

Mystery Shopper: OKMas, a examen

La cadena de gimnasios protagoniza la novena 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
26 oct 2017 - 04:55

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 el ecosistema 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 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 novena entrega, un nuevo protagonista: OKMas.

mystery shopper, OKMas a examen

La cadena de gimnasios fundada en 2011 opera 14 instalaciones en España. Forma parte de Deporocio, un grupo andaluz que se inició en el sector como gestora de instalaciones en régimen de concesión administrativa. Durante la crisis económica, decidió diversificarse para abrir gimnasios de proximidad y crecer tanto con clubes propios como gestionados por terceros. La compañía cerró 2016 con unos ingresos de 12 millones de euros, un 5% más que en 2015.

Mystery Shopper, OKMas a examen

OKMas 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 porque pese a que la página web es visualmente atractiva, hay varios servicios que la empresa no ofrece.

mystery shopper: OKMas a examen

Image not found or type unknown

No se permite completar el alta online, ya que el proceso se limita a una preinscripción que no se hace efectiva hasta que se confirma presencialmente en el club. En ningún momento se pregunta el objetivo o el motivo por el que el cliente misterioso desea darse de alta. Por ejemplo, el portal no facilita las tarifas del centro, aunque sí permite visualizar algunas promociones. Tampoco da la opción de concertar una visita por

Internet ni realizar un tour virtual por el club, pero se facilitan fotografías para ver cómo es el centro.

Mystery Shopper: OKMas, a examen

Image not found or type unknown

Sí que permite ver dónde se ubica una instalación a través de un mapa de la página concreta del club, pero no se puede visualizar la red de gimnasios ni cuál es el más cercano. Asimismo, no cuenta con asistente virtual, no da la opción de contratar servicios adicionales a la tarifa ni elegir la fecha de alta. Lo que sí ofrece es la parrilla de clases dirigidas y los horarios. De hecho, esta función la ofrecen algunas webs, pero no todas. Por ejemplo, el portal del centro de Coslada explica qué clases dirigidas ofrecen, pero no sus horarios, mientras que la página del club de Córdoba sí que aporta toda la

información. A su favor juega el hecho de que la cadena cuenta con **app** corporativa para visualizar los horarios, las promociones, los entrenamientos personalizados y los retos de cada usuario.

Mystery Shopper: OKMas, a examen

Image not found or type unknown

Por último, no ofrecen día de prueba, ni piden los datos de contacto para hacer un seguimiento del cliente, de modo que no le telefonean ni envían un correo electrónico al cliente misterioso para ampliar información o resolver dudas.

Mystery Shopper: OKMas, a examen

Image not found or type unknown

El potencial abonado quiere comprobar la calidad de la estrategia de captación de clientes por la vía de OKMas, motivo por el que se dirige al centro que opera en Coslada. Allí comprueba el buen trato que dan a sus usuarios y a aquellos que están pensando en apuntarse el gimnasio.

Mystery Shopper: OKMas, a examen

Image not found or type unknown

Al entrar, una persona atiende en recepción y explica la oferta de clases dirigidas, el horario de apertura y pregunta por qué el cliente está interesado en inscribirse. El proceso para darse de alta es presencial, puesto que en el club no hay una máquina para tramitar la inscripción o comprar un pase puntual.

La recepcionista explica las tarifas y las promociones que hay en vigor, comenta que se exige permanencia obligatoria, pregunta si se debe a que el club está cerca de la residencia o el lugar de trabajo del posible usuario, y de manera inmediata contacta con un técnico de *fitness* para hacer un tour por el club.

Mystery Shopper: OKMas, a examen

Image not found or type unknown

El técnico se presenta y pregunta por qué el potencial abonado está interesado en apuntarse, qué tipo de actividades le gusta realizar y si está acostumbrado a realizar deporte. Durante la visita al gimnasio, le explica qué tipo de ejercicios puede practicar en función de sus preferencias.

Aunque el potencial cliente debe completar una hoja de preinscripción con sus datos personales y su número de teléfono, la compañía no contacta días después para saber si ha tomado una decisión. Lo que sí ofrece es la posibilidad de asistir al club para probarlo antes de formalizar el alta, así como un folleto explicativo con la oferta, las clases dirigidas, los horarios y los precios tanto de la cuota como del entrenamiento

personal.

Mystery Shopper: OKMas, a examen

Image not found or type unknown

El técnico no explica si utilizan o no la *gamificación* para incentivar la asistencia, pero sí que indica que próximamente el centro contará con una *app* a través de la que se lanzarán retos a los usuarios. Tampoco hace referencia a la marca del equipamiento, pero explica detalladamente qué máquinas recomienda usar en función de sus preferencias de entrenamiento. Una de las únicas pegadas es que no da a conocer la red de centros existentes ni la oferta de gimnasios que hay en Coslada.

Mystery Shopper: OKMas, a examen

Image not found or type unknown