

FITNESS

Mystery Shopper: AltaFit, a examen

La cadena de gimnasios protagoniza la decimosexta entrega del especial de Mystery Shopper con el que *Palco23* pone a prueba la estrategia de captación de clientes vía presencial y online.

P. López
7 dic 2017 - 04:57

La captación se ha convertido en uno de los principales desafíos de las cadenas de gimnasios. El sector del *fitness* y en especial el segmento *low cost*, se caracteriza por una baja tasa de retención, motivo por el que las compañías llevan a cabo fuertes estrategias de captación donde el precio es importante, pero también el trato personal y a través de la Red.

A lo largo de estas semanas, *Palco23* está publicando un reportaje con los resultados de atención al cliente presencial y online de algunas de las principales cadenas de gimnasios del país. Esta acción de Mystery Shopper, patrocinada por fabricante nacional de equipamiento BH Fitness, pretende ser una comparativa del resultado obtenido por el comprador misterioso en algunas de las veinte compañías más destacadas del mercado español. En esta decimosexta entrega, un nuevo protagonista: AltaFit.

Mystery Shopper: AltaFit, a examen

Fundada en 2011, es la principal cadena de gimnasios *low cost* de España en cuanto a implantación a pie de calle. En seis años ha tenido una red de 40 instalaciones AltaFit y dos clubes Myst, y ha diversificado su negocio con el lanzamiento de Hexxa, un fabricante tecnológico de productos y *apps* para el deporte. La compañía cerró 2016 con unos ingresos de 25 millones de euros y un aplantilla de 370 trabajadores.

Mystery Shopper: AltaFit, a examen

La estrategia de captación de clientes de AltaFit es equilibrada entre el servicio online y el presencial. Empezando por la Red, la web muestra las diferentes tarifas sin necesidad de registro, algo que sí suelen ofrecer las cadenas que operan en el segmento de bajo coste. También informa de las promociones que hay en vigor, del

precio con y sin IVA, y de las condiciones que se deben cumplir para optar al abono más barato, como es apostar por la suscripción anual.

Mystery Shopper: AltaFit, a examen

Image not found or type unknown

Se puede hacer el alta online y permite realizar un tour virtual por el club, algo que pocas cadenas ofrecen. Sin embargo, no es posible concertar visita por Internet y, durante el proceso de inscripción, no se pregunta por el objetivo del alta.

Mystery Shopper: AltaFit, a examen

Image not found or type unknown

En la web aparece un listado de los centros que AltaFit ya tiene operativos, así como dónde se ubicarán las próximas aperturas, y también figura un mapa ampliable con las ubicaciones de todos los clubes. En el momento de formalizar la matrícula, la cadena da una opción que pocas compañías del sector permite: la posibilidad de elegir la fecha de alta, y de realizar preguntar a un asistente virtual que resuelve las dudas en tiempo real. Si no estuviera disponible, el portal sugiere el potencial cliente facilite su correo electrónico con el fin de ser contactado en otro momento.

Mystery Shopper: AltaFit, a examen

Image not found or type unknown

Por último, la compañía no da la posibilidad de concertar un día de prueba y, como no exige el número de teléfono al potencial abonado, no recibe ninguna llamada para preguntarle si tiene alguna duda, explicarle mejor el concepto de club y preguntarle si ha tomado una decisión. Lo que sí hace es enviar un correo electrónico respondiendo detalladamente a las preguntas enviadas a través del chat.

Mystery Shopper: AltaFit, a examen

Image not found or type unknown

El potencial cliente quiere comprobar la calidad de la estrategia de captación de AltaFit en el club, motivo por el que se dirige al centro ubicado en Puerta de Toledo. En el momento de entrar en el centro no hay ningún empleado en recepción, pero se sugiere llamar a un timbre para avisar al personal. De inmediato, aparece un técnico de *fitness* que se presenta, se interesa en atender al potencial abonado y de inmediato le muestra el gimnasio por iniciativa propia.

Mystery Shopper: AltaFit, a examen

Image not found or type unknown

El entrenador pregunta por el motivo del alta con el fin de conocer el objetivo del entrenamiento, orientando la visita al centro y haciendo más hincapié en aquellas zonas que más motiven al usuario. Incluso ofrece la posibilidad de probar el club antes de apuntarse para comprobar si le convence. Si bien el club no cuenta con la opción de alta autoservicio, el empleado explica al detalle las diferentes tarifas y promociones que hay en vigor, así como la política de permanencia.

Mystery Shopper: AltaFit, a examen

Image not found or type unknown

Uno de los pocos fallos es que no pide el teléfono de contacto al cliente, de modo que no puede realizar un seguimiento para saber si ha tomado la decisión de apuntarse. Ahora bien, durante el tour por el gimnasio explica cómo buscan incentivar la asistencia, poniendo de relieve que mensualmente organizan *masterclass* de *cycling*, entre otras actividades dirigidas, y se detiene a explicar el funcionamiento de las máquinas de *fitness*.

Mystery Shopper: AltaFit, a examen

Image not found or type unknown

Por último, da a conocer la red de centros existentes y comenta que con el abono se puede acceder a cualquier otro club de la compañía.

Mystery Shopper: AltaFit, a examen

Image not found or type unknown