

Mystery Shopper: Holiday Gym, a examen

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

Palco23
28 sep 2017 - 04:59

Las cadenas de gimnasios ya no pueden permitirse reducir su espacio de actuación para captar nuevos clientes 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 sexta entrega, un nuevo protagonista: Holiday Gym

Mystery Shopper: Holiday Gym, a examen

La cadena de gimnasios fundada en 1984 por Luis Guerra se ha consolidado en el segmento medio y, con una red de veinte centros deportivos en España, es uno de los principales operadores del país. La compañía concentra el grueso de su actividad en la Comunidad de Madrid, donde opera en 16 instalaciones, y donde aspira a acabar el año con dos clubs más.

Mystery Shopper: Holiday Gym, a examen

Holiday Gym es, probablemente, una de las cadenas que mayor diferencia presenta entre la atención al cliente online y presencial. Los parámetros analizados reflejan que el servicio online de captación de la compañía tiene margen de mejora.

Mystery Shopper: Holiday Gym, a examen

La empresa no supera la primera prueba de *mystery shopper*, puesto que su web no tiene sección de tarifas ni de libre consulta ni formalizando un registro previo. Aunque sí

desarrolla promociones que pueden visualizarse en la *home* de la web y a través del apartado de *noticias*, la compañía no especifica los precios mensuales, trimestrales o semestrales, ni la variedad de cuotas entre las que el potencial abonado puede elegir. Como el proceso de alta online no está habilitado, el portal no pregunta el motivo o el objetivo del alta, no ofrece la opción de elegir la fecha de inscripción, y tampoco la posibilidad de hacer un tour virtual por el club o de concertar una visita por Internet.

Mystery Shopper: Holiday Gym, a examen

Image not found or type unknown

En la sección de *contacto*, se puede visualizar un mapa en el que figura toda la red de clubes de la cadena, que es especialmente amplia en Madrid. La página web de la compañía tampoco habilita un asistente virtual ni permite contratar servicios adicionales a la tarifa, pero sí que facilita los horarios de las clases colectivas. Además, a través de su *app* también puede consultarse la parrilla y consultar la lista de centros de la cadena,

por orden de cercanía.

Mystery Shopper: Holiday Gym, a examen

Image not found or type unknown

Aunque a través de la web no se puede solicitar un día de prueba, en la sección de *preguntas frecuentes* sí que ofrecen la opción de concertarlo, siempre y cuando se solicite de manera presencial, en el club, y presentando el DNI. Al no exigir los datos de contacto del potencial cliente, la compañía no envía un correo electrónico ampliando la información ni realiza una llamada telefónica para explicarle mejor el concepto de club.

Mystery Shopper: Holiday Gym, a examen

Image not found or type unknown

El cliente misterioso quiere verificar la calidad del servicio de atención al cliente presencial en el centro, en este caso el de Castellana (Madrid), donde comprueba que el buen desempeño de la compañía en el cara a cara.

Mystery Shopper: Holiday Gym, a examen

Image not found or type unknown

Si bien no existe opción autoservicio, en recepción hay dos personas al llegar. La persona que atiende ofrece una visita guiada por todas las instalaciones sin necesidad de que el potencial usuario lo pida, explicando el pico de horas de afluencia. El club explica las tarifas que tiene en vigor, incluidas algunas promociones en función de si se quiere pagar mensualmente, al trimestre o cada seis meses, ya que previamente ha preguntado a qué tipo de cuotas estaba habituado. El empleado también pregunta el motivo del alta, cómo les hemos conocido y qué objetivos tendríamos.

Mystery Shopper: Holiday Gym, a examen

Image not found or type unknown

La cadena pide el teléfono y el mail de contacto para hacer seguimiento y contactar días después para saber si el cliente infiltrado ha tomado una decisión. Asimismo, ofrece un folleto explicativo con el que, si bien no se facilitan los horarios de las clases colectivas, sí que se detallan los precios, las promociones en vigor y la existencia de una *app* de la cadena. Sin embargo el técnico sólo lo menciona esta herramienta y sus prestaciones una vez le preguntamos si tienen. Tampoco ofrecen un día de prueba, pese a que en su página web se explica que si el usuario lo desea puede solicitarlo presencialmente en el centro que le interese.

Mystery Shopper: Holiday Gym, a examen

Image not found or type unknown

El punto negativo en la estrategia de captación presencial es que no se explica qué tecnología y qué máquinas utiliza el club, ni siquiera cuando se le referencia la marca del fabricante que ha visto. No obstante, sí alude a las *masterclass* que hacen para incentivar que la gente acuda a las dirigidas.

Desde el primer momento hace énfasis en que según la cuota el usuario puede beneficiarse de toda la red de centros de Holiday Gym en España, y que si quiere hacer natación no podrá en este club pero sí en los otros, dando así a conocer la red de centros de la compañía. No menciona qué competencia tienen en la zona. Sí comenta permanencia obligatoria de tres meses para beneficiarse de algunos descuentos.

Mystery Shopper: Holiday Gym, a examen

Image not found or type unknown