

## Mystery Shopper: Holmes Place, a examen

La cadena de gimnasios protagoniza la octava 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  
11 oct 2017 - 04:58

El negocio del *fitness* es cada vez más tecnológico, 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 *fitness*, pasando por el hogar de los clientes potenciales que buscan en Internet qué gimnasios operan 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 octava entrega, un nuevo protagonista: Holmes Place.

### Mystery Shopper: Holmes Place, a examen

Fundada en Londres en 1979 por Allan B. H. Fisher y Lawrence M. Alkin, la cadena de gimnasios *premium* cuenta con ocho gimnasios en España ubicados en Madrid y Barcelona, una ciudad en la que opera dos instalaciones en régimen de concesión administrativa y, por lo tanto, en el segmento medio. En las últimas semanas ha cerrado la compra de ocho clubes Virgin Active en España, que le harán ampliar su red de centros hasta dieciséis en esta región. Los últimos datos disponibles cifran su facturación de 2015 en 25,6 millones de euros.

### Mystery Shopper: Holmes Place, a examen

A diferencia de otras cadenas *premium*, Holmes Place sí que permite visualizar las tarifas sin necesidad de registro, pero no permite completar el alta online. Esta opción sí que está disponible en el portal, pero lo único que permite es realizar una preinscripción en la que, una vez seleccionado el abono, el cliente potencial debe facilitar sus datos personales para, posteriormente, asistir al club elegido para formalizar el alta. La página web tampoco permite realizar un tour virtual, aunque sí

ofrece fotografías para que el *mystery shopper* visualice cómo es el centro.

Mystery Shopper: Holmes Place, a examen

Image not found or type unknown

La compañía no permite concertar visita por Internet, una posibilidad que sí ofrece a los socios interesados en visitar su centro de fisioterapia. Durante el proceso para darse de alta tampoco se pregunta el motivo del interés en apuntarse al centro.

Lo que sí permite es visualizar un mapa para ubicar el club más cercano al usuario, así como ojear los horarios de las clases dirigidas filtrando por semana y día. También informa de cuáles son las próximas clases disponibles, según el club al que interese asistir. Por otro lado, cuenta con una **app** dirigida a los abonados y que permite visualizar los horarios de las clases, agendar las favoritas, registrar los datos de altura y peso del usuario y su objetivo de bienestar.

Mystery Shopper: Holmes Place, a examen

Image not found or type unknown

Asimismo, la compañía da la opción de contratar servicios adicionales a la tarifa como una sesión de fisioterapia y otros servicios médicos de nutrición y corrección postural. Para solicitarlo, se requiere enviar un formulario, por lo que la contratación no es automática a través de la web. Ahora bien, la cadena no da la opción de elegir fecha de alta y la web no cuenta con asistente virtual para guiar la visita online.

Mystery Shopper: Holmes Place, a examen

Image not found or type unknown

Aunque la compañía no ofrece un día de prueba, sí que realiza un seguimiento al cliente infiltrado. Le contacta días después para saber si ha tomado una decisión y también le explica el concepto de club, las promociones en vigor, la tarifa que más conviene y el sistema multiacceso al resto de clubes que la cadena tiene en Barcelona.

## Mystery Shopper: Holmes Place, a examen

Image not found or type unknown

El *mystery shopper* quiere comprobar cómo es la atención al cliente de Holmes Place, motivo por el que se dirige al club que opera en la calle Balmes, donde comprueba que el trato presencial de la cadena es agradable y óptimo. Al entrar, el recepcionista atiende al potencial abonado y contacta con la subdirectora del centro para que le muestre el club. Antes de empezar la visita, se interesa por la vía por la que ha conocido la cadena, si el centro está cerca de su domicilio o lugar de trabajo y los motivos por los que está pensando en apuntarse.

Mystery Shopper: Holmes Place, a examen

Image not found or type unknown

A continuación enseña todo el club, presentándole los técnicos de sala y orientando la visita hacia aquellas actividades que desea realizar el potencial abonado. También explica el tipo de máquinas de *fitness* y sus prestaciones, como la posibilidad de ver la televisión o navegar por Internet, aunque no explica cómo busca incentivar la asistencia al gimnasio.

Mystery Shopper: Holmes Place, a examen

La empleada también explica las diferentes tarifas, las promociones en vigor y la permanencia obligatoria de tres meses. Asimismo, da a conocer su red de centros existentes, matizando que el tipo de instalación de los clubes concesionales de Barcelona es distinto al de sus centros propios, que operan en el segmento *premium*. También explica qué otras cadenas cuentan con centros alrededor del club de Holmes Place, tratando de aclarar que su servicio es más completo que el de la competencia.

Mystery Shopper: Holmes Place, a examen

Image not found or type unknown

La compañía también da un día de prueba y pide el teléfono de contacto para hacer un seguimiento. Contacta días después para saber si el socio potencial ha tomado una decisión. Lo que no ofrece la cadena es la posibilidad de darse de alta a través de una máquina autoservicio, puesto que toda inscripción se efectúa interactuando con un trabajador. Por último, la compañía no ofrece un folleto explicativo con la oferta del club, pero sí con sus horarios.

Mystery Shopper: Holmes Place, a examen

Image not found or type unknown