

Propuestas para optimizar tu gimnasio en verano



Uno de los períodos del año donde la mayoría de centros deportivos y gimnasios notan un importante descenso de usuarios es durante el verano, una estación en la que, las vacaciones, el calor, y los horarios de las oficinas son factores que pueden influir en este hecho. Esto también afecta a los ingresos y las ventas de los centros, un caballo de batalla que año tras año debemos tratar para minimizar el impacto sobre las cuentas de resultados.

Para evitar que esta disminución del número de usuarios que asisten a los centros sea menor, y que las personas que continúan asistiendo estén motivadas, proponemos en este artículo algunas opciones para optimizar los servicios de nuestro centro en la época estival:

- **Realizar actividades al aire libre:** aprovechando el buen tiempo, tanto en temperatura como en disposición de 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 conseguir nuevos socios.

- **Realizar 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.

- **Aprovecha para conocer mejor a los clientes de tu instalación:** 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 época del año 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, dance padres e hijos) o 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 para verano:** 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 los meses de verano, ofreciendo una barrera de salida que minimice el impacto económico que origina esos meses concretos, disponiendo éstos de los mismos privilegios a su vuelta.

- **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 mensual 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.

- **Planificación del entrenamiento:** 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 pueda 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.
- **Recaptación:** 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 recaptación 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. Recuerda que lo más importante es anticiparse, y conocer las necesidades del cliente 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.

Artículo publicado en la revista Body Life nº5/2016 en colaboración con Teresa Miñambres.

Link to Original article: <https://www.manelvalcarce.com/blog/propuestas-para-optimizar-tu-gimnasio-en-verano?elem=90237>