

OS 7 DESEJOS DE UM CLIENTE DE ACADEMIA



OBRIGADO
POR BAIXAR
NOSSO EBOOK



Esperamos que este conteúdo te inspire
Tenha uma boa leitura!

ÍNDICE

- 00/ INTRODUÇÃO
- 01/ CONHECENDO O CLIENTE
- 02/ ACOMPANHANDO O CLIENTE
- 03/ FACILITANDO A VIDA DO CLIENTE
- 04/ ENGAJANDO O CLIENTE
- 05/ TOTAL DISPONIBILIDADE
- 06/ RECOMPENSANDO O CLIENTE
- 07/ SUPERANDO AS EXPECTATIVAS

00/ INTRODUÇÃO



A fidelização sempre foi a chave para o sucesso de uma academia. Apesar de não ser nenhuma novidade, ainda são poucas as academias que utilizam esta estratégia para aumentar a “vida útil” do cliente em seus negócios, se você ainda não utiliza esta estratégia na sua academia temos uma dica: Chegou a hora de prestar mais atenção no cliente e aumentar sua satisfação. O processo de fidelizar um aluno é imprescindível para evitar que ele abandone sua academia, para isso é importante segmentar e entregar serviços personalizados, e assim aumentar a quantidade de pessoas que permanecem na academia.

Durante este processo existe algo muito importante **a relação entre professores e alunos**, está relação impacta diretamente na fidelização dos clientes. Os clientes que não tem contato com os professores têm mais que o dobro de chances de cancelar sua matrícula, se comprado aos que mantêm contato frequente.

O objetivo da fidelização é aumentar o vínculo do aluno com a academia, prolongando o tempo que o aluno passa na academia. Além disso, quando criamos relações estáveis com os alunos, criamos verdadeiros propagadores/embaixadores da nossa marca, defendendo e indicando sua academia todos os dias. A seguir vamos te mostrar diferentes ações para você desenhar e adaptar os serviços da academia baseados nas necessidades do cliente, desde o momento em que ele se matricula na academia.

01/ CONHECENDO O CLIENTE



Estamos acostumados a ver ofertas mais atraentes para a aquisição de novos alunos do que manter motivado o aluno que já está treinando na academia.

Este tipo de estratégia afetar de forma negativa os alunos ativos que já fazem parte da academia. Por isso é importante colocar o foco na fidelização, conhecer o cliente e com isso superar suas expectativas.

Para conhecer melhor os alunos é preciso descobrir, suas preferências, seus interesses, objetivos e gostos, é importante ter processos e tarefas definidas nos primeiros passos do aluno dentro da academia.

O aluno geralmente procurar uma academia para: perder peso, aumentar a massa muscular, hipertrofia e para se relacionar com outras pessoas. Neste ponto a tecnologia é uma grande aliada reunindo informações sobre aluno, assim você e o seu time atuem com base nos dados mantendo motivado para que ele alcance o seu objetivo. Para isso é preciso ficar atento aos seguintes pontos:

- 1. *Crie expectativas de acordo com os objetivos do cliente.***
- 2. *Estabeleça objetivos para alcançar no curto, médio e longo prazo.***
- 3. *Personalize para dar mais valor a sua marca.***
- 4. *Aproveite ao máximo as ferramentas digitais (redes sociais, blog, web...).***
- 5. *O time de professores precisa transmitir segurança e confiança.***

02/ ACOMPANHANDO O CLIENTE



Uma vez que conhecemos o cliente, podemos guiá-lo durante seu caminho.

É necessário que o aluno crie o hábito de fazer exercícios e que veja sua evolução o quanto antes, assim ele sente que a academia entrega resultado desde os primeiros dias. Aqui vão algumas dicas:



Estimule a interação do aluno com o time de professores.



Mostre a evolução do cliente vs o seu objetivo.



Automatize para que o aluno seja avisado das renovações de treinos e pesagens.



Segmente a base de clientes de acordo com os seus interesses para oferecer a cada um o que ele necessita.

Segundo Sport & Wellness Consulting: “*Não se trata de buscar a grande solução na fidelização. O objetivo é somar pequenas ações que juntas representam uma grande mudança na maneira de se relacionar com o cliente*”.

03/ FACILITE A VIDA DO CLIENTE



O cliente precisa ver que tudo vem da academia é fácil, assim evitamos frustrações.

Simplifique. Graças à tecnologia é possível otimizar recursos tornando-os mais eficientes. Desenvolva diversas ações com uma única ferramenta:



Comunicação com o time de professores.



Consulta horários das aulas.



Plano de treino personalizado.



Todas as comunicações da academia para o cliente.

Para o cliente é muito cômodo que tudo possa ser realizado a partir de um mesmo suporte. **“A simplicidade, a velocidade e a utilidade são as chaves para a facilidade do consumidor”** (Kelly Mooney e Laura Bergheim, em seu livro “Os 10 mandamentos para a gestão de clientes” - Editora Deusto, 2003).

04/ ENGAJANDO O CLIENTE

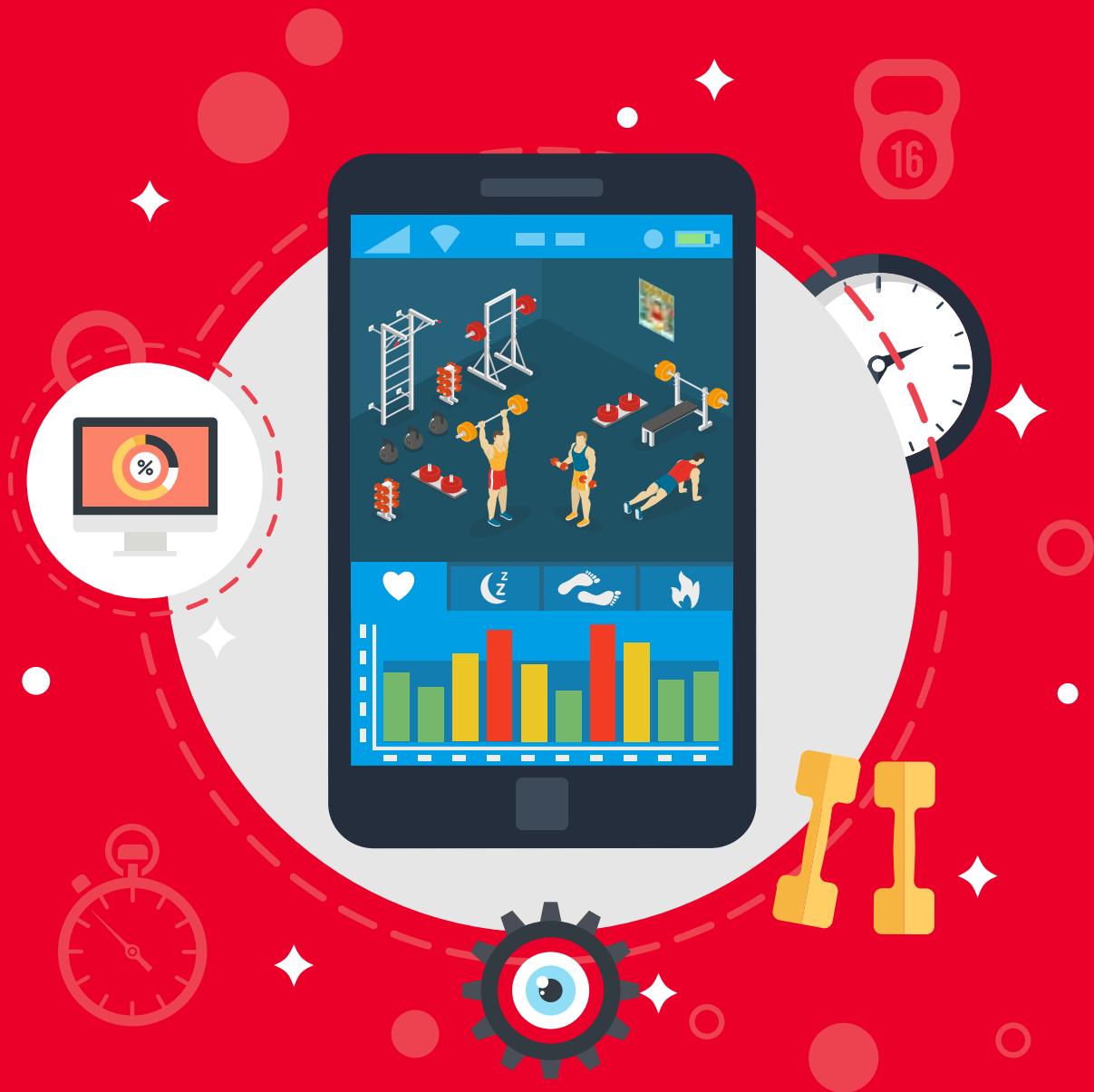


Os clientes esperam melhorar suas experiências dentro da academia e dispor de um controle. É muito importante conversar com o cliente e descobrir o que ele está achando, entender sua opinião. **Mas como conseguimos isso?** Gerando automações! As ferramentas digitais nos permitirão simplificar processos e melhorar a experiência do cliente.



Podemos programar pesquisas que nos ajudarão reunir informações sobre os alunos para melhorar nossa tomada de decisão, e também damos a oportunidade para que ele se expresse. Temos que prestar atenção ao tipo de pesquisa, uma vez que deverão ser perguntas bem diretas como por exemplo: **Como foi a aula de hoje?**, para que a resposta possa ser rápida e nos dê a informação precisa.

05/ ESTEJA DISPONÍVEL



Esteja disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana. O cliente espera ser acompanhado a todo momento e se oferecemos esta disponibilidade de forma clara daremos maior adesão a academia.

Os novos hábitos de consumo mudaram e as ferramentas digitais favoreceram o imediatismo na resposta. Sendo assim ofereça um serviço permanente ao cliente:

- 1. Acompanhe o seu cliente.** *Oriente para que ele alcance o seu objetivo, ajude-o na organização da sua agenda para que a academia faça parte do seu dia-a-dia.*
- 2. Se relacione.** *Potencialize a comunicação multicanal e bidirecional através de e-mail, notificações push e chat, desta forma o cliente não se sentirá perdido em nenhum momento.*
- 3. Permita que ele acesse de maneira rápida todas as informações.** *Se oferecermos um aplicativo onde ele pode acompanhar o seu progresso, seu treino semanal, sua dieta, isso otimizará o seu trabalho e o da sua equipe.*

06/ RECOMPENSANDO O CLIENTE



Nosso objetivo é aumentar o vínculo do cliente com a sua academia. Se investirmos nossos esforços e recursos no cliente com base no valor que eles acreditam (assistência, tempo que ele passa na academia, amigos que ele convida para treinar, ...) devolveremos uma parte deste valor com lealdade e gratidão e ainda nos ajuda com o seu feedback.

1. Aumente o engajamento do aluno com a academia.

Antecipe a tomada de decisão do cliente.

2. Defina os comportamentos chave.

Segmente a base de dados e se comunique de maneira criativa. Você poderá gerenciar seus clientes com base nos seus interesses.

3. Recompensa.

Premie os clientes como forma de estímulo.

4. Gamificação.

Potencia a motivação do aluno para que cada vez ele chegue mais próximo do seu objetivo.

07/ SUPERE AS EXPECTATIVAS



Surpreender alguém pode ser simples se você a conhece bem. Isso também acontece com os seus clientes.

Com a ajuda da tecnologia você pode compilar grande quantidade de informação dos seus clientes: suas preferências, seus objetivos e inclusive sua opinião sobre o time de professores e a academia. É impossível superar suas expectativas se não sabemos o que ele faz em seu tempo livre, o que ele espera alcançar na academia e qual o seu maior desafio. Para te ajudar, aqui estão algumas dicas de como é possível extrair isto do cliente:



Desenvolva novas dinâmicas adaptadas às características de cada cliente.



Prepare sua equipe com aquilo que você quer que eles façam com os clientes.



Reúna a equipe e proponha novas ações adaptadas aos desafios da academia.



Inove na maneira com que você entrega o resultado para o cliente.

EU FICO COM VOCÊ



Este é o resultado de um trabalho bem feito.

Se levarmos todas as recomendações em consideração anteriores, teremos coberto os desejos do cliente. O sentimento de fazer parte da academia e a relação dos professores com os alunos terá aumentado consideravelmente. Assim como indica Bedford: *“Os clientes que se relacionam com frequência com os professores, têm muito mais chances de fazer novos amigos e isso os motiva a continuar se exercitando”*.

Desta forma alcançaremos nosso objetivo: que é fazer com que o cliente desfrute da academia e transmita este sentimento para outros clientes em potencial. Agora você já tem as chaves para cumprir esses desejos. Vamos colocá-las em prática?

Ficou curioso para ver
tudo isso tudo na prática?

AGENDE AGORA UMA
DEMONSTRAÇÃO

Quero conhecer o TG!



www.tgbrasil.com