

MalpensaNews

Più clienti in palestra: gli step vincenti per far crescere la propria attività

divisionebusiness · Tuesday, July 4th, 2023

Le **palestre** sono tra le attività in maggiore crescita in questo periodo e, in parte, questa ritrovata passione per la buona salute è dovuta paradossalmente anche alla pandemia.

Durante il periodo di **lockdown** moltissime persone, non potendo uscire, hanno attrezzato una sorta di palestra artigianale tra le 4 mura domestiche. Concluso il lockdown, queste stesse persone si sono iscritte nelle palestre per continuare ad avere una sana attività fisica, ma anche per confrontarsi e socializzare.

Per chi ha una palestra questa è una buona notizia ma, guardando l'altra faccia della medaglia, è inevitabilmente cresciuta la concorrenza sempre più agguerrita.

Per emergere quindi la parola d'ordine è **differenziarsi**, offrendo servizi personalizzati in base al target di riferimento. Chiaramente il pubblico di una palestra è molto eterogeneo e può variare significativamente in base all'ora del giorno.

Al mattino presto magari vanno molti uomini prima di andare al lavoro, mentre in tarda mattinata le palestre generalmente sono frequentate dalle mamme.

Nel pomeriggio invece è più facile trovare ragazzi universitari o studenti che, dopo le lezioni, si concedono qualche ora di sano relax in palestra.

In base al proprio target è consigliabile **organizzare corsi specifici**, riservando un occhio di riguardo alla categoria di clienti più popolosa.

Altra ottima strategia è **convenzionarsi con programmi di welfare** aziendale, un sistema intelligente per attrarre e conquistare nuovi clienti. Nell'ottica del benessere del dipendente, sempre più aziende mettono a disposizione dei loro dipendenti **voucher welfare** che offrono sconti importanti per servizi benessere, come l'iscrizione alle palestre, alle piscine, ai centri sportivi o alle spa.

Per le palestre è quindi molto conveniente **convenzionarsi con aziende** che offrono questo tipo di servizio, così da **aumentare il numero di iscritti** e radicarsi sul territorio guadagnando visibilità.

Ragionando sempre in termini di promozione e visibilità, è opportuno **avviare dei programmi di fidelizzazione** che premiano i clienti più fedeli. Si possono ad esempio proporre corsi gratuiti, sconti, o abbonamenti mensili in promozione per i clienti che portano altri iscritti.

Maggiore sarà la ricompensa offerta e maggiore sarà l'impegno dei clienti fidelizzati a portare amici, colleghi e parenti a iscriversi in palestra. Anche **organizzare eventi** è una pratica molto diffusa, poiché consente a potenziali clienti di conoscere meglio le attrezzature e i servizi offerti dalla palestra.

In questo discorso non bisogna dimenticare l'importanza dell'**online** e, soprattutto, dei **social network**. Qualsiasi attività, per essere considerata affidabile, necessita di un sito online che quindi deve essere ben curato, facilmente fruibile ed esteticamente accattivante.

Allo stesso modo bisogna **essere attivi sui social**, postando di continuo foto e video dei corsi, degli allenamenti, degli eventi e in generale di tutto ciò che succede in palestra per creare il giusto engagement con i clienti.

La palestra è un mondo dinamico dove scaricare le tensioni; quindi, la pagina social deve trasmettere leggerezza e spensieratezza per toccare le giuste corde emotive dei naviganti e convincerli a procedere all'iscrizione.

This entry was posted on Tuesday, July 4th, 2023 at 8:50 am and is filed under [Archivio](#)
You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.