



Por Luis Amoroso (*)

10 CLAVES PARA COMPETIR CON LAS GRANDES REDES

Competir con las grandes redes no debe, necesariamente, ser una pesadilla siempre que usted mantenga el foco en sus clientes. Cuanto mayor sea la atención que preste a los mismos, mayor será su éxito. Esto se traduce en vivir la oportunidad económica en lugar de dedicar tiempo y esfuerzo para viabilizar su proyecto económicamente.

En la relación tiempo y esfuerzo usted será recompensado con base únicamente sobre el tiempo y en el esfuerzo dedicado. En cambio, viviendo la oportunidad económica usted será recompensado por las oportunidades exploradas, haciendo que su potencial de éxito sea virtualmente ilimitado.

1. Defina un nicho

Encuentre un nicho y explore sus oportunidades. Cuanto más enfocado esté en quien es su cliente, mayor será su éxito porque usted no tendrá que reinventarse para cada nuevo cliente. No intente ser todo para todos, prefiera seleccionar pocos y buenos programas y proyectos para realizarlos mejor que nadie. Las grandes redes tienen un formato estandarizado para sus unidades y servicios.

2. Invierta en las personas

Establezca un fuerte vínculo con sus empleados y clientes ya que el gimnasio se sustenta en las relaciones personales. Invierta en la formación de su gente pues ésta es el elemento clave para el éxito de su empresa. Mientras los equipamientos y las instalaciones requieren tan sólo de disponibilidad de dinero, la formación de un verdadero equipo enfocado en la satisfacción del cliente va a requerir de pasión y dedicación. Las grandes redes poseen un costo de capital muy bajo pero les resulta difícil estar cerca de sus cientos de empleados y miles de clientes.

3. Haga de su cliente el principal foco de su negocio.

Haga que cada cliente se sienta feliz y satisfecho con su servicio. Mantenga a su gimnasio en el tope de las prioridades de sus socios proporcionándoles exactamente lo que ellos desean, en el momento en el que lo desean, todo el tiempo. Conserve una comunicación constante con los clientes y sea la solución para sus problemas. El cliente satisfecho va a recomendarlo a sus amigos incre-

mentando sus ventas. Las grandes redes viven y mueren en busca de números.

4. Sea visible y accesible

Construya la imagen de su gimnasio basándose en su propia imagen y saque ventaja frente a las grandes redes actuando como una pequeña boutique. Sea visible y accesible a todos sus empleados y clientes. Siga de cerca cada detalle de la operación de su gimnasio y haga que todos sientan que sus críticas y sugerencias son siempre muy bienvenidas.

5. Cree diferencias exclusivas

Transforme su desempeño en su mayor diferencial. Tenga pocos diferenciales y haga que estos sean dos veces mejores que los de la competencia. Estudie su área de actuación económica y entienda en qué difiere su gimnasio del resto y el motivo por el cual las personas optan por sus servicios. Si usted no puede tener el mejor gimnasio, tenga la mejor clase de indoor cycling o desarrolle el mejor programa de entrenamiento. Las grandes redes poseen excelentes instalaciones y equipamientos pero ofrecen servicios estandarizados.

6. Obtenga y utilice buena información

La buena información no tiene precio pues ésta va a guiarlo para tomar buenas decisiones. Coléctela, interprétela y aplique los resultados. Busque la información que podrá hacer que su cliente se sienta feliz y satisfecho. Es muy importante que usted dedique diariamente una parte de su tiempo para aprender y agregar a su estrategia conocimientos y experiencia. En las grandes redes el propietario muchas veces se distancia de los clientes.

7. Mantenga su foco en los puntos clave del negocio

Dedique su tiempo a acompañar las actividades responsables de generar ingresos. Enseñe a todo su equipo cómo generar ingresos. Reúna información, analícela e implemente los cambios solicitados por sus clientes. Mantenga su foco en los puntos clave de su negocio. Saque ventaja con relación a las grandes redes por la flexibilidad de sus decisiones.

8. Controle, planifique y cree cambios

Su negocio requiere cambios constantes. Sus clientes cambian. Sus sistemas cambian. Todo cambia diariamente. No espere a que las cosas envejecen para cambiarlas. Opte por hacerlo sistemáticamente. Haga esto siempre que sea necesario. Si un cliente le dice que desea algo, y usted puede hacerlo, entonces cambie para adóptarlo. Esté siempre al frente. Esta es la mejor forma de competir frente a las grandes redes.

9. Desarrolle un sistema de ventas pro-activo

Un buen sistema de ventas no existirá en su gimnasio si usted no lo define como prioritario. Cada visitante es un cliente potencial y cada cliente puede generarle un referido. Un sistema de ventas bien estructurado obtendrá ventajas de este concepto. Los visitantes deben ser invitados para agendamientos y los clientes contactados en busca de referidos. Entrene a su persona de forma personalizada, ya que en las grandes redes la mayor parte de los entrenamientos son estandarizados.

10. Cuide de la retención

Indiscutiblemente la retención es uno de los mayores desafíos de cualquier gimnasio. Cerca de 1 cada 4 clientes que deja de frecuentar el gimnasio lo hace porque no está satisfecho. La retención está directamente ligada al contacto permanente con el cliente. Monitorear la frecuencia no es suficiente para gerenciar la retención, llamar a un cliente que no está utilizando el gimnasio puede ser demasiado tarde pues éste ya perdió el interés. Saque ventaja respecto a las grandes redes gracias a su proximidad con el cliente y evite su ausencia desde el primer día, demostrándole el compromiso del gimnasio con la calidad del servicio y su satisfacción.

(*) Socio-consultor de FitBiz. Ha dictado más de 30 seminarios desde 1998 y ha desarrollado 35 proyectos de consultoría desde 2001 en todo Brasil. luis@fitbiz.com.br



FITBIZ ARGENTINA

Av. Paseo Colón 470 2° D (1063) - Buenos Aires - Argentina - Tel/Fax (54 11) 4115-3525/24
info@fitbiz.com.ar - www.fitbiz.com.ar