

CASOS DE ÉXITO:

**¿QUÉ TIENEN EN CUENTA LOS GERENTES
CUANDO IMPLANTAN TECNOLOGÍA EN EL
CLUB?**



ATENAS

DAVID MENÉNDEZ


DIRECTOR GERENTE CENTRO ATENAS MADRID

650 SOCIOS

Para que cualquier herramienta tecnológica funcione es importante que la **dirección y la gerencia estén totalmente involucradas** y que estén de forma activa participando y haciendo que funcione todos los días. Si gerencia se despreocupa creyendo que la aplicación lo va a hacer de forma automática, no va a funcionar.

Es básico que **el equipo esté bien formado**, que conozca bien la aplicación y que la utilice a diario. Es importante que utilice no solo la parte de técnico, la parte de la empresa, sino también la parte del cliente porque muchos socios nos preguntan cómo se hace desde la parte de cliente. Así que, si nuestro equipo no lo sabe hacer como cliente, no se lo vamos a poder explicar.

Es conveniente que en todas las áreas del club se esté continuamente diciendo al cliente: instálate nuestra app, usa nuestra app. Enviamos emails recordando que pueden descargarse la app, recordando que con la app puedes organizar tu vida incluso cuando no estés en el centro. Para nosotros **es muy importante que la gente nos tenga en la cabeza aun cuando no está aquí**. Si la gente está pensando en Centro Atenas cuando no está en Centro Atenas, la gente está involucrada.



ZAGROS SPORTS
CLUB DE SALUD Y DEPORTE

SERGIO DAZA

DIRECTOR DE SALUD ZAGROS SPORTS MADRID

2 CENTROS - 2800 SOCIOS

Formación inicial de todo el equipo. Antes de mostrarlos al consumidor final todos los empleados del club deben conocer su funcionamiento además de entender los beneficios que tendrá la instalación con la implementación y que beneficio tendrá el consumidor final (socio) que es lo más importante.

Plan de marketing donde crees expectativas en el producto para que cuando lo des a conocer el socio esté deseando probarlo.

Implicación del empleado una vez está el producto funcionando en el centro para seguir vendiendo las bondades del producto y que todos los socios lo conozcan, lo usen o no (entendemos que habrá socios que no lo utilicen) por lo menos sepan de la existencia del mismo.



RAFAEL GARRIDO
GERENTE ENZO SPORT SPA VALENCIA
1200 SOCIOS

Implicación del staff. Es muy importante que nuestro staff sea consciente de que la tecnología que integramos es una herramienta más de trabajo. Ellos deben ser los primeros en especializarse en el uso de los nuevos softwares que hemos implantado en el club.

Los clientes deben estar informados. Para que los socios le den importancia a la tecnología que hemos implantado, el papel del staff debe ser fundamental. Tienen que transmitirle que estas nuevas herramientas son imprescindibles para su día a día. Además, deberán informarle que se descarguen la app y enseñarles a que se manejen con ella.

Liderazgo por parte de la gerencia. La gestión del propio centro tiene que ser rápida en la comunicación. Por un lado, informará de los resultados de las clases colectivas a los monitores de clases colectivas y, por otro, saber el funcionamiento de estas. Además, deberá optimizar el trabajo de los técnicos de sala orientados a mejorar las labores de fidelización.



METROPOLITAN

JORGE MIQUELEIZ

DIVISIÓN DE ACT. FÍSICA CLUB METROPOLITAN

23 CENTROS - 80.000 SOCIOS

Estar convencidos de las mejoras que permite la transformación digital. El cambio que existe a nivel global en base a la transformación digital es imparable y nos abre nuevas oportunidades de interacción y análisis confeccionando una experiencia ágil y atractiva para todas las partes implicadas.

Analizar los beneficios que aporta para dar respuesta a las necesidades del cliente, del staff y operador. Son múltiples los beneficios que la digitalización aporta y es el complemento ideal, el cual, nos permite analizar los objetivos de los clientes, staff y propios así como la segmentación de espacios, personas, programas... El fin es que todos los agentes saquen el máximo provecho de los servicios de nuestros clubes.

Conocer la herramienta para después poder acompañar al cliente y al staff en su viaje con nosotros. Para conseguir una experiencia completa, debemos de analizar y conocer los puntos fuertes y débiles de la herramienta para sacarle el máximo provecho posible. Conociendo sus posibilidades, el asesoramiento al usuario final será mucho más productivo elevando el grado de satisfacción del propio usuario y del staff.

ESTOS CENTROS HAN SABIDO CÓMO IMPLANTAR LA TECNOLOGÍA
**EN TRAININGYM TE INVITAMOS A QUE DES EL PASO Y
APUESTES POR LA TECNOLOGÍA EN TU CLUB**

**¿TE EXPLICAMOS CÓMO?
PINCHA AQUÍ
Y NOS PONDREMOS EN CONTACTO CONTIGO**

¡POR SUPUESTO!

