

Módulo 6: Marketing y comunicación

Módulo 6: Marketing y comunicación

Lección 1: Captación



Índice

Introducción	3
¿Qué es la captación?	4
Cómo mejorar la captación de mi negocio fitness	4
KPI's clave de captación	6
Caso de éxito: cómo desarrollar e implementar una estrategia de captación rápida y eficaz	7
Bibliografía	9

Introducción

Hablar de marketing para negocios fitness, significa hablar de 3 pilares: Captación de clientes, fidelización y aumento de ingresos.

Si nos enfocamos en esta palanca, la captación, siempre con la ayuda de un software de gestión de negocios fitness, nos aseguraremos de la proyección y el crecimiento de nuestro proyecto empresarial.

La captación es el primer paso y el más costoso, por esfuerzos y por inversión. Sin embargo, conforme vaya creciendo nuestro negocio fitness y consigamos una base sólida de clientes, podremos invertir en otros aspectos que veremos más adelante, como son la fidelización o el ticket medio.

¿Tienes poco tiempo y recursos pero necesitas captar? No te preocupes. Aunque es un paso fundamental para arrancar cualquier negocio fitness, veremos como hacerlo de la forma más óptima.

Imagen de [Pexels](#)



¿Qué es la captación?

Según el European Health and Fitness Market Report 2021 de Deloitte, España cuenta con aproximadamente un 9% de la población con membresía de gimnasio en 2020, suponiendo un notable descenso de 3 puntos con respecto al año anterior. Esto nos da una ligera visión de todo el número de potenciales clientes que podemos sumar a nuestro negocio fitness. Pero para ello, deberemos llevar a cabo una serie de estrategias y acciones de captación.

La captación se basa en la adquisición de nuevos clientes para nuestro negocio fitness. Existen diferentes estrategias pero, según estudios internos de Trainingym, 8 de cada 10 nuevos miembros de un negocio fitness lo hacen a través de la recomendación de un amigo o familiar, lo que lo convierte en el mayor foco de captación. Puedes repasar el módulo 4 para más información al respecto.

Cómo mejorar la captación de mi negocio fitness

A lo largo de esta formación, hemos visto diferentes estrategias de captación de nuevos socios. Todas ellas son válidas y deberíamos ponerlas en marcha a la vez. Sin embargo, debemos contar previamente con una serie de consideraciones muy importantes:

- **Conocer bien a los actuales clientes de nuestro centro.** Analizar su perfil sociodemográfico, con cuánta frecuencia acuden a entrenar, cuáles son sus objetivos... Contar con un software de gestión de negocios fitness, como Trainingym, nos ayudará a obtener estas estadísticas gracias a su proceso de inducción, que segmenta a los nuevos clientes según su perfil a través de un formulario de registro.

También es importante conocer la estacionalidad de nuestro centro. En términos generales, septiembre y enero son los meses más propensos para captar nuevos clientes, pero puede que por las características de nuestro centro existan otros períodos clave.

- **Reforzar la oferta de servicios y campañas de marketing durante los periodos de mayor estacionalidad.** Sabiendo que tendremos una alta demanda en ciertos meses del año, debemos aprovecharlos para sacarles la máxima rentabilidad.

Conocer cuáles son nuestros servicios o profesores más demandados y trazar una estrategia de captación en torno a ellos. Igualmente, debemos saber cuáles son las horas del día con mayor afluencia, para reforzar el personal y ofrecer una experiencia óptima a nuestros clientes.

Las campañas de marketing también nos ayudarán a reforzar ese flujo de nuevos clientes. Centrar nuestros esfuerzos en los meses de mayor demanda, preparar promociones atractivas para nuestro *buyer persona* y publicitarlas tanto en medios offline (prensa, radio, televisión...) como online (Redes sociales, Google Ads...).

- **Acordarnos de aquellos que abandonaron nuestro centro.** En nuestro software de gestión, tendremos una lista completa de todos aquellos usuarios que decidieron abandonar nuestro centro deportivo en el pasado. Podemos enviarles mensajes a través del servicio de email o SMS anunciándoles las novedades y ofertas de este año, ya que seguramente más de uno estará planteándose volver.

Imagen de [Pexels](#)



KPI's clave de captación

- **CAC (Coste por adquisición).** Nos indica cuánto nos cuesta captar a un nuevo cliente.

CAC= costes totales de la campaña de captación / nuevos clientes conseguidos

- **CTR (Click Through Rate).** Es el número de impresiones que recibe un anuncio online con respecto a los clics.

CTR= (Clics / Impresiones) x 100

- **ROI (Retorno de la inversión).** Aquí calculamos el retorno de nuestras campañas de captación.

ROI = (Beneficio - Gasto) / gasto

- **Tasa de conversión.** El número de clientes captados con relación a las visitas a nuestra web.

CTR= (Clientes captados / Visitas web) x 100

Imagen de [Pexels](#)



Caso de éxito: cómo desarrollar e implementar una estrategia de captación rápida y eficaz

Para empezar a captar nuevos clientes de manera casi inmediata, te mostramos cómo lo realiza Trainingym. Te explicamos en este caso práctico **cómo plantear una estrategia de captación sencilla, eficaz y probada** en miles de negocios fitness.

La estrategia se basa en la creación de una web de captación, la cual permite obtener clientes potenciales a través de un sencillo formulario de registro. Esta permitirá a cualquier interesado probar de forma gratuita la app del cliente.

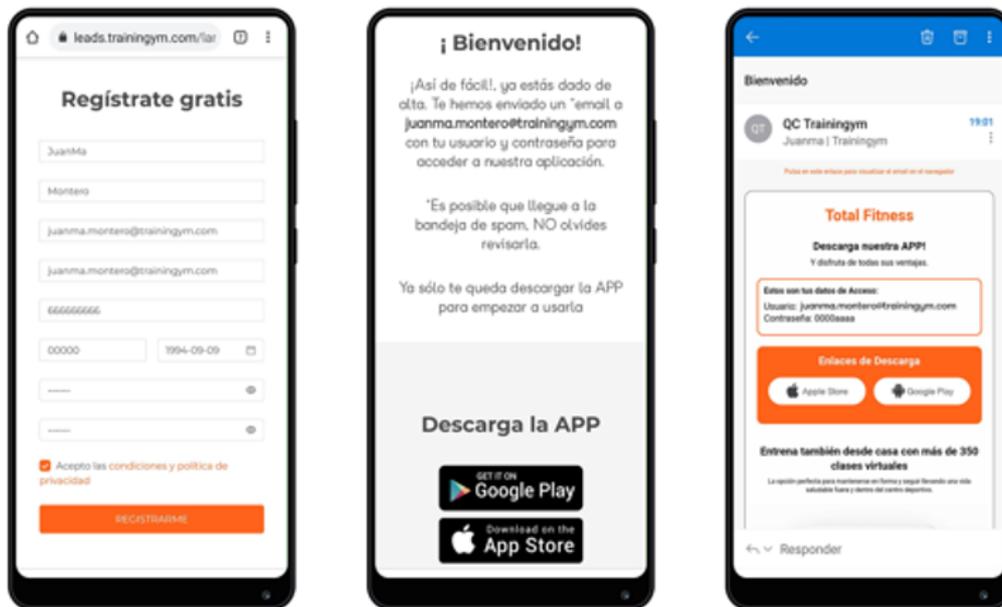
Esta web se puede personalizar automáticamente con el nombre del negocio, datos de contacto y color corporativo.

Imagen de [Trainingym](#)

The screenshot displays the Trainingym web interface. On the left is a dark sidebar menu with the Trainingym logo at the top and navigation items: Inicio, Aforo, Socios, Empleados, Marketing, Centro, Datos (highlighted in orange), Áreas / Salas, Configuración, Permisos, and Cuentas Emails. The main content area is titled 'CENTRO > DATOS DEL CENTRO' and contains a registration form. The form includes a search bar 'Buscar Cliente' at the top right. The form fields are: 'NOMBRE DEL CENTRO' (Centro Trainingym), 'DIRECCIÓN' (Camino de la goleta, 04700 - BERJA, ALMERÍA, ANDALUCIA), 'NOMBRE KIOSCO' (Centro Trainingym), 'PAÍS' (ESPAÑA), 'CÓDIGO POSTAL O POBLACIÓN' (Almería, Almería (04006)), 'EMAIL' (qa@trainingym.com), 'TELÉFONO' (011255677), 'WEB' (https://trainingym.com/), 'WEB FACEBOOK' (https://www.facebook.com/Trainingym/), and 'COLOR CORPORATIVO' (a red color swatch). A 'USAR EN KIOSCO' checkbox is checked, and a 'GUARDAR' button is visible. A note at the bottom left says 'PULSA SOBRE LAS OPCIONES DISPONIBLES PARA BORRAR LOS ELEMENTOS ACTIVOS'.

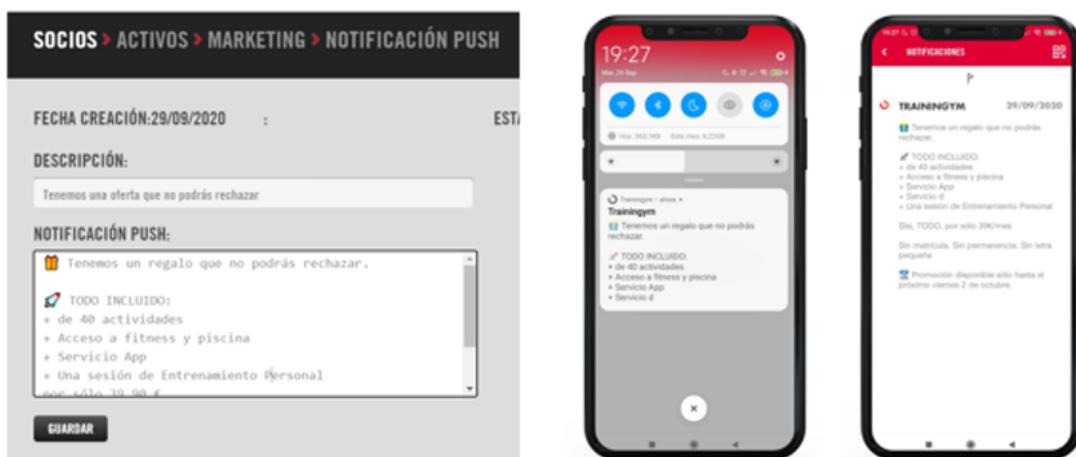
El formulario de registro web está configurado para que la persona interesada pueda autogenerarse tanto el usuario como contraseña, por lo que se obtiene acceso inmediato a la aplicación sin ocasionar ningún tipo de esfuerzo a nuestro cliente.

Imagen de *Trainingym App*



Todos los datos personales registrados en el formulario quedan guardados en el listado de socios potenciales de nuestro cliente, de manera que durante ese periodo de prueba tendrá la oportunidad de contactar con ellos a través de correo electrónico o notificaciones push para ofrecerle su oferta de servicios.

Imagen de *Trainingym App*



Bibliografía

(2020). Estrategias para la captación de socios a la vuelta de las vacaciones. GymFactory. Recuperado de:
"<https://www.gymfactory.net/2020/09/07/estrategias-para-la-captacion-de-socios-a-la-vuelta-de-la-vacaciones/>"

Herman Rutgers, Karsten Hollachs, Stefan Ludwig (2020) EuropeActive European Health & Fitness Market Report 2021. EuropeActive.

·trainingym

Lección 1: Captación