PALCO23

FITNESS

Cuffí (MWC): “Quien crea que la digitalización sólo aumenta eficiencia, se está perdiendo la mitad de la película”

El director del programa de transformación digital del Mobile World Capital, el consejero delegado de Pangea Travel y el director de experiencia de Life Fitness, desgranan las claves y las oportunidades de la transformación digital.

Patricia López
12 jun 2018 - 19:00

Cuffí (MWC): “Quien crea que la digitalización sólo aumenta eficiencia, se está perdiendo

Image not found or type unknown

“No se puede concebir un sector que no sea impactado por lo digital”. Con esta afirmación ha empezado Carles Cuffí, director del programa de transformación digital del Mobile World Capital (MWC), su ponencia sobre el impacto de la transformación digital en el marco del evento *Conecta con el nuevo cliente*, organizada por Life Fitness. Para el directivo, no todas las tecnologías ofrecen un servicio personalizado y es necesario ir más allá para lograrlo.

https://www.palco23.com/fitness/cuffi-mwc-quien-crea-que-la-digitalizacion-solo-aumenta-eficiencia-se-esta-perdiendo-la-mitad-de-la-pelicula

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

"Tener un Fitbit está muy bien, pero no ofrece personalización. Sólo llegará en el momento en que la empresa sepa dar respuesta a los objetivos de ese cliente", ha asegurado. ¿Cuál es el reto de los gimnasios? Según el directivo son varios, pero es importante cambiar el *chip*. "El que crea que aumentando la densidad digital en el gimnasio está ganando eficiencia, se está perdiendo la mitad de la película", ha opinado.

La clave va a estar en "saber ubicarse en puntos futuros de contacto del cliente" porque "la experiencia se sale del *core business* más físico de las empresas. Es posible que los gimnasios tengan que dar servicio fuera de los clubes", ha señalado.

> **David Hernández (Pangea Travel): "La tienda del futuro no debe ser 100% digital; debe ser omnicanal"**

Para el directivo, "todo va hacia posicionarse en sitios no tradicionales, y las plataformas de *fitness* virtual son un ejemplo. La monetización no está del todo clara, pero son una realidad", ha advertido. Aprender e integrarse con otros sectores, según Cuffí, es una necesidad y cada vez más una realidad. "Muchos están confluyendo y creando propuestas de valor; hay interacción entre empresas para mejorar la experiencia del cliente", ha explicado.

Por ejemplo, el sector del *real estate* está interactuando con la movilidad como Uber, y es posible que también lo esté haciendo con gimnasios", ha señalado. Esta estrategia de observar otras industrias es la que le ha permitido a David Hernández, consejero delegado Pangea Travel, hacer negocio en un sector tan competitivo como es el de las agencias de viajes y las páginas web que permiten comprar noches de hotel y billetes de avión.

> **Juan Cuesta (Life FItness): "El *fitness* se ha *retailizado*; debe poner al consumidor en el centro y pensar como él"**

https://www.palco23.com/fitness/cuffi-mwc-quien-crea-que-la-digitalizacion-solo-aumenta-eficiencia-se-esta-perdiendo-la-mitad-de-la-pelicula

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

"Nos fijamos en Decathlon o MediaMarkt por la experiencia que dan al cliente", ha indicado. La compañía ha superado la proliferación de *e-commerce* de viajes a base de combinar la experiencia física con la digital. "Creo en la omnicanalidad. Aquellas compañías que sólo sean digitales o físicas tendrán un futuro más complicado que aquellas que logren combinar ambas fórmulas", ha afirmado.

Hernández ha defendido que el mundo físico sigue teniendo mucho peso. "En la agencia, los trabajadores asesoran a los clientes porque son expertos en el destino. A los consumidores les ahorramos cincuenta horas de navegación por Internet para armar su viaje; les damos una experiencia", ha comentado.

Cuffí (MWC): "Todo va hacia posicionarse en sitios no tradicionales, y las plataformas de *fitness* virtual son un ejemplo"

"Tenemos que dar algo que no ofrezca Internet. Las tiendas físicas deben ofrecer una experiencia 360 grados y un trato personal con un especialista que ayude a resolver a los clientes un problema complejo", ha añadido, sobre los ingredientes de la tienda del futuro. "Si los gimnasios quieren mejorar la experiencia de sus abonados, deben ir más allá de la máquina y ofrecer asesoramiento de ejercicio y nutrición", ha aconsejado.

En el camino para conectar con el nuevo cliente, el director de experiencia digital de Life Fitness, Juan Cuesta, ha asegurado que el *fitness* se ha *retailizado* de tal modo que "la diferenciación está cada vez más en la experiencia del cliente y cada vez menos en el producto". En este sentido, el experto en digitalización ha incidido en que en la actualidad no hay que plantear el márketing en términos de esto "producto, precio, lugar y promoción, sino de contenido, contexto, conexión y comunidad".

Para Cuesta, la consecuencia directa del contexto actual de "economía de la experiencia" es la llegada del concepto *boutique*, que son "conceptos de club muy vinculados a generar este tipo de producto". Según el directivo, los clientes no sólo quieren tener acceso a un espacio físico para entrenar, sino contar con un "*partner* que les ayude a conseguir sus objetivos". En otras palabras, el *fitness* debe estar preparado para lo digital, pero "la tecnología no debe ir por delante de la experiencia, debe ser un apoyo", ha sentenciado.

https://www.palco23.com/fitness/cuffi-mwc-quien-crea-que-la-digitalizacion-solo-aumenta-eficiencia-se-esta-perdiendo-la-mitad-de-la-pelicula

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.