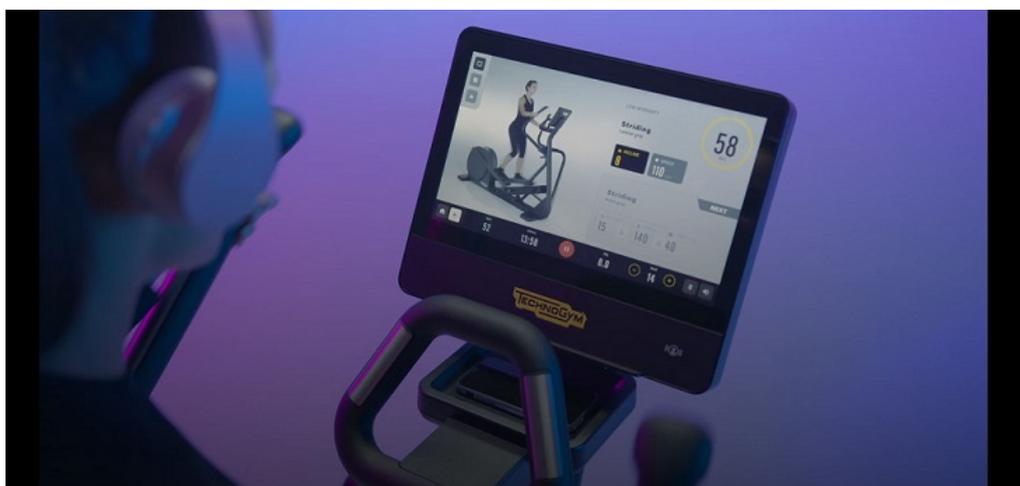


FITNESS

Technogym lanza su plataforma digital para fusionar fitness y entretenimiento

El fabricante italiano de equipamiento de fitness, que a principios de mes anunció la creación de la plataforma, ha apostado por la integración de servicios a terceros, como Garmin o Fitbit, y de otras plataformas de ocio, como Netflix o Eurosport.

Palco23
28 jul 2020 - 15:00



Technogym avanza en la creación de su ecosistema digital. El fabricante italiano de equipamiento de fitness ha presentado la nueva plataforma online, que estará integrada en todas sus nuevas máquinas de entrenamiento y como *app* para móviles, que incide en la personalización de los entrenamientos y la integración de la oferta de ocio a través de plataformas como Netflix o Eurosport, entre otras.

“El fitness, la salud y los centros deportivos tenemos que liderar la transformación digital en la era post Covid-19, pero para eso hay que escoger a los socios estratégicos adecuados”, ha asegurado Nerio Alessandri, presidente y fundador de Technogym. El fabricante, que da servicio a 15 millones de usuarios en 18.000 centros de todo el mundo, pretende así dar un paso más tras el lanzamiento de su *app* de clases virtuales a principios de mes.

La nueva plataforma de Technogym estará disponible bajo demanda, aunque la compañía no ha indicado el volumen de usuarios que espera captar ni los ingresos que podría generar este servicio. La plataforma integrará clases en *streaming*, rutinas de entrenamiento personalizadas para *home fitness*, *outdoor* o gimnasios, y su propio servicio de televisión.

Technogym ha presentado su nueva plataforma de entrenamientos que combina virtualidad y presencialidad

Además, permitirá la conectividad de su sistema con servicios a terceros para integrar los entrenamientos en otras *apps* y dispositivos, como pueden ser Strava, Garmin o Fitbit, entre otras. Otro de sus puntos fuertes será la conectividad entre la *app* que cada usuario instale en su dispositivo móvil con la plataforma que irá integrada en las máquinas de entrenamiento de los gimnasios, de forma que cada deportista pueda personalizar y medir su progreso en su centro deportivo conectando su móvil al equipamiento.

Cada club pueda emitir su propio contenido en directo a través de la *app*, de modo que los clientes que no acudan puedan realizar una clase dirigida en directo o en diferido. Los operadores tendrán acceso a la biblioteca de contenidos se podrán integrar el suyo propio. “Es una nueva oportunidad de negocio para los clubes para atraer a sus abonados y fidelizarlos”, ha señalado Neri.

Technogym cerró el primer trimestre de 2020 con unas ventas de 116,8 millones de euros, un 11,2% menos que en el mismo período del año anterior debido a la irrupción de la pandemia. Sin embargo, sus ventas a través de televenta y ecommerce aumentaron un 10%, hasta 11 millones de euros.