

## Mystery Shopper: Forus, a examen

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

Patricia López  
16 nov 2017 - 04:58

El negocio del *fitness* cada vez apuesta más por la tecnología, y las cadenas se han obligado a prestar más atención a la comunicación digital sin descuidar el trato personal. Las estrategias de captación de clientes amplían su ámbito de actuación, desde la recepción hasta la sala de entrenamiento, pasando por el hogar de los clientes potenciales que usan Internet para conocer qué oferta opera a su alrededor.

A lo largo de las 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 decimotercera entrega, un nuevo protagonista: Forus.

### Mystery Shopper: Forus, a examen

Fundada en 2010 por Ignacio Triana, la cadena de gimnasios opera bajo el modelo de concesión administrativa y se dedica a la construcción y la gestión de centros deportivos municipales. Cuenta con un total de 17 centros deportivos en España, lo que supone más de 100.000 metros cuadrados de instalaciones deportivas bajo su gestión, y una cartera de clientes de 100.000 abonados.

### Mystery Shopper: Forus, a examen

Forus arranca con buen pie la prueba de Mystery Shopper. La página web de la cadena permite darse de alta online, pero no pregunta por el motivo de la inscripción. También facilita la información sobre las tarifas de cada club sin necesidad alguna de registro. Si bien no permite realizar un tour virtual por el club, sí que muestran

fotografías de la instalación para que el cliente se haga una idea de cómo es.

Mystery Shopper: Forus, a examen

Image not found or type unknown

No cuenta con sección para concertar una visita al club, pero el portal tiene habilitado un espacio de consultas y solicitudes para abonados y potenciales usuarios. Tras el envío de la consulta, responden con inmediatez y sugieren que el usuario visite la instalación.

Mystery Shopper: Forus, a examen

Image not found or type unknown

Aunque el portal informa sobre la red de centros de Forus, no cuenta con un mapa que permita ubicar, de un vistazo, todos los clubes. El proceso de alta no cuenta con el apoyo de un asistente virtual ni permite contratar servicios adicionales a la tarifa, pero sí que figuran los horarios de las clases dirigidas. También es una de las pocas cadenas que no cuenta con *app*.

Mystery Shopper: Forus, a examen

Image not found or type unknown

Por último, tampoco ofrece un día de prueba gratuito y, como no exigen el número de teléfono al usuario para informarle sobre las tarifas, ningún operador contacta días después para explicarle mejor el concepto de club al cliente misterioso o saber si ha tomado una decisión. Lo que sí hace la cadena es enviar un mail de respuesta a aquellos potenciales abonados que envíen un formulario de información.

Mystery Shopper: Forus, a examen

Image not found or type unknown

Tras no superar la prueba que mide la calidad de la estrategia de captación de clientes desde la web, el potencial usuario se dirige al club que la compañía opera en Coslada para comprobar cómo trabaja la cadena en el cara a cara. El resultado es muy positivo.

Mystery Shopper: Forus, a examen

Image not found or type unknown

La compañía apuesta por el trato presencial, motivo por el que todas las altas que se tramiten en el club deben gestionarse a través de la recepcionista. Al entrar, atiende con amabilidad, explica las tarifas, las clases dirigidas que imparten, los horarios, pregunta por el motivo del alta y ofrece un folleto explicativo con toda la información que previamente ha explicado la empleada.

Mystery Shopper: Forus, a examen

Image not found or type unknown

También pide un teléfono de contacto y un correo electrónico para hacer un seguimiento y, aunque no ofrecen un día de prueba, contacta días después para saber si el potencial cliente ha tomado una decisión.

La compañía también es partidaria de mostrar el gimnasio al usuario. Para ello, la recepcionista contacta con el técnico de sala, que muestra el centro al detalle, interesándose sobre la frecuencia de práctica deportiva del cliente, el tipo de deporte que prefiere realizar y sus motivaciones. El instructor explica cómo funcionan las máquinas y qué grupo muscular puede ejercitarse con cada una de ellas.

Mystery Shopper: Forus, a examen

Image not found or type unknown

Lo único que le no explica es cómo buscan incentivar la asistencia al club, bien mediante *masterclasses*, *gamificación* o la celebración de sesiones especiales que no forman parte de la parrilla de clases dirigidas. Lo que sí explica la cadena es la política de permanencia y su red de clubes, en este caso, en la Comunidad de Madrid.

Mystery Shopper: Forus, a examen

Image not found or type unknown