

FITNESS

AltaFit da el salto al móvil: lanza su primera 'app' para derribar la barrera del gimnasio

Hexxa, el brazo tecnológico de la cadena, ha creado la aplicación con el fin de mejorar la experiencia del abonado tanto dentro como fuera del club.

Patricia López

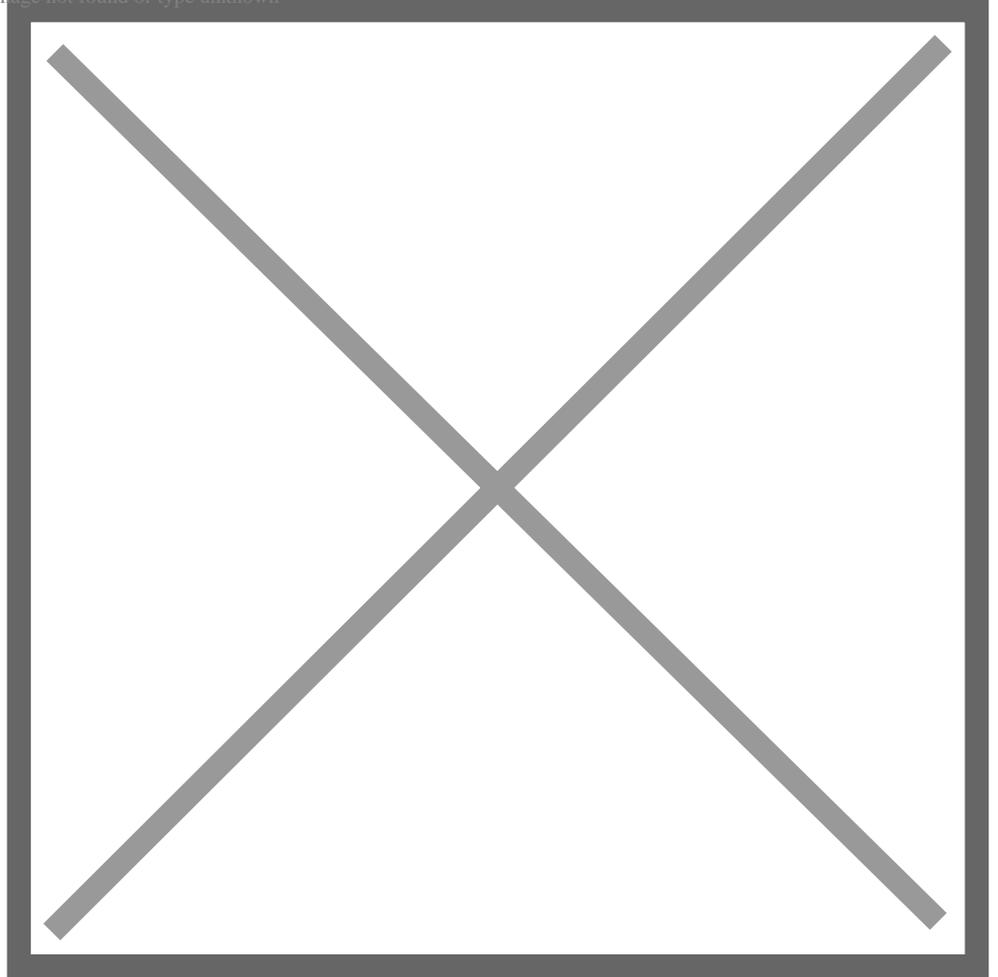
30 ago 2017 - 05:00

AltaFit derriba los límites de su propia instalación y refuerza su apuesta por el ecosistema digital. La cadena madrileña de gimnasios ha decidido acercarse al público *millennial* con el lanzamiento de TribeUp, una aplicación corporativa con la que espera mejorar y ampliar el servicio que presta a sus socios. La empresa encargada de desarrollar la aplicación ha sido Hexxa, que al igual que la cadena está integrada en el grupo Geomethrix, la matriz de la que dependen AltaFit, los gimnasios *premium* Myst y la empresa tecnológica.

Creada en 2015, Hexxa ha lanzado a la venta *smartphones* y *smartwatches* dirigidos tanto a sus socios como al público en general, pero aún no se había aventurado en el segmento de las aplicaciones de deporte y salud. Ahora, la compañía ha debutado con una *app* corporativa que, aunque ya está disponible, se encuentra en la primera fase de desarrollo. Por el momento ya han integrado a Google Fit, Runtastic, Strava y Runkeeper en su sistema, de modo que cualquier abonado puede controlar sus métricas a través de TribeUp. Algunos centros de la cadena ya la utilizan, y el próximo objetivo es ampliar su uso al resto de la red.

“Es una proyección online de lo que ofrecemos en el centro. La idea es crear un sistema para que el cliente esté vinculado a la marca y a sus compañeros, a la vez que nos permite optimizar los recursos y la gestión”, detalla a *Palco23* José Antonio Sevilla, consejero delegado de AltaFit. A día de hoy, la plataforma permite estar en contacto con el club, llevar un control de sus accesos y reservar actividades dirigidas, algo que según el directivo los clientes venían pidiendo y ya ofrecían otras cadenas.

Image not found or type unknown



TribeUp se sincroniza con las aplicaciones Google Fit, Runtastic, Strava y Runkeeper

El siguiente paso es llevar el sistema más allá. “Queremos crear grupos de interés, fomentar ese tipo de actividades más grupales y segmentadas donde el cliente pueda generar comunidad”, indica sobre una estrategia que ayuda a la fidelización. Más adelante, la empresa lanzará retos para estimular la *gamificación* y la participación de los abonados, algo que actualmente se encuentra en fase de desarrollo, según detalla el directivo.

Otro de los principales filones que explican el salto de AltaFit al mundo de las *apps* es el *big-data*. “Las aplicaciones nos permiten obtener más información de los clientes, y gestionarla de manera más ordenada, de modo que nos permiten interpretarla, nos

aportan valor y conocimiento del socio”, detalla. Con este sistema, la compañía podrá disponer de los datos sobre el acceso, la reserva de clases y comprobar qué entrenadores tienen más éxito en el gimnasio.

Para estimular la descarga de la *app*, Hexxa está trabajando para mejorar la usabilidad del portal de ventajas, una iniciativa para ofrecer descuentos y regalos a los clientes. Por el momento, AltaFit ha cerrado acuerdos con Amazon y Asisa, pero también se sustenta en otros proveedores, como agencias de viajes, marcas de alquiler de coches y salas de cine. “Es una manera de ser relevante para el abonado. Estamos atentos al sector y a las tendencias, pero también a los comportamientos de consumo de nuestros clientes. De ahí que la *app* y los la información que nos aporta sea tan importante”, afirma.

Eskraap, el objetivo a largo plazo

Aunque por el momento Hexxa está centrada en el desarrollo de TribeUp, en su hoja de ruta también está Eskraap, “una vertical para trabajar en paralelo y con la que hemos lanzado una plataforma colaborativa de profesionales y personas que busquen servicios. Está diseñada y desarrollada, pero aún no hemos impulsado a nivel comercial, y más adelante prevemos mejorarla y dar entrada a entrenadores, fisioterapeutas y nutricionistas”, apunta.

Además de AltaFit, Myst y Hexxa, bajo el paraguas de Geomethrix también está una plataforma de vídeos bajo demanda para entrenar en casa con la que también busca hacer negocio en el mundo digital, una apuesta ahora reforzada con el lanzamiento de la *app*.

En la actualidad, la cadena cuenta con 39 clubes AltaFit, 18 de ellos ubicados en Madrid, y 2 gimnasios Myst y una plantilla de 370 trabajadores. La compañía cerró 2016 con unos ingresos de 25 millones de euros, un 19% más que el año anterior, y este año prevé una apertura en Terrassa (Barcelona), que será su segunda instalación en la región.