

Mystery Shopper: Eurofitness, a examen

Palco23 pone a prueba la atención al cliente online y presencial de veinte cadenas de gimnasios como Metropolitan, Altafit y Go Fit. En esta entrega, le llega el turno a Eurofitness.

P. López
21 dic 2017 - 04:55

La consolidación del sector del *fitness* en España y el aumento de la competencia ha obligado a las cadenas de gimnasio a reforzar su departamento de captación de clientes. Hoy día, la estrategia comprende la atención presencial y online, con la web y las redes sociales como polos de atracción de abonados.

Palco23 está publicando un reportaje semanal con los resultados de atención al cliente presencial y online de algunas de las principales cadenas de gimnasios del país y, en esta semana, le ha llegado el turno a Eurofitness. Esta acción de Mystery Shopper, patrocinada por el fabricante nacional de equipamiento BH Fitness, pretende ser un comparador del resultado obtenido por el comprador misterioso en cada una de las compañías del sector.

Mystery Shopper: Eurofitness, a examen

Eurofitness es una de las principales cadenas de gimnasios en régimen de concesión que operan en Barcelona. Fundada en 1998, cuenta con 13 instalaciones en la actualidad, de las cuales nueve se ubican en Cataluña, y una en Galicia, Polonia y Eslovenia.

Mystery Shopper: Eurofitness, a examen

Eurofitness cuenta con una web moderna pero no facilita toda la información posible para hacer más sencillo el proceso de inscripción o dar más detalles sobre el club al potencial abonado. Por ejemplo, permite darse de alta vía online, pero no se facilitan las tarifas salvo que el usuario aporte sus datos personales.

Mystery Shopper: Eurofitness, a examen

Tampoco permite hacer un tour virtual por el centro, aunque sí que se facilitan fotografías para que el usuario se haga una idea de cómo es la instalación por dentro. No da la opción de concertar visita por Internet y durante el proceso para darse de alta no se pregunta por el motivo de la inscripción.

Mystery Shopper: Eurofitness, a examen

Image not found or type unknown

Aunque sí se facilita un mapa interactivo para visualizar dónde se ubican los centros, éste no funciona. Por otro lado, figuran los horarios de las clases dirigidas y la cadena cuenta con una *app* móvil para los usuarios. También ofrece un día de prueba gratuito.

Sin embargo, no permite elegir la fecha de alta ni cuenta con asistente virtual para guiar al potencial abonado durante el proceso de inscripción.

Mystery Shopper: Eurofitness, a examen

Image not found or type unknown

Por último, no se da la opción de contratar servicios adicionales a la tarifa, y la cadena no contacta días después para saber si el usuario ha tomado una decisión. Tampoco aprovecha que dispone de los datos del cliente para ampliarle información o telefonearle para explicarle mejor el concepto de club.

Mystery Shopper: Eurofitness, a examen

Image not found or type unknown

El cliente quiere comprobar cómo es la estrategia de captación de Eurofitness cuando el potencial cliente acude al centro para interesarse por las tarifas y el tipo de instalaciones, motivo por el que se acerca al gimnasio ubicado en Can Dragó. Al acceder atiende un empleado en recepción, que explica las tarifas del centro, la política de permanencia y detalla que actualmente no hay ninguna promoción en vigor. El club no dispone de la opción de alta autoservicio, ya que cualquier trámite debe realizarse a través del recepcionista, que no ofrece un pase puntual para probar el gimnasio.

Mystery Shopper: Eurofitness, a examen

Image not found or type unknown

El empleado atiende con amabilidad y explica los horarios de la instalación, pero no muestra el gimnasio. De hecho, sólo permite visitarlo cuando este le pregunta. Lejos de acompañarle durante la visita, le propone que lo visite por sí mismo. De este modo, el cliente puede ojear cómo es el club, pero no recibe información sobre el tipo de maquinaria que utiliza o las actividades que llevan a cabo para mejorar la fidelización del cliente. Tampoco se le informa de que la compañía está construyendo un nuevo centro junto al que opera en Can Dragó, algo que podría utilizar como punto de atracción de nuevos clientes.

Mystery Shopper: Eurofitness, a examen

Image not found or type unknown

Como el club se divide en dos edificios (uno para el gimnasio y otro para la piscina), el usuario se dirige al centro anexo para ver cómo es la piscina. En este caso, una empleada sí que muestra la instalación y le indica donde se encuentran los vestuarios.

Mystery Shopper: Eurofitness, a examen

Image not found or type unknown

El potencial abonado recibe un folleto explicativo con el tipo de tarifa y las actividades dirigidas que se realizan, pero sólo porque previamente lo ha pedido, ya que era una información que no había sido facilitada por el *staff*. Ahora bien, sí que se piden los datos de contacto para realizar un seguimiento del potencial cliente, y días después le contactan para saber si ha tomado una decisión, se interesa por la disponibilidad del cliente y por qué tarifa le convendría elegir.

Mystery Shopper: Eurofitness, a examen

Image not found or type unknown