

FITNESS

Mystery Shopper: Go Fit, a examen

La cadena de gimnasios protagoniza la decimoquinta 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
30 nov 2017 - 04:57

Las cadenas de gimnasios ya no pueden permitirse reducir su espacio de actuación para captar nuevos socios a las cuatro paredes que limitan el club. La estrategia para atraer clientes y fidelizarlos abarca un nuevo ecosistema, el de la Red, que junto al trato personal permiten a las compañías y a sus clientes estar en contacto en cualquier momento del día.

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 decimoquinta entrega, un nuevo protagonista: Go Fit.

Mystery Shopper: Go Fit, a examen

Fundada en 2005 por Gabriel Sáez, esta cadena de gimnasios construye sus complejos en base a un modelo mixto en el que la Administración facilita suelo público dotacional a largo plazo y la empresa aporta la inversión para construir y gestionar el centro deportivo. Bajo este modelo, Go Fit se ha convertido en el primer operador concesional en España en términos de facturación, con una cifra de negocio de 43,9 millones de euros, una red de 17 instalaciones, dos de ellas propias, una plantilla que supera los 830 empleados y una cifra de abonados de 215.000 socios.

Mystery Shopper: Go Fit, a examen

El caso de Go Fit es excepcional entre todas las cadenas analizadas hasta el momento : los centros que la compañía gestiona en Madrid han colgado el cartel de “no hay abonos disponibles”

, por lo que el usuario que quiera apuntarse debe realizar previamente una solicitud para entrar en la lista de espera. De ahí que, si bien la compañía permite realizar el alta online, este servicio no esté activado para la inscripción en el centro de Vallehermoso, por ejemplo. Además, aunque la web permite realizar el alta online, este proceso no se formaliza hasta que se presentan en el club el recibo bancario que acredite que el usuario es el titular de la cuenta, el DNI y la firma del contrato.

Mystery Shopper: Go Fit, a examen

Image not found or type unknown

La compañía muestra las tarifas en su web sin necesidad de registro y da la opción de realizar un tour virtual para ver cómo es el club por dentro. El portal no cuenta con una sección para concertar una visita por Internet, pero permite enviar una solicitud para

pedir más información, a lo que la cadena responde invitándote a asistir al centro para charlar con un o una recepcionista. Ahora bien, durante el proceso para apuntarse no se pregunta el motivo de la inscripción ni da la opción de elegir fecha del alta. Tampoco cuenta con asistente virtual que guíe ese proceso.

Mystery Shopper: Go Fit, a examen

Image not found or type unknown

Si bien sí facilita un mapa de España y Portugal en el que figuran en qué provincias se ubican todos los clubes de la cadena, no cuenta con un aplicativo que, introduciendo la dirección o el código postal, filtre esa información para saber qué gimnasio está más cerca del potencial abonado. Por un lado, sí que informa de que la compañía cuenta con *app* y, tras pedir los datos de contacto, realizan una llamada telefónica para explicar mejor el concepto de club, pero no ofrecen día de prueba, no hacen un seguimiento del posible cliente para saber si ha tomado una decisión

y no envían un correo electrónico ampliando información.

Mystery Shopper: Go Fit, a examen

Image not found or type unknown

El potencial abonado quiere comprobar cómo es la estrategia de captación de Go Fit *en situ*, en el centro, motivo por el que se dirige al gimnasio de Vallehermoso, ubicado en Madrid. Allí atiende una persona en recepción, que explica cómo es el club, las tarifas y el motivo del alta. De antemano advierte de que el centro tiene aforo completo, motivo por el que hay una lista de espera de tres meses, y advierte de que es una situación que se da en el resto de centros que la cadena tiene en Madrid.

Mystery Shopper: Go Fit, a examen

Image not found or type unknown

De ahí que no muestren el gimnasio al cliente. Tampoco piden el contacto para hacer seguimiento, por lo que no contactan días después porque no tienen la necesidad de potenciar las altas para un centro que ya ha cumplido el aforo máximo. La cadena apuesta por el trato presencial durante el proceso para darse de alta y no facilita una máquina de alta autoservicio.

Mystery Shopper: Go Fit, a examen

Image not found or type unknown

La recepcionista también ofrece un folleto explicativo con la oferta, los horarios, los servicios que ofrecen y la filosofía del método de entrenamiento que utiliza Go Fit. También explica cómo buscan incentivar la asistencia al club, ya sea mediante *masterclasses* o eventos puntuales, como carreras populares. Hace mención a la maquinaria que utilizan, pero sólo cuando el potencial abonado le pregunta.

Mystery Shopper: Go Fit, a examen

Image not found or type unknown

En este gimnasio, la empleada no da información sobre ninguna promoción porque en ese momento no contaban con ninguna en vigor, y explica la política de permanencia. También da a conocer la red de centros Go Fit en Madrid, así como la competencia que opera alrededor.

Mystery Shopper: Go Fit, a examen

Image not found or type unknown