

## Mystery Shopper: Basic Fit, a examen

La cadena holandesa de gimasios de bajo coste protagoniza la quinta entrega del especial de Mystery Shopper con el que *Palco23* pone a prueba la estrategia de captación de clientes vía presencial y online.

Palco23

21 sep 2017 - 04:57

Las cadenas de gimnasio y en especial las que operan en el segmento *low cost* lidian con uno de los grandes males del sector: una baja tasa de retención de socios. Esta realidad empuja a las compañías a mejorar e intensificar sus campañas de captación, pese a que es más caro conseguir un nuevo abonado que mantener la cartera de clientes.

En plena era tecnológica, el proceso de captación va más allá de la instalación y abarca el mundo digital, un ecosistema en el que los operadores han apostado como método para darse a conocer y atraer a nuevos socios. Pero, ¿cómo lleva a cabo su estrategia online y presencial Basic-Fit? La cadena holandesa, uno de los mayores operadores del *fitness* español, protagoniza la quinta entrega de la serie Mystery Shopper, que elabora *Palco23* con el patrocinio fabricante nacional de equipamiento BH Fitness.

### Mystery Shopper: Basic Fit, a examen

Basic-Fit desembarcó en España en el año 2000 y con el paso de los años se ha convertido en uno de los principales prescriptores de actividad física en el país, aunque también tiene presencia en Holanda, Bélgica, Francia y Luxemburgo. A día de hoy, cuenta con 32 centros en España, ubicados en Madrid, que es su principal área de influencia con 25 gimnasios; País Vasco, con tres; Andalucía, con tres y Asturias, con uno.

### Mystery Shopper: Basic Fit, a examen

Basic-Fit arranca con buen pie la valoración del cliente misterioso. Su página web permite conocer las tarifas sin necesidad de registro y darse de alta. Sin embargo, no ofrece la posibilidad de concertar una visita por Internet ni realizar un tour virtual por el centro para que el cliente potencial se haga una idea de cómo es la instalación. Durante el proceso para darse de alta, la compañía no pregunta los motivos por los que el usuario está interesado en inscribirse.

Mystery Shopper: Basic Fit, a examen

Image not found or type unknown

Lo que sí ofrece la cadena, haciendo gala de su amplia red de centros, es visualizar qué instalación es la que el potencial abonado tiene más cerca para que elija la opción que más le convenga. Asimismo, facilita información sobre las clases dirigidas y sus horarios, y cuenta con una *app*. Además, da la opción de contratar servicios adicionales a la tarifa básica, como es el *pack* que incluye asistencia a clases dirigidas, entrenamiento personal o la compra de bebidas. Ahora bien, la web no ofrece alguno de los pluses que facilitan el proceso de inscripción, como es la ayuda de un asistente virtual o la opción de elegir fecha a partir de la que será efectiva el alta.

Mystery Shopper: Basic Fit, a examen

Image not found or type unknown

Como puntos negativos, la compañía no ofrece un día de prueba para que el cliente pueda asistir al gimnasio antes de contratar una cuota y, dado que no se piden los datos de contacto del cliente infiltrado, no contactan con él para ampliar información, explicarle el concepto de club o saber si ha tomado ya la decisión de darse de alta.

Mystery Shopper: Basic Fit, a examen

Image not found or type unknown

El abonado potencial se dirige al Basic-Fit ubicado en Paseo de las Delicias para comprobar la calidad de la atención personal que ofrece la cadena.

Mystery Shopper: Basic Fit, a examen

Image not found or type unknown

Al acceder al club, visualiza una máquina que permite realizar al alta de manera autónoma y también ofrece la opción a los clientes de ejecutar toda una serie de gestiones. El centro también cuenta con un técnico en recepción que atiende al cliente infiltrado de inmediato. De no contar encontrarse allí, podría pulsar un timbre para reclamar la asistencia de un empleado.

Mystery Shopper: Basic Fit, a examen

Image not found or type unknown

El técnico explica mediante un folleto de las diferentes tarifas, enfatizando en una de las promociones que finaliza en cuatro días, y explica la política de permanencia. Sin embargo, no acompaña al usuario durante la visita al club, una opción que el empleo sólo le ofrece cuando se le pregunta si es posible. Tampoco le pregunta por el motivo del alta, de modo que el potencial cliente realiza una autovisita para conocer la instalación.

Mystery Shopper: Basic Fit, a examen

Image not found or type unknown

Aunque el empleado sí que ofrece un folleto explicativo, el tríptico sólo ofrece información sobre las cuotas y los servicios adicionales, así como la red de instalaciones que Basic-Fit tiene en España. También indica el número de clases colectivas que se imparten a la semana, pero no facilita la parrilla de sesiones con los horarios. Como punto negativo, la enseña no pide un teléfono de contacto al visitante, por lo que no puede hacer un seguimiento ni contactarle para preguntarle si ha tomado una decisión.

Mystery Shopper: Basic Fit, a examen

Image not found or type unknown

Por otro lado, el empleado no menciona la tecnología ni qué estrategia utilizan para incentivar la asistencia, como la celebración de *masterclasses* o la *gamificación*, aunque sí comenta que cuentan con una *app* cuando potencial cliente le pregunte. Si bien es cierto que da a conocer su red de centros existentes, sólo alude a este plus cuando el interesado le pregunta.

Mystery Shopper: Basic Fit, a examen

Image not found or type unknown