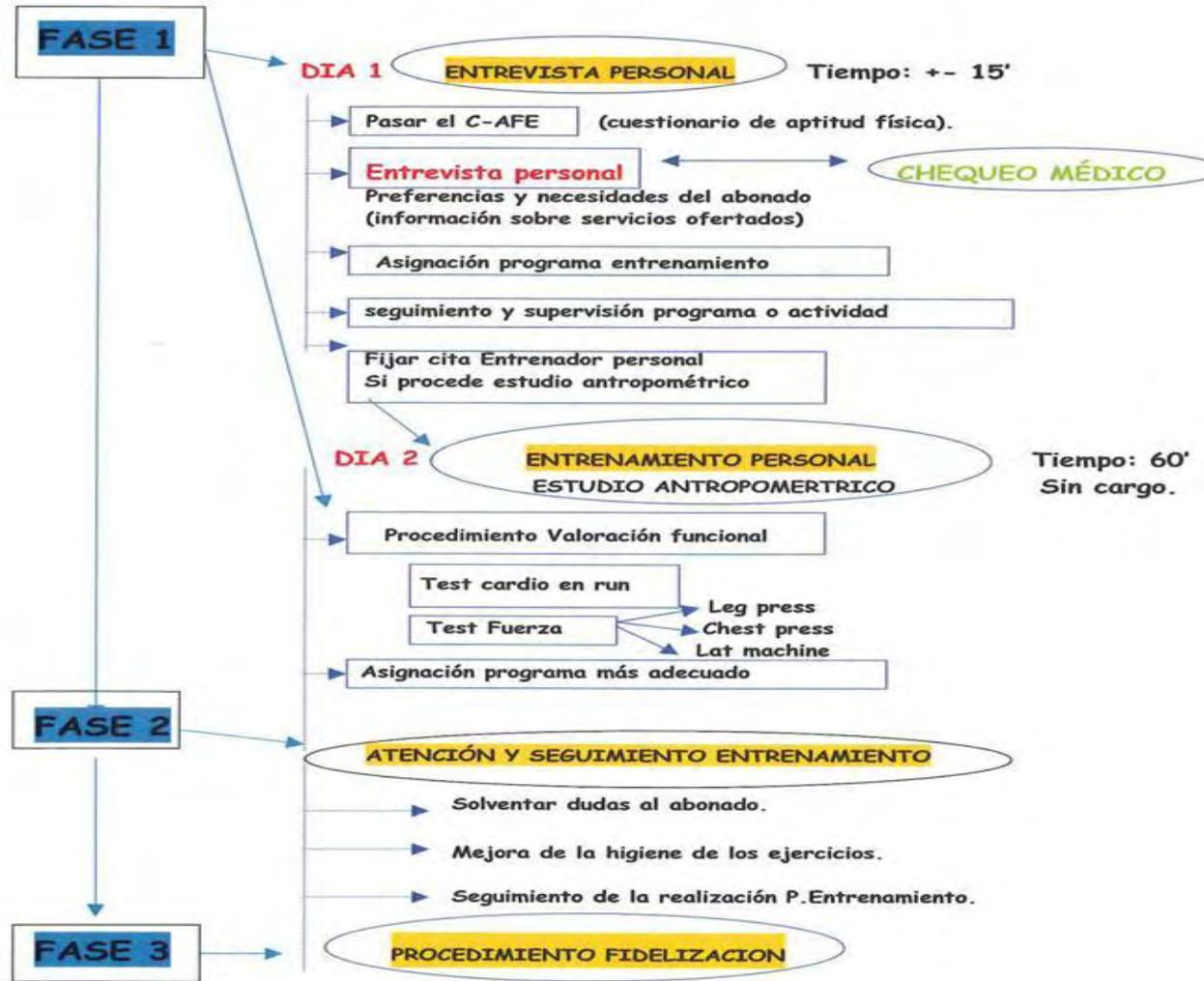




IMPLANTACIÓN ESTRATEGIAS FIDELIZACIÓN

3ª REUNIÓN

PROTOCOLO NUEVOS ABONADOS



ACCIÓN DE FIDELIZACIÓN MEDIANTE PROTOCOLO DE ADHERENCIA A PROGRAMAS A.F

PACK BIENVENIDA

Fase 1





ACCIÓN DE FIDELIZACIÓN MEDIANTE PROTOCOLO DE ADHERENCIA A PROGRAMAS A.F



ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN

ADHERENCIA AL EJERCICIO Y SEGUIMIENTO PERSONALIZADO





FEEDBACK EVOLUCIÓN CON PROGRAMA EJERCICIO

NOMBRE Y APELLIDOS:

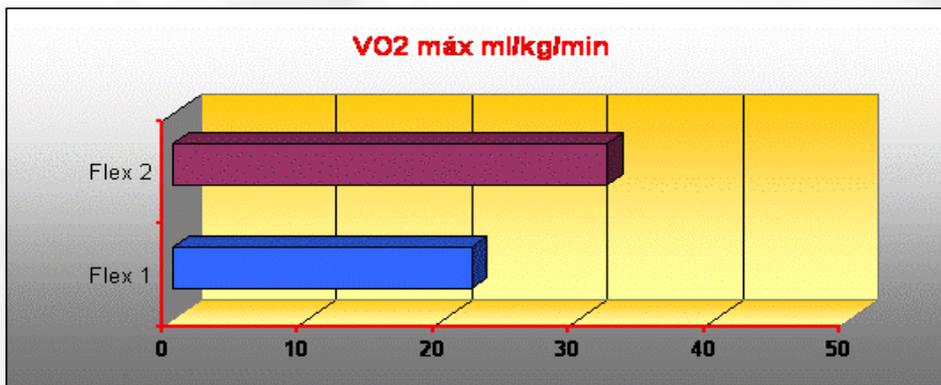
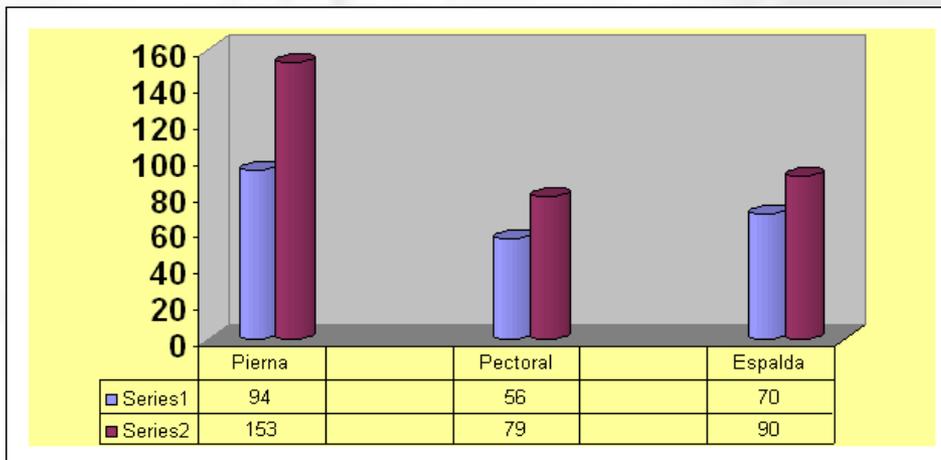
Fecha: 15/09/2009

EDAD: 42 P.CADERA:104
TALLA: 172 P.CINTURA: 99
PESO:84,5 FC. REPOSO:79

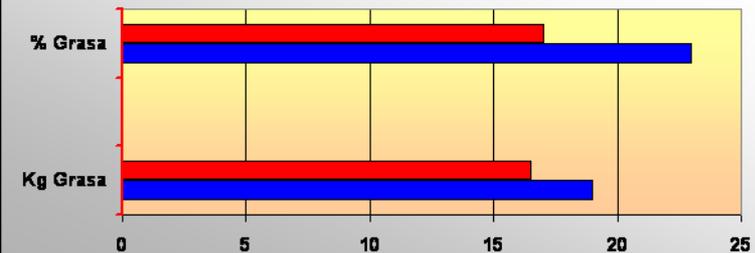
Fecha: 10/12/2009

EDAD: 42 P.CADERA:104
TALLA: 172 P.CINTURA:99
PESO:84,5 FC. REPOSO:79

TEST DE FUERZA	REP	Kg	% 1RM	MAX.
FECHA: 21/09/2009				
LEG PRESS	10	70	75	94
CHEST PRESS	11	40	72	56
VERT. TRACTION	11	50	72	70
FECHA: 10/12/2009				
LEG PRESS	11	110	72	153
CHEST PRESS	12	55	69	79
VERT. TRACTION	11	65	72	90



COMPARATIVA TEJIDO ADIPOSOSO





FEEBACK EVOLUCIÓN CON PROGRAMA EJERCICIO

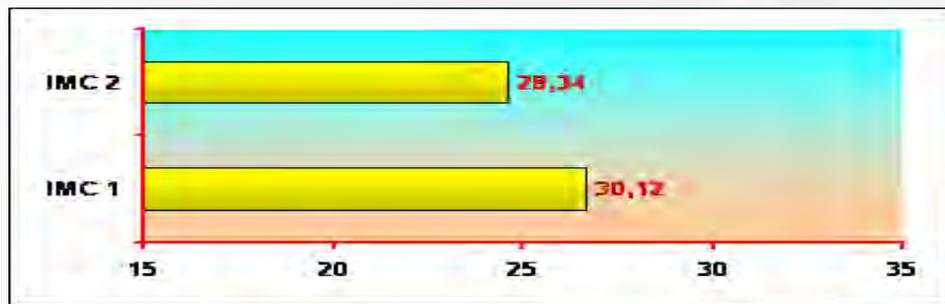
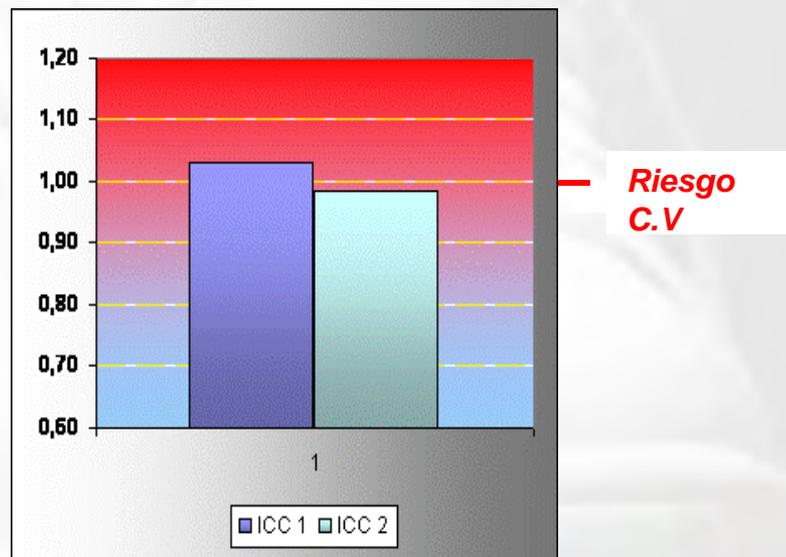
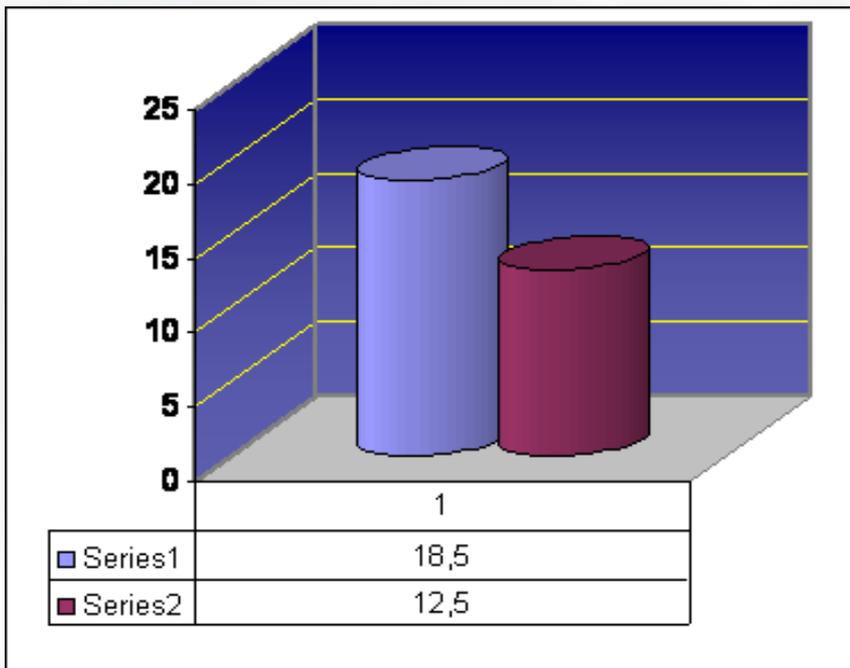
NOMBRE Y APELLIDOS:

Fecha: 15/09/2009

EDAD: 42 P.CADERA:104
 TALLA: 172 P.CINTURA: 99
 PESO:84,5 FC. REPOSO:79

Fecha: 10/12/2009

EDAD: 42 P.CADERA:104
 TALLA: 172 P.CINTURA:99
 PESO:84,5 FC. REPOSO:79





¿Por Qué plan fidelización a través de programas A.F?

Objetivos:

- **Disminuir bajas anuales en un 20%**

Incremento nuevos abonados por recomendación en un 10% (114 clientes anuales)

- **Incremento de valor:**
 - **Trato personalizado**
 - **Programas a medida**
- **Aumento de la rentabilidad de nuestros clientes**
- **Aumento de ingresos:**
 - **Servicio Entrenador Personal**
 - **Cuotas**



IMPACTO ACCIÓN FIDELIZACIÓN USO DEL FITNESS 08-09

4º trimestre 2008

	Regularmente	1-2 veces	Esporádicos	2- 3 Ms	+ 3 Ms.	S	C	S/C
TOTAL								
PORCENTAJE	25,9	34,9	14,9	6,6	17,6	51,7	19,0	29,3

TOTAL ABONADOS **1114**
 QUE ASISTEN **55,1 %**
 ESPORADICOS **13,5 %**
 NO ASISTEN **22,0 %**

4º trimestre 2009

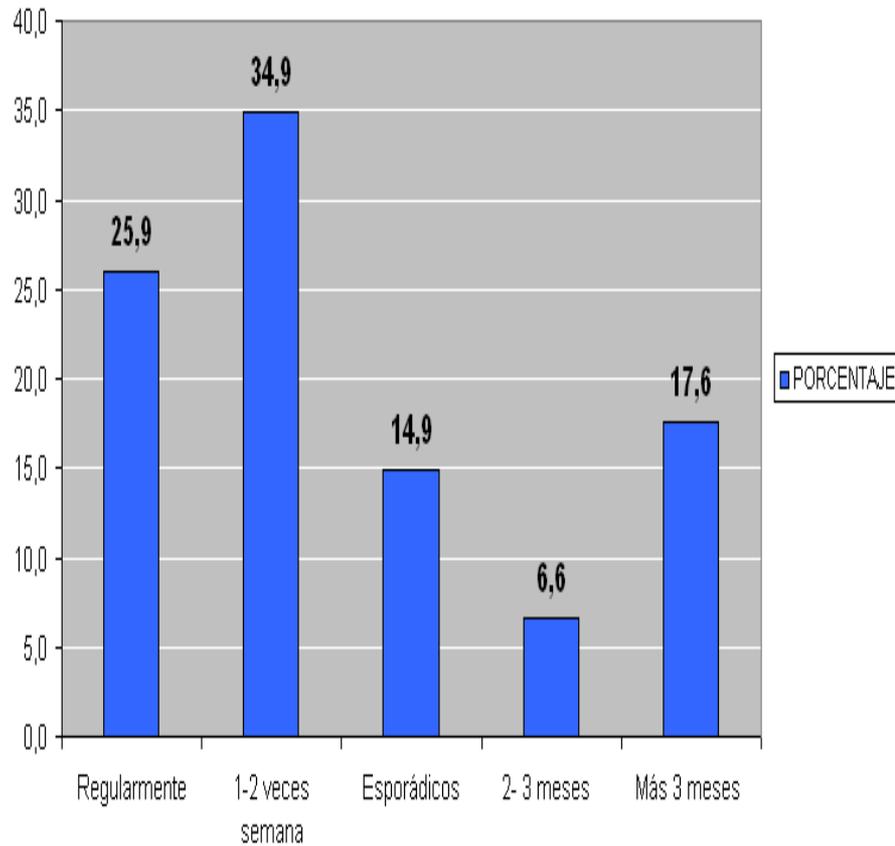
	Regularmente	1-2 veces	Esporádicos	2- 3 Ms.	+ 3 Ms.	S	C	S/C
TOTAL								
PORCENTAJE	36,3	29,3	16,3	5,6	12,5	53,7	18,6	27,7

TOTAL ABONADOS **1201**
 QUE ASISTEN **65,6 %**
 ESPORADICOS **15,0 %**
 NO ASISTEN **18,1 %**

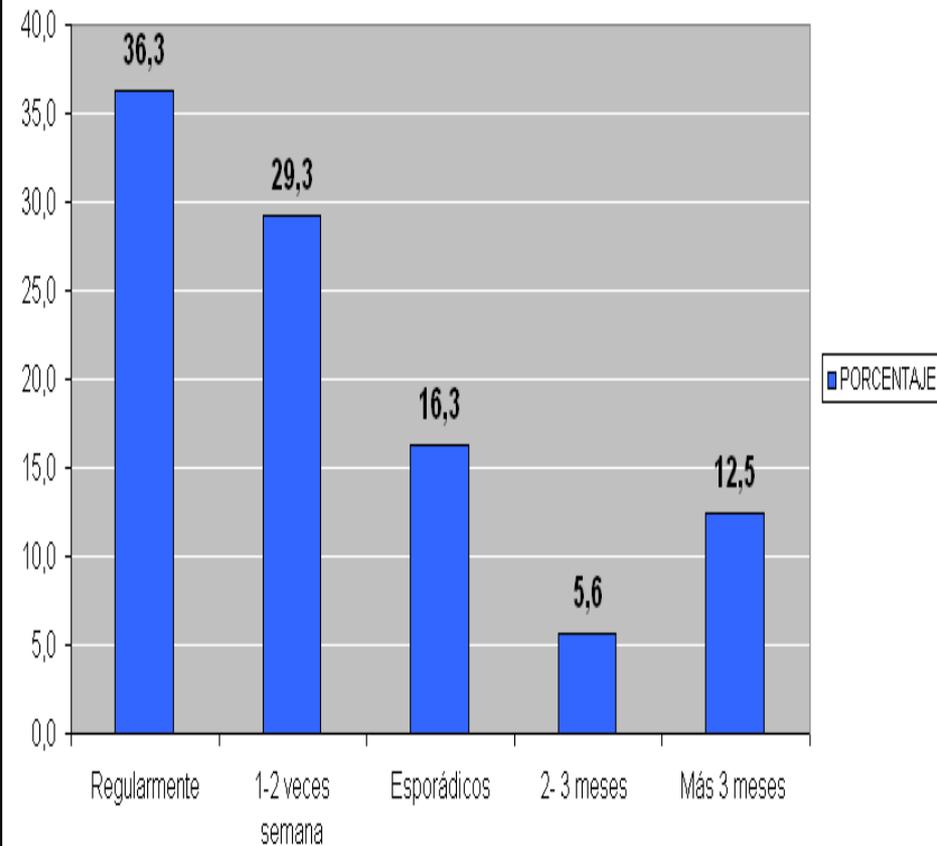


INFLUENCIA ACCIONES FIDELIZACIÓN / RETENCIÓN

USO FITNESS 4º Trimestre 2008



USO FITNESS 4º Trimestre 2009 PORCENTAJE %

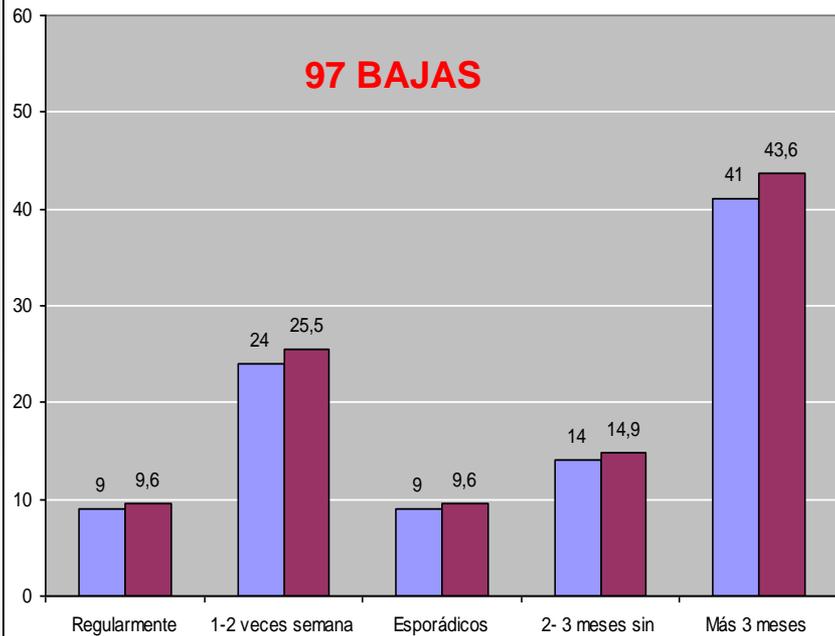




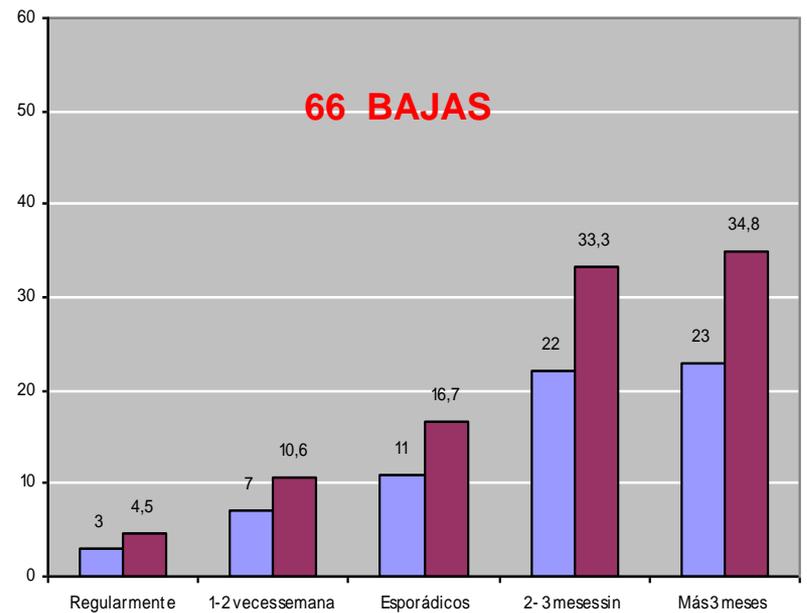
IMPACTO E. FIDELIZACIÓN EN LA RETENCIÓN DE ABONADOS

F. Asistencias Bajas 2008

■ Porcentaje
■ Valor absoluto



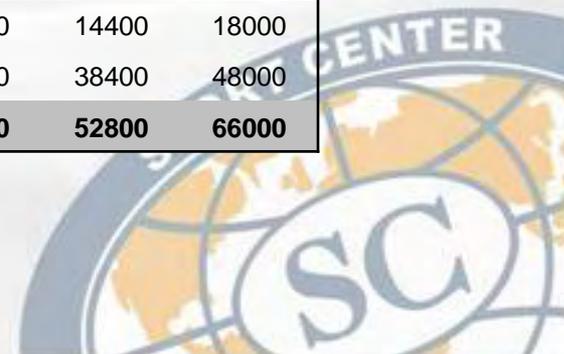
F. Asistencias Bajas 2009





Previsión ingresos 1 Pack bienvenida 2010

HIPOTESIS ECONOMICA (1) PRECIO MATRICULA 60 EUROS					
	10	20	30	40	50
SOCIOS NUEVOS POR MES	10	20	30	40	50
SOCIOS ANUALES	120	240	360	480	600
SESIONES POR OFERTA	600	1200	1800	2400	3000
BENEFICIO ENTRENADOR	6000	12000	18000	24000	30000
BENEFICIO CLUB	0	0	0	0	0
VENTA "PACK INICIO" 20%	24	48	72	96	120
PRECIO PACK DE ENTRENAMIENTO	300	300	300	300	300
FACTURACION TOTAL	7200	14400	21600	28800	36000
BENEFICIO ENTRENADOR 50%	3600	7200	10800	14400	18000
BENEFICIO CLUB 50%	3600	7200	10800	14400	18000
BENEFICIO TOTAL CLUB	3600	7200	10800	14400	18000
BENEFICIO TOTAL ENTRENADOR	9600	19200	28800	38400	48000
INGRESO TOTAL	13200	26400	39600	52800	66000





Previsión ingresos 2 Pack bienvenida 2010

HIPOTESIS ECONOMICA (3) PRECIO MATRICULA 135 EUROS					
	10	20	30	40	50
SOCIOS NUEVOS POR MES	10	20	30	40	50
SOCIOS ANUALES	120	240	360	480	600
SESIONES POR OFERTA	600	1200	1800	2400	3000
BENEFICIO ENTRENADOR	6000	12000	18000	24000	30000
BENEFICIO CLUB	6000	12000	18000	24000	30000
VENTA "PACK INICIO" 20%					
	24	48	72	96	120
PRECIO PACK DE ENTRENAMIENTO	300	300	300	300	300
FACTURACION TOTAL	7200	14400	21600	28800	36000
BENEFICIO ENTRENADOR 50%	3600	7200	10800	14400	18000
BENEFICIO CLUB 50%	3600	7200	10800	14400	18000
BENEFICIO TOTAL CLUB					
	9600	19200	28800	38400	48000
BENEFICIO TOTAL ENTRENADOR					
	9600	19200	28800	38400	48000
INGRESO TOTAL	19200	38400	57600	76800	96000





Previsión Ingresos 2011

CONCEPTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	
CUOTAS NUEVAS ALTAS			3420	3420	3420	3420	3420	3420	6840	6840	6840	6840	47880
MATRICULAS			2850						2850				5700
CUOTAS RETENIDAS			3000	3000	3000	3000	3000	3000	5820	5820	5820	5820	41280
SERVICIOS													18000
TOTAL INGRESOS	0	0	9270	6420	6420	6420	6420	6420	15510	12660	12660	30660	112.86

- Cuotas mensuales 60 €
- Matrículas 50 €
- Aumento 10% nuevos clientes (114 clientes)
- Disminución de bajas 18% (97 clientes)
- Aumento 15 % servicios complementarios





GRACIAS...

Israel González

igonzalez@santanacenter.com

