



DICAS PRÁTICAS DO SEBRAE PARA O
SEGMENTO FITNESS

SEBRAE



FICHA TÉCNICA

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro
Sebrae/RJ
Rua Santa Luzia 685, 7º andar, Centro – Rio de Janeiro – RJ – CEP 20030-041
www.sebraerj.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Carla Pinheiro

Diretor superintendente

Cesar Vasquez

Diretor de Desenvolvimento

Evandro Peçanha Alves

Diretor de Produto e Atendimento

Armando Augusto Clemente

Gerência de Soluções e Inovação

Ricardo Wargas - Gerente

Miriam Guimarães Ferraz – Analista

Marcelo Chang - Analista

Metodologia /Coordenação técnica

Miriam Guimarães Ferraz

SUMÁRIO

- | | |
|---|-----------|
| 1 Em tempos de crise econômica, como diminuir o impacto sobre o resultado financeiro da minha academia?..... | 5 |
| 2 O mercado de academias no Brasil já chegou a sua capacidade máxima ou ainda pode crescer? | 7 |
| 3 Devo reajustar a tabela de preços da minha academia? | 9 |
| 4 Cartão de crédito: devo incluir essa forma de pagamento na minha academia?..... | 11 |
| 5 Como identificar se um cliente apresenta sinais de que não renovará contrato com minha academia?..... | 13 |
| 6 Como controlar as ações e os movimentos estratégicos dos concorrentes?..... | 15 |
| 7 O que fazer se uma academia <i>low cost</i> (academias que cobram entre R\$49 – R\$79 - valores de novembro de 2016 - e possuem equipamentos modernos) abrir na minha região? | 17 |
| 8 Para ter uma academia competitiva preciso adquirir equipamentos importados? | 19 |
| 9 O que fazer para melhorar a frequência de clientes da grade de aulas coletivas? | 21 |
| 10 Como tornar minha equipe mais engajada na busca da melhoria dos resultados financeiros? | 23 |



1

EM TEMPOS DE CRISE ECONÔMICA, COMO DIMINUIR O IMPACTO SOBRE O RESULTADO FINANCEIRO DA MINHA ACADEMIA?

O primeiro passo é buscar oportunidades para a redução de custos operacionais, como por exemplo, trocando lâmpadas comuns por lâmpadas de LED. Crie rotinas de controle operacional que evitem desperdícios de energia elétrica e água, retire aulas coletivas vazias ou com baixa frequência e desenvolva ações para reduzir a conta telefônica. O segundo passo é negociar com os fornecedores. Busque a redução do aluguel, reúna-se com os principais fornecedores, negocie reduções de preços e revise a necessidade da manutenção de todos fornecedores. Por último, crie estratégias promocionais e desenhe benefícios especiais para não perder os clientes mais antigos.

2

O MERCADO DE ACADEMIAS NO BRASIL JÁ CHEGOU A SUA CAPACIDADE MÁXIMA OU AINDA PODE CRESCER?

O mercado brasileiro está longe de atingir sua capacidade máxima. Atualmente no mundo, o Brasil é o segundo em relação ao número de academias e o quarto no número total de praticantes.

O país está entre os cinco primeiros no *ranking* mundial e apresenta a maior oportunidade de crescimento para os próximos anos. Um bom exemplo deste cenário foi a manutenção do crescimento do mercado nos anos de 2015 e 2016, mesmo com a crise econômica vivida no período.



3

DEVO REAJUSTAR A TABELA DE PREÇOS DA MINHA ACADEMIA?

Todos os anos boa parte dos custos operacionais do negócio são reajustados, por exemplo, os contratos de aluguel são reajustados anualmente e os dissídios sindicais acontecem também anualmente. Considerar a inflação de cada ano como critério de correção anual da tabela de preços é uma ótima forma de evitar a diminuição da margem de lucratividade.



4

CARTÃO DE CRÉDITO: DEVO INCLUIR ESSA FORMA DE PAGAMENTO NA MINHA ACADEMIA?

Muitos donos de academias têm medo de adquirir uma máquina de cartão de crédito, pois quando os clientes pagam suas mensalidades ou seus planos através deste método o repasse do dinheiro demora pelo menos 30 dias. Atualmente, boa parte dos brasileiros utiliza o cartão de crédito como a principal forma de pagamento. Por isso, não disponibilizar esse canal de recebimento pode ser um fator que limite a capacidade de vendas.



5

COMO IDENTIFICAR SE UM CLIENTE APRESENTA SINAIS DE QUE NÃO RENOVARÁ CONTRATO COM MINHA ACADEMIA?

Estudos realizados nos Estados Unidos e na Europa demonstram que clientes que, na média de 30 dias, frequentam a academia menos do que uma vez por semana, clientes que, de um mês para o outro reduzem em 50% sua frequência e clientes que, nos primeiros 90 dias de relacionamento com a academia, não conseguiram atingir uma média de frequência semanal de 3 vezes por semana são grandes candidatos a desistir no próximo mês. Tenha uma atenção especial à frequência dos seus clientes na academia e crie ações de prevenção para que comportamentos como esses sejam minimizados no negócio. Para que possa monitorar bem o comportamento dos clientes é fundamental ter um sistema informatizado de gestão de relacionamento.



6

COMO CONTROLAR AS AÇÕES E OS MOVIMENTOS ESTRATÉGICOS DOS CONCORRENTES?

O primeiro passo é perceber que os concorrentes não são seus inimigos. Por isso, crie um bom relacionamento com os demais empreendedores desse segmento na região. Desenvolva encontros para discutirem dificuldades e faça visitas periódicas nas academias dos concorrentes.

O segundo passo é saber que, em um mundo totalmente globalizado, a internet e as redes sociais também são bons canais de controlar e acompanhar as ações dos concorrentes. Gerenciar os concorrentes deve fazer parte das ações estratégicas.





7

O QUE FAZER SE UMA ACADEMIA LOW COST (ACADEMIAS QUE COBRAM ENTRE R\$49 – R\$79 - VALORES DE NOVEMBRO DE 2016 - E POSSUEM EQUIPAMENTOS MODERNOS) ABRIR NA MINHA REGIÃO?

O mais importante é não sair diminuindo loucamente a tabela de preços ou dando descontos sem nenhum tipo de planejamento estratégico. É preciso entender que o público-alvo pode ser diferente do seu negócio para o que está chegando na região. Por isso, ao invés de diminuir bruscamente a tabela de preços, invista em melhorar os pontos fortes e consertar rapidamente os pontos fracos. Foque, principalmente, em treinamentos que possam melhorar o atendimento na academia e, consequentemente, a experiência do consumidor.

8

PARA TER UMA ACADEMIA COMPETITIVA PRECISO ADQUIRIR EQUIPAMENTOS IMPORTADOS?

Não necessariamente. A competitividade dependerá bastante do perfil dos concorrentes diretos e do tipo de público-alvo desejado. No entanto, mais importante do que equipamentos importados é possuir profissionais treinados para prestar o melhor atendimento. Crie processos e inovações que diferenciem sua academia na região e coloque o negócio em um patamar acima dos concorrentes.



9

O QUE FAZER PARA MELHORAR A FREQUÊNCIA DE CLIENTES DA GRADE DE AULAS COLETIVAS?

O primeiro passo é controlar a frequência e a ocupação das aulas. Troque as aulas ou os profissionais com baixa performance. Entender se o problema é do horário que a aula é ofertada, se é do profissional que está ministrando a aula ou se é do tipo de atividade oferecida ajudará bastante na tomada de decisões. O próximo passo é acompanhar os lançamentos do setor e desenvolver um núcleo que possa pensar em criar novas aulas. É importante acompanhar as tendências do mercado visitando os principais eventos do setor ou assinando revistas específicas que ajudem a atualizá-lo sobre o tema. Por último, crie um planejamento pelo menos anual de lançamentos de novas aulas. Muitas vezes, as academias chegam a ficar dois ou três anos com a mesma grade de aulas coletivas e isso não é bom para o negócio.



10

COMO TORNAR MINHA EQUIPE MAIS ENGAJADA NA BUSCA DA MELHORIA DOS RESULTADOS FINANCEIROS?

Crie metas e divida com sua equipe. Infelizmente isso não é uma prática comum no mercado de academias. O medo de dividir informações que possam ajudar a aumentar o resultado financeiro ou melhorar práticas pode limitar seu desempenho. Desenvolver políticas de bonificações e premiações para os funcionários que realmente fazem a diferença é uma prática comum nas empresas de sucesso.





**ESPECIALISTAS EM
PEQUENOS NEGÓCIOS**

0800 570 0800

www.sebraerj.com.br

    /sebraerj

