



Por Ricardo Cruz (*)

Desafíos del mercado

CÓMO SOBREVIVIR Y CRECER

En el mundo globalizado de hoy, tras la apertura de las economías y con el avance de la comunicación (principalmente de Internet), los individuos son estimulados con información que les llega a través de varios medios, que antes no estaban al alcance del común de la gente.

Los mercados fueron invadidos por productos y servicios de otros países, con una tecnología más desarrollada y a precios accesibles. Los mercados locales sufrieron entonces muchos cambios, principalmente en la manera de atender a clientes, ya que el contacto de la población con esos nuevos productos y servicios hizo que aumentasen sus expectativas y exigencias.

La comunicación contribuyó para que esa situación ocurriera de manera rápida y ordenada, pues los derechos del consumidor fueron más difundidos y también los ejemplos de excelencia en la atención. El cliente pasó a experimentar sensaciones nuevas cuando se enfrentó con una buena atención o con un producto innovador.

En este escenario, debemos administrar nuestros gimnasios, pensando globalmente y actuando localmente:

- Pensar globalmente, verificando lo que las mejores empresas (de cualquier mercado e industria) están haciendo, ya que nuestro cliente está en contacto con ellas. Esas experiencias redefinen los parámetros de referencia de un buen producto y de una buena atención, tornando al consumidor más exigente con todas las empresas donde compra. Por tal motivo, nuestros competidores están también fuera de esta industria, y esas experiencias diversas harán que la percepción de calidad evolucione cada día.

- Actuar localmente, con un análisis de las costumbres y las características locales que pueden interferir en su empresa. Escoger acciones que respeten esas costumbres y agreguen valor a su propuesta, permitiendo convertirla en una referencia de buen producto y buen servicio en el mercado. Cuando se encara una acción es importante

Actualmente, el mercado es muy competitivo. Los clientes se tornan más exigentes y las ganancias son cada vez menores. En este escenario, es de suma importancia prestar mucha atención a dos aspectos: los clientes y la empresa.

realizarla de manera eficaz, a tal punto que es mejor ejecutar menos acciones pero de mayor calidad.

Luego del análisis y las acciones, es de suma importancia que la empresa comunique al mercado y difunda sus diferenciales y sus potencialidades, pues, como fue expresado anteriormente, la comunicación tiene un papel fundamental en la consolidación de la empresa y en la formación de la opinión pública respecto a la misma. El marketing permitirá que la empresa consolide su concepto en el mercado que actúa y también disminuya los riesgos.

Todas estas tareas le permitirán tener un gimnasio enfocado en el cliente y con grandes chances de éxito (con relación al producto y servicio). No obstante, como empresa, será exitosa si cumple también con su función comercial, garantizando a los propietarios y colaboradores las condiciones de supervivencia, proveyéndoles rentabilidad y una remuneración a todos los que invierten en ella, ya sea capital, tiempo o servicio.

Habrà que prestar especial atención al flujo de caja y también a los gastos, pues la empresa debe generar los recursos para lograr este propósito. Así que ponga su mirada en las ventas (no sólo a nuevos clientes, sino también a quienes ya están matriculados en el gimnasio), en lugar de esperar que éstas vengan solas. Los resultados llegarán si los busca incansablemente.

Para lograr el éxito, no basta con tener una empresa bien estructurada. Es necesario conocer el tamaño del mercado, la competencia directa y las otras empresas que tienen

contacto con nuestros actuales o posibles clientes. De este modo, podremos definir las acciones y las características que traerán los resultados esperados al gimnasio, y también prepararnos para las oportunidades y riesgos que puedan surgir en el camino.

Las características del producto y del servicio ayudan mucho en la consolidación de la empresa. Sin embargo, la prestación del servicio puede destruir esas inversiones. Para evitarlo, la empresa debe tener su misión y sus valores bien claros de modo que sus empleados sepan qué se espera de ellos. Con estos aspectos definidos, el entrenamiento asume un papel importantísimo para asegurar la consistencia del trabajo, independientemente del profesional que lo ejecuta, manteniendo un estándar de atención similar.

Todo definido, ahora es el momento de traer vida al gimnasio, y para eso necesitamos personas. Precisamos profesionales bien entrenados que demuestren seguridad en lo que hacen; y clientes que lleguen al lugar y lo recomienden a otras personas. O sea, necesitamos que todos los que conviven en la empresa se diviertan por encima de todo. Éxitos!!!

(*) Consultor de FitBiz desde 2003. Participó en más de 15 proyectos de consultoría en Brasil, Uruguay y Argentina. Es columnista de la revista Mercado Fitness. Master Trainer Impact Training y Consultor CMS Internacional.



FITBIZ ARGENTINA

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