

GestiónFit - Revista Fitness Empresarial

<https://www.gestionfit.com/>

Fidelización: Base principal de la estrategia comercial en Bodyclub.







FIDELIZACIÓN.

Uno de los pilares principales componentes en la estrategia comercial que utiliza el Gimnasio Bodyclub, ubicado en el distrito de Chorrillos, en la ciudad de Lima- Perú, es trabajar en la **fidelización** de los clientes.

Es diferente trabajar en fidelización de clientes, que en retención de clientes.

Son 2 indicadores diferentes, que van de la mano, y que requieren acciones que se canalizan hacia cada uno, de manera específica.

La retención de clientes está dentro de los objetivos que se están cumpliendo, pues se ha establecido lograr una retención por encima del 60%, buscando que de cada 10 clientes que se les termine su membresía por mes, 6 vuelvan a reinscribirse con una membresías por más de 6 meses, y el promedio de **retención está en el 65%** en todo lo que va del año 2022; y el porcentaje de compra de membresías de **6 meses está por encima del 70%**.

Estas son 3 acciones que se implementan en el **plan de fidelización** de clientes son las siguientes:

- **ENCUESTAS.** Encuestas de satisfacción con medición de uso de servicios y calificación de servicio.
 - Se analizan los resultados presentados al finalizar el tiempo de entrega de encuestas.
 - Se propone un plan de acciones para mejorar los requerimientos.
 - Se verifica posteriormente, las mejoras logradas con las acciones establecidas.
- **SEGUIMIENTO.** Seguimiento a clientes nuevos, activos y próximos a vencer, con periodicidad definida según el tipo de cliente, el perfil (edad, objetivos, uso de servicios, hora de entrenamiento, entre otras más), y el momento en el que se encuentre dentro de su fase de la membresía adquirida.

- **GRUPOS POR PREFERENCIAS.** Se hace una segmentación por grupos, según los gustos por el uso de servicios (Diferentes clases en grupo, entrenamiento para desarrollo muscular, entrenamiento para bajar de peso, entre otros mas..).

"El método utilizado en el plan de fidelización de Bodyclub, tiene como principal elemento, aparte del plan de trabajo que se define, la **COMUNICACIÓN** constante en el día a día con todos nuestros socios", dice **Jeanette Romero**, administradora de **Bodyclub**.

Link to Original article: <https://www.gestionfit.com/blog/fidelizacion-base-principal-de-la-estrategia-comercial-en-bodyclub?elem=291822>