

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

JULHO/2018



FITNESS

SEBRAE

SEBRAE
INTELIGÊNCIA
SETORIAL

RECONQUISTANDO CLIENTES

Dentre todas as estratégias existentes para transformar o negócio, reconquistar é a mais desafiante e a que exige mais disciplina. Assim como na vida, reconquistar não é uma etapa fácil. Inúmeros clientes deixam as academias diariamente. Porque isso acontece? Para onde eles vão? O que fazer para deixar de perdê-los? Como fazer para reconquistá-los? Esses são alguns questionamentos que iremos desbravar nesse relatório de Inteligência Setorial.

Não basta construir campanhas incríveis para atrair novos clientes, nem desenvolver estratégias mirabolantes para manter, se você é ou almeja ser uma academia de ponta, precisa se preparar para reconquistar. Se preparar para reconquistar, antes de qualquer coisa é assumir uma verdade: Seus alunos vão sair! Por mais que isso doa, que essa verdade em muitos momentos seja até ignorada, gestores de alto rendimento assumem a responsabilidade por essa flutuação, que é natural em todos os negócios, e se planejam de forma estruturada para amenizar esses impactos.

Doença, morte, mudança, seja lá quais são os motivos indiscutíveis que o cliente tem para sair da sua empresa, a maior parte deles te deixa por não receber o que você prometeu, por não ter se adaptado aos meses iniciais, por não achar que realmente é necessário treinar, e o

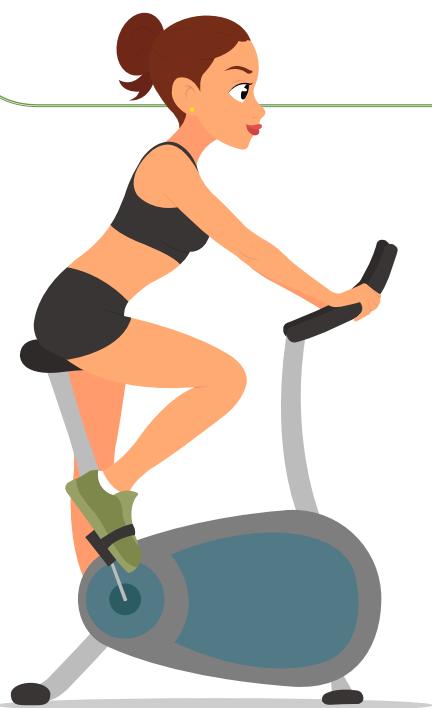
pior dos cenários: Achar que o seu concorrente é melhor que você.

Reconquistar é primeiramente assumir a verdade de que os clientes vão sair e que você irá lutar para eles retornarem. Muitas academias em todo Brasil só se preocupam em matricular cada vez mais alunos, outras se preocupam em somente manter esse personagem o maior tempo possível dentro da estrutura, infelizmente nem todos olham para aqueles que já saíram. Esse grupo na maior parte das vezes fica abandonado, entregue à própria sorte. Trabalhar para reconquistar é trabalhar para entender porque os seus clientes saíram, afinal de contas, você não quer perder clientes pelo mesmo motivo, e simultaneamente trabalhar para trazê-los de volta, já que é mais barato convencer alguém que já foi o seu cliente a retornar do que conquistar alguém que nunca entrou em sua estrutura.



Vimos no Relatório de Inteligência Setorial de Marketing que não basta criar uma proposta de Valor, é preciso entregá-la, vimos no relatório de Serviços, que os conceitos de Inseparabilidade, Intangibilidade, Precioabilidade e Variabilidade impactam diretamente no processo de satisfação, vimos no Relatório de Fidelização que para manter os alunos é preciso manter as entregas de acordo com as expectativas, veremos agora nesse relatório que para reconquistar é preciso superar tudo o que foi apresentado nos relatórios anteriores, afinal de contas, um ex-cliente é alguém que já conhece seus pontos fortes e fracos, suas inspirações e limitações. Vamos agora conhecer os principais pontos para criar uma estratégia de reconquista vencedora.

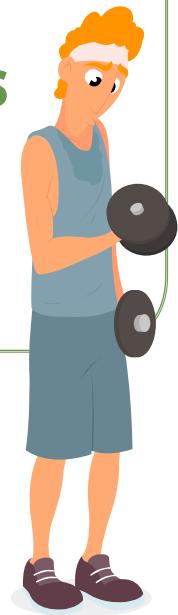
“
**NÃO BASTA CRIAR
UMA PROPOSTA DE
VALOR, É PRECISO
ENTREGÁ-LA**
”



“
**PARA MANTER
OS ALUNOS É
PRECISO MANTER
AS ENTREGAS DE
ACORDO COM AS
EXPECTATIVAS**
”

INVISTA EM UM BOM SISTEMA

Estratégias de reconquista dependem muito da análise fiel de dados. Muitas academias, buscando economizar em seus custos mensais, escolhem sistemas mais simples, mas que não trazem informações relevantes para o processo de reconquista. Como você terá sucesso em sua empreitada se você não conhece a fundo o seu aluno? Como vai construir estratégias direcionadas se você não tem os dados históricos de frequência, não sabe as aulas que ele prefere e nem mesmo quando ele frequentava? Para reconquistar é preciso conhecer todos os dados comerciais dos seus clientes e isso só vai acontecer com uma boa plataforma de gerenciamento de negócios que monitora não só os dados de entrada e saída, financeiro e etc., como também traz informações sobre as características de consumo de cada cliente. Sistemas, você precisa investir neles!



BUSQUE INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

Como nem só de sistemas vivem os homens, faça pesquisas para buscar informações complementares e relevantes sobre tudo que está acontecendo no negócio. Ao entender o que motivou os seus alunos a saírem você conseguirá informações fundamentais para corrigir aquilo que não está de acordo com as expectativas deles, assim como terá embasamento para construir estratégias de reconquista que consigam realmente sensibilizar esse público para retornar. A maior parte dos gestores do segmento criam ações sem pesquisar, idealizam sem testar e no final desse processo acabam acreditando que as ações de reconquista não valem a pena. A pergunta que fica nesse momento é: As ações de reconquista não trazem resultado e por isso não valem a pena, ou o processo de criação dessas ações foi míope pois não levou em consideração todas as influências que geraram a evasão desse grupo?

CRIE AÇÕES SISTEMATIZADAS PARA CORRIGIR

Com as informações coletadas através das pesquisas, chegou a hora de reagir. A saída dos seus clientes da sua academia é um sintoma e não a causa. Ao identificar nesses que se desligaram o que os motivou, deve-se iniciar a transformação. Crie um planejamento sistêmico para corrigir cada um dos pontos levantados nas pesquisas, seu principal objetivo agora é parar de perder alunos pelo mesmo motivo. Em muitos momentos essa ação é um desafio dos grandes, por exemplo, a chegada de um novo concorrente com inúmeras esteiras, impacta diretamente na percepção de qualidade dos seus clientes e pode estimular o êxodo dos seus alunos. Investir em novas esteiras não é uma decisão simples e barata, por isso tudo requer

planejamento. Talvez a introdução de uma aula funcional que substitua os exercícios de corrida, por exemplo, possa ser uma das saídas. A ideia é que sempre exista o bom senso e uma análise minuciosa na hora de tomar qualquer decisão estratégica. O mundo fitness está mudando, errar agora pode significar uma queda sem precedentes.

“

AO ENTENDER O QUE MOTIVOU OS SEUS ALUNOS A SAÍREM VOCÊ CONSEGURÁ INFORMAÇÕES FUNDAMENTAIS PARA CORRIGIR AQUILO QUE NÃO ESTÁ DE ACORDO COM AS EXPECTATIVAS DELES

”



CRIE AÇÕES ESPECÍFICAS DE RECONQUISTA

Utilizar o cardápio existente para tentar reconquistar uns ex-clientes é um dos erros mais comuns. Se o cliente saiu com o que existe atualmente, como você acha que conseguirá o convencer utilizando as mesmas coisas? É preciso montar uma estratégia específica para reconquista, algo que tenha como base os dados do sistema e as pesquisas realizadas. Essas informações criam embasamento para a elaboração do escopo estratégico que será ofertado.



TRATE O EX-CLIENTE DE FORMA DIFERENCIADA

Lembre-se que o ex-cliente é diferente do seu público-alvo, ele já teve experiências anteriores com você e por isso julga os seus passos por uma ótica diferente. Ao se relacionar com ele é fundamental que tente identificar exatamente quem ele é. Muitos dos erros que acontecem no processo de reconquista se dão pelo fato dos esforços ignorarem a história individual de cada um. É nesse momento que você valida a importância de se ter um bom sistema com todos os dados atualizados e as informações coletadas em pesquisa. Informação é poder!

CONVIDE-O!

Tenha uma lista das principais mudanças que a sua empresa passou nos últimos tempos e divulgue isso em seu discurso para despertar o interesse, por exemplo, uma reforma no banheiro, um novo equipamento, uma nova aula, tudo isso pode ser elemento para gerar um convite e atrair a visita. A ideia é sempre despertar o interesse de visitação e isso só acontecerá se você souber pontuar exatamente o que mudou desde a sua saída. Tudo depende do estímulo certo.

FAÇA AGENDAMENTOS

Lembre-se que ao entrar em contato com o ex-cliente, o seu objetivo é reconquistá-lo, sendo assim todos os seus esforços estão relacionados com o retorno dele. Foque os seus contatos, seja por telemarketing, email, whatsapp, para agendar um reencontro. Agende em um dia onde um vendedor, ou até mesmo você, o esteja esperando. É fundamental ter uma referência para gerar comprometimento. Utilize a técnica do funil para ajudar no direcionamento das escolhas e ser mais efetivo no agendamento.

EXEMPLO:

Eu gostaria de agendar com você uma visita aqui na academia.



Qual melhor dia para você vir: terça ou quinta-feira?



De manhã ou a tarde?



CRIE DATAS PRÉ-DEFINIDAS PARA CONTATO

Convencer talvez não seja uma tarefa que você conseguirá de primeira, e por isso, para reconquistar é preciso ser persistente. Estipule um prazo para os contatos. Crie uma recorrência para cada um deles, afinal de contas, talvez não será de primeira que você conseguirá. Por exemplo: semanalmente envie dicas sobre exercícios físicos por e-mail, whatsapp ou até mesmo SMS, faça ligações recorrentes com períodos pré-definidos.



DEFINA UMA ISCA!

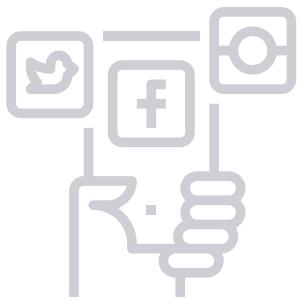
Com base nas pesquisas, escolha uma boa oferta para despertar novamente o interesse. Apresente sempre a utilidade dos seus produtos. Crie um senso de necessidade para despertar não só o interesse como também “a obrigação” por retornar.



TRABALHE AS DATAS IMPORTANTES!

Lembre-se da data de aniversário, dos feriados, das datas comemorativas importantes. Esses momentos tem um alto envolvimento emocional e ajudam no processo de resgate. Tenha um calendário anual pré-definido e enquadre todos os que saíram nessa sequência. É fundamental estabelecer uma mesma estratégia para não trabalhar de forma diferenciada um ex-cliente de outro. Lembre-se que em muitos momentos as pessoas que saíram fazem parte de uma mesma família ou de um grupo de amigos.

UTILIZE A INTERNET!



Use e abuse das redes sociais. Lembre-se que seus ex-clientes permanecerão conectados com você em outras esferas, portanto esteja sempre presente. Divulgue as novas aulas, as reformas, tudo isso que atinge não só o seu público-alvo, conforme foi visto no Relatório de Inteligência Setorial - Aumentando a Visitação, como também a todos que já passaram pela estrutura.

USE O TELEMARKETING

Isso é sério? Claro! Muitos gestores, com a chegada em massa da tecnologia e a inundação dos aplicativos de mensagens, substituíram o contato via telefone pelo contato através das ferramentas, o que é um erro comercial grave. Por mais que muitos ainda tenham relutância com a ferramenta telemarketing, ele ainda pode ser responsável por resultados bastante expressivos tanto nas pesquisas quanto na parte comercial.

Pela esfera comercial, o telemarketing é indispensável por ser uma das principais ferramentas para estimular a reconquista. Segundo estudos realizados em diversas academias, dentre os períodos de 2012 e 2017, na média, 12% daqueles que receberam uma ligação bem estruturada, apresentaram uma predisposição a retornar. Coloque isso em um cenário de uma academia que tem 5 anos de vida e aproximadamente 2000 alunos no seu banco de dados de ex-cliente. Será que não vale a pena tentar resgatar esses quase 250 alunos que tem uma predisposição a retornar?

CONSTRUA UM SCRIPT ANTES DE INICIAR O TELEMARKETING

Antes de começar a ligar, prepare tudo o que vai ser falado. Quanto mais estruturado, mais fácil de conquistar os resultados. Lembre-se que o script não é para “robotizar” o diálogo, mas sim para nortear o caminho que deve ser percorrido. Construímos abaixo um script, como exemplo, utilizando alguns tópicos citados acima:

APRESENTAÇÃO



Bom dia, gostaria de falar com o João.



Olá João, meu nome é Antônio, da academia XYZ. Tudo bom?



SENSAÇÃO DE PERDA / TRATE O EX-CLIENTE DE FORMA DIFERENCIADA



Tem 3 meses que você se afastou dos benefícios para uma vida saudável que a nossa academia oferece. Você era um aluno bem presente, principalmente nas aulas de treinamento funcional e gostaríamos que continuasse assim.



CONVIDE-O / SENSAÇÃO DE EXCLUSIVIDADE



Estou entrando em contato para lhe informar que chegaram equipamentos novos e que as aulas agora estão cada vez mais dinâmicas! Você precisa conhecer! Está sensacional!



E também para oferecer uma oportunidade única para você voltar a se cuidar nessa nova estrutura. Vou lhe explicar rapidamente os benefícios deste plano, ok?



criando necessidades / DEFINA UMA ISCA



Você já fez alguma reavaliação física? Esta promoção lhe oferece uma Reavaliação Física gratuita (para mostrar seus resultados e poder comparar posteriormente);



Já fez algum treinamento com Personal? Este plano lhe dá direito a uma aula de Personal, com o coordenador do treinamento funcional (a fim de garantir sua disposição de praticar atividade física, te deixar mais motivado e dar um treinamento mais direcionado).



E tudo isso investindo apenas 6 cheques no valor de R\$ 120,00! Assim você estará economizando R\$ 150,00 (valor da avaliação + valor da aula de Personal) E ainda tem mais:



Caso você decida voltar para nossa família com mais alguém posso lhe oferecer além dos benefícios que citei anteriormente, a isenção do primeiro mês. Sendo assim, investiria 5 cheques de R\$ 120,00, sendo o primeiro para daqui a 30 dias. A pessoa que você trouxer também usufrui de todos os benefícios e investe 6 cheques de R\$ 120,00.



FAÇA AGENDAMENTOS / TÉCNICA DO FUNIL



Eu gostaria de agendar com você uma visita aqui na academia. Qual melhor dia para você vir: terça ou quinta-feira? De manhã ou a tarde?



A força desse script está na mescla dos diversos tópicos apresentados nesse relatório. Perceba que incluir cada uma dessas etapas nessa estrutura faz com que o discurso seja mais forte e tenha inteligência comercial.

Vale ressaltar que o telemarketing é apenas uma das diversas estratégias que podem ser utilizadas para reconquistar. Leve sempre em consideração ações com SMS, e-mail, Whatsapp e diversas outras formas de contato. Utilizando todas essas referências apresentadas você conseguirá estruturar uma estratégia forte de reconquista. Não basta acompanhar os indicadores do sistema e definir metas para o retorno se você não cria nada contundente para impulsionar esse resultado. As estratégias de reconquista podem parecer complexas, mas são simples de serem executadas, só exigem persistência, pois para construir um novo estímulo para um antigo produto é mais difícil do que estimular esse mesmo ponto em seu público-alvo.

