

EJERCITANDO TU MARCA,
POTENCIALIZANDO TU EMPRESA

"EL FUTURO DE LOS CLUBES Y GIMNASIOS DESPUÉS DEL COVID-19"

PARTE 3



Leonel De Aquino

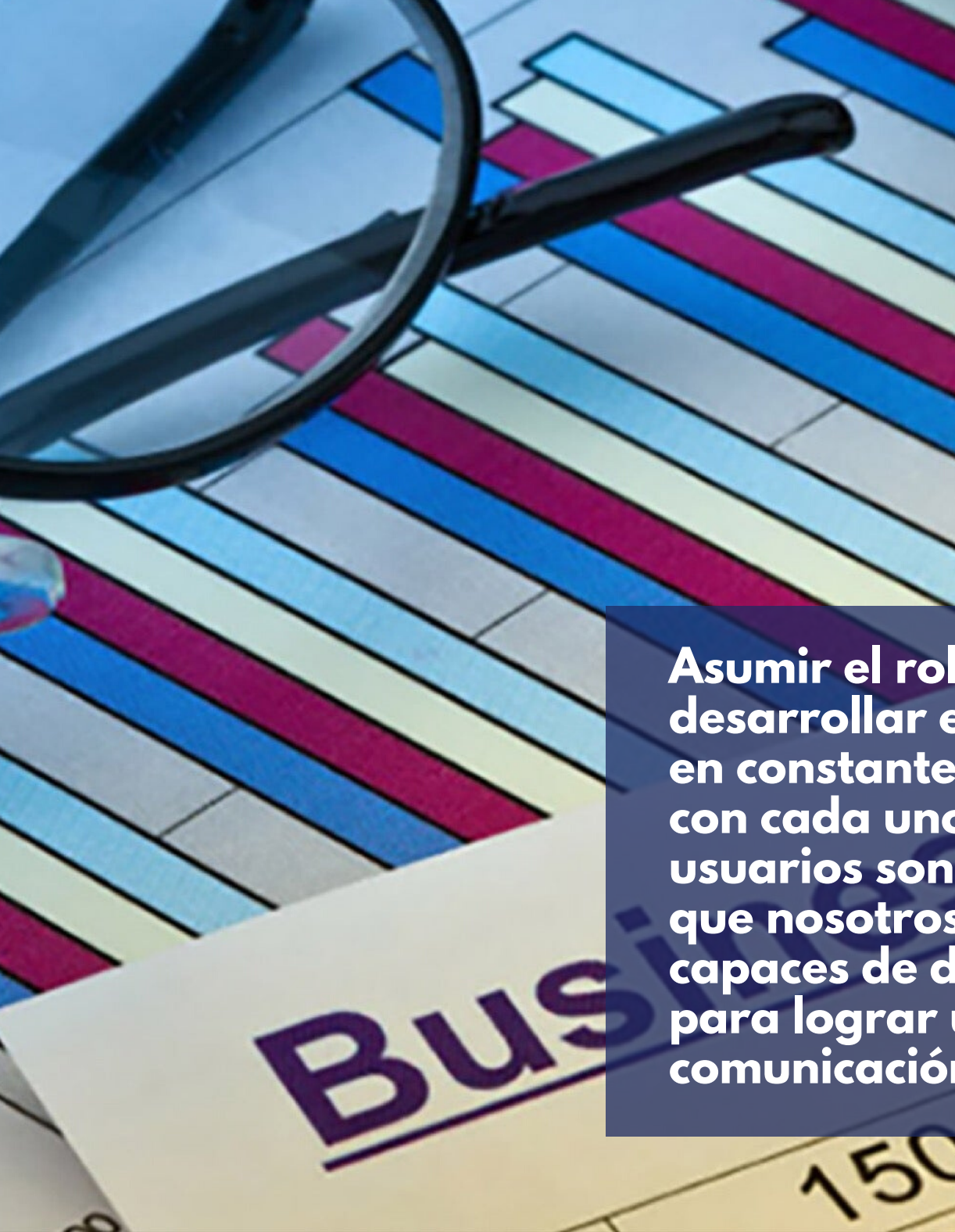
CONSULTORIA DEPORTIVA

A close-up photograph of a person's hand holding a silver pen, poised to write on a tablet. The tablet screen displays various business charts, including a bar chart and a pie chart. A large, semi-transparent green triangle is overlaid on the right side of the image, containing white text. The background is softly blurred, showing a laptop keyboard and other documents on a desk.

“

A continuación, les comparto la última entrega donde comento la tercera estrategia que los clubes y gimnasios deberán aplicar una vez pasada la etapa de confinamiento.

**DISEÑO DE NUEVAS
ESTRATEGIAS COMERCIALES.**



“

Todo lo anterior que comentamos tiene la finalidad de crear, comunicar y ofrecer valor a nuestros clientes, pero no basta con que nosotros lo planifiquemos y lo llevemos a cabo, se trata de que nuestro cliente lo perciba y nosotros debemos asegurarnos de que esa percepción sea la que nosotros deseamos comunicar.

Asumir el rol de cliente, desarrollar empatía y estar en constante interacción con cada uno de nuestros usuarios son herramientas que nosotros debemos ser capaces de desarrollar para lograr una comunicación efectiva.

“

Pero además de lo anteriormente comentado la administración tiene que identificar alternativas de crecimiento que impulsen el cambio organizacional y desarrollen el máximo potencial posible.

Será necesario entonces identificar las fortalezas y debilidades que se tienen. Es decir, debemos de ser capaces de visualizar una imagen del futuro que deseamos junto con los demás miembros del equipo de trabajo, esto para detectar nuevas ideas que nos permitan identificar nichos de oportunidad.





Jane Magruder, comenta que en la medida que nos concentremos en tratar de resolver problemas menos avanzaremos, ella recomienda esforzarse en analizar y descubrir que funciona y de ahí crear imágenes del cómo nos gustaría ver a nuestra organización.

Muchas de las veces perdemos el tiempo en tratar de resolver problemas diarios que nos quitan mucha energía, en lugar de aprovechar las fortalezas que tenemos y convertirlas en oportunidades de crecimiento.

Otros jugadores importantes que aumentarán su participación de manera significativa serán las redes sociales, muchas organizaciones tendrán que adaptarse a la nueva normalidad y la tecnología pasará a ser uno de los mejores aliados con los que podemos contar.



El marketing ha cambiado con la llegada de las redes sociales y esto ha provocado que se modifiquen las maneras de comunicar con los usuarios y con los nuevos candidatos a pertenecer a nuestra organización.

Esta crisis ha provocado que se cambien paradigmas, la comunicación se está modificando de tal manera que hoy definitivamente no podemos estar ajenos al fenómeno que representa el que millones de personas en todo el mundo puedan interactuar de manera inmediata con tan solo un teléfono inteligente.

Hoy en día cualquiera de nosotros tiene una infinidad de medios para obtener la información que se necesita para ayudarnos a tomar una decisión con respecto a un bien o servicio que deseamos adquirir.

A hand holding a black pencil is writing on a lined notepad. The notepad is placed next to a silver laptop keyboard. In the top left corner, a white mug sits on a wooden coaster. The background is a solid green color.

“

**LAS REDES SOCIALES
LLEGARON PARA
QUEDARSE Y
CONVERTIRSE EN
ALIADOS
ESTRATÉGICOS DE LAS
ORGANIZACIONES.**

**ES POR ESTO QUE LOS
EQUIPOS
GERENCIALES
TENDRÁN QUE IR
PENSANDO EN:**

- Desarrollar y administrar de manera eficaz una base de datos confiable. La organización deberá obtener y clasificar a los diferentes grupos de individuos por su probabilidad de respuesta a una oferta determinada o a una oferta personalizada.

- Desarrollar estrategias claras sobre como la organización debería sacar ventaja de las redes sociales. Actualmente las redes sociales nos pueden ayudar a prospectar, proporcionar información, generar foros de discusión, rutinas de entrenamiento, compra y venta online, obtener leads calificados, etc. por lo que cada organización deberá avocarse a sacar provecho de esta situación.

- Pautar mensajes en las redes sociales. La organización será capaz de evaluar cuales plataformas tendrán mayor penetración en sus clientes-objetivo para buscar convencerlos de unirse a nuestro club o gimnasio.

- Ser accesible y ágil para responder a las llamadas del cliente. Los clientes tienen altas expectativas sobre la rapidez con la cual podemos contestar, es por esto que debemos prepararnos para poder dar respuestas rápidas y veraces.



En este punto amable colega seguramente ya se dio cuenta que la competencia será durísima y definitivamente las organizaciones que puedan adaptarse más rápidamente a los cambios que se generarán a raíz de la aparición del COVID-19, serán las que indudablemente tendrán más oportunidades de ser parte fundamental en la memoria del cliente.

Si quieres conocer de algunas estrategias, tips y recomendaciones para tu club, centro deportivo o gimnasio te invito a continuar visitando mis diferentes redes sociales.

 222-299-4241

 leonel1mx@aol.com



Leonel de Aquino

EJERCITANDO ^{MARCA,} TU EMPRESA
POTENCIALIZANDO

