

Mystery Shopper: Synergym, 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.

Palco23
19 oct 2017 - 04:57

Uno de los principales desafíos de las cadenas de gimnasios es la captación. El sector del *fitness*, caracterizado por la baja tasa de retención, moderniza año a año su estrategia para atraer nuevos usuarios tanto a través de su portal web como en el centro.

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 novena entrega, un nuevo protagonista: Synergym.

Mystery Shopper: Synergym, a examen

Fundada por Pedro Martínez junto a los inversores Leonard Lvovich y Sergey Miteico, Synergym es una cadena de bajo coste que desde su fundación en 2014 ha tejido una red de más de diez centros. Su principal área de influencia es el sur de España, en especial Málaga, donde cuenta con seis gimnasios.

Mystery Shopper: Synergym, a examen

A Synergym le ha pasado factura la falta de seguimiento al potencial cliente, tanto al que se informa vía online como al que acude al centro. Empezando por la atención al cliente vía web, la cadena cuenta con un portal moderno, funcional e intuitivo. La compañía empieza con buen pie el análisis del cliente misterioso, puesto que permite informarse de las tarifas sin necesidad de registro previo y darse de alta.

Mystery Shopper: Synergym, a examen

Algo que Synergym sí hace, a diferencia de otras cadenas, es preguntar el motivo del alta, qué servicios o áreas de entrenamiento planea utilizar el potencial abonado, los

horarios que planea realizar, cómo ha conocido la cadena y por qué ha elegido apuntarse a un centro en particular y no a otro. La web no permite hacer un tour virtual, pero sí que facilita fotografías del club para saber cómo es. Otra opción que no ofrece es la solicitud de visita por Internet.

Mystery Shopper: Synergym, a examen

Image not found or type unknown

La web tampoco cuenta con asistente virtual para guiar el proceso de darse de alta y tampoco da la opción de elegir la fecha a partir de la que el usuario desea hacer efectiva su inscripción. Asimismo, no ofrece un mapa para visualizar dónde se ubican los clubes, pese a que Synergym cuenta con una amplia red de centros en Málaga, ni tampoco contratar servicios adicionales a la tarifa, más allá del pase puntual y el abono semanal y mensual. Ahora bien, sí que facilita los horarios de las clases dirigidas y cuenta con **app** móvil para que el usuario visualice su programa de entrenamiento y

pueda estar en contacto con el equipo de profesionales que trabaja en el gimnasio.

Mystery Shopper: Synergym, a examen

Image not found or type unknown

También ofrece día de prueba pero, al no requerir la información de contacto al potencial cliente, la cadena no le contacta para saber si ha tomado una decisión, ampliarle información o explicarle mejor el concepto de club.

Mystery Shopper: Synergym, a examen

Image not found or type unknown

El cliente misterioso quiere comprobar cómo es la atención al cliente de Synergym, motivo por el que se dirige al club que en Los Guindos, Málaga. En todo momento el trato es cordial, pero el técnico obvia una serie de informaciones que serían de utilidad para el potencial cliente a la hora de tomar una decisión. Al igual que durante el proceso para darse de alta online, por la vía presencial la compañía tampoco realiza un seguimiento del posible abonado.

Mystery Shopper: Synergym, a examen

Image not found or type unknown

Al llegar al club, no atiende ningún empleado en recepción. La instalación cuenta con un timbre para avisar a la plantilla, pero hasta pasados diez minutos no aparece ningún técnico para atender al cliente infiltrado. De hecho, da la sensación de que el empleado se da cuenta de que hay una persona esperando en el hall cuando la visualiza, no porque haya sido avisado tras llamar al timbre. Junto a la entrada hay una máquina para realizar el alta autoservicio.

Mystery Shopper: Synergym, a examen

Image not found or type unknown

El técnico explica las tarifas al detalle y muestra el gimnasio sin que el potencial cliente lo pida. Lo hace incidiendo en los detalles y la maquinaria, pero obviando la planta de arriba del gimnasio, donde le explica que se ubican la zona de duchas y taquillas. No obstante, no pregunta el motivo del alta, un plus que sí que ofrece la web de la cadena y que sirve para conocer mejor al cliente y sus intereses.

Mystery Shopper: Synergym, a examen

Image not found or type unknown

El técnico no ofrece un día de prueba, ni pide el teléfono de contacto para hacer un seguimiento del potencial usuario y, a consecuencia, no puede contactarle días después para saber si ha tomado una decisión. Tampoco ofrece un folleto explicativo de la oferta y los horarios, remitiéndole a la consulta de la página web donde sí se facilita más información. El único folleto que ofrece es, precisamente, un *flyer* con la dirección de la web corporativa.

El personal tampoco explica cómo Synergym busca incentivar la asistencia, pese a que la cadena celebra multitud de *masterclasses* y eventos tanto dentro como fuera del club. Lo que sí menciona son las máquinas de *fitness* con las que trabajan, muestra cómo usarlas y explica que cuentan con televisión y conexión a Internet. Por último, no da a conocer su red de centros existentes pese a que la compañía cuenta con una red

importante de gimnasios en Málaga, pero sí que detalla claramente que no imponen un periodo de permanencia obligatoria.

Mystery Shopper: Synergym, a examen

Image not found or type unknown