



# CAMPAÑA DE APERTURA COBRA VALSSPORT

## CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN

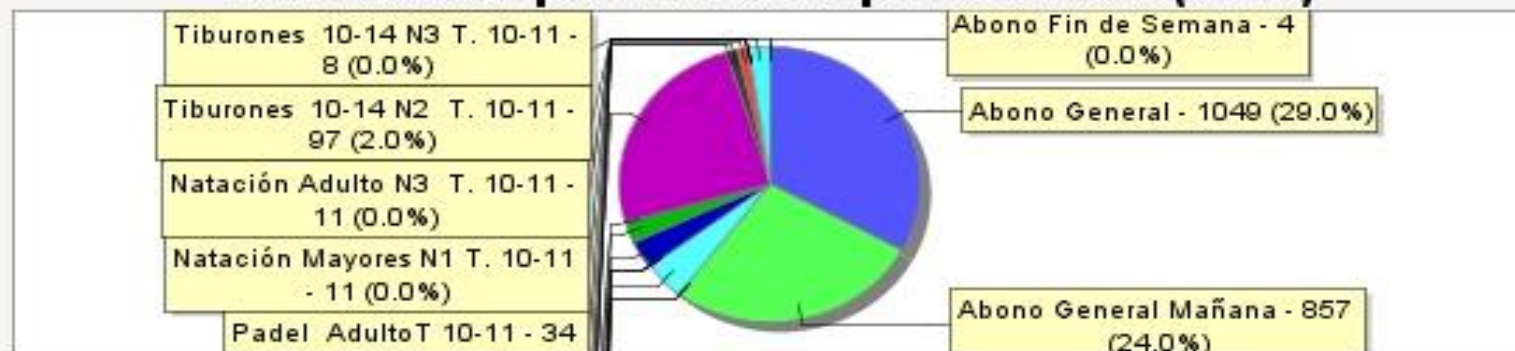
ANTONIO M. GONZÁLEZ

# CARACTERÍSTICAS INSTALACIÓN

- MÁS DE 10.000 m<sup>2</sup>
- DIFERENTES ÁREAS:
  - área Fitness
  - área Wellness
  - centro Termal y Relax
  - pistas de pádel
  - pistas polideportivas
  - centro médico – estético
  - sala de formación
  - ludoteca



## Distribución por Usuarios por Servicio (3515)



- Abono Fin de Semana - 4 (0.0%) ● Abono General - 1049 (29.0%)
- Abono General Mañana - 857 (24.0%) ● ALQUILER TAQUILLAS - 35 (0.0%)
- Aquagym T. 10-11 - 12 (0.0%) ● Boquerones 3-5 N1 T. 10-11 - 175 (4.0%)
- Boquerones 3-5 N2 T. 10-11 - 12 (0.0%) ● Chanquetes 1 T. 10-11 - 18 (0.0%)
- Chanquetes 2 T. 10-11 - 29 (0.0%) ● Delfines 6-9 N1 T. 10-11 - 111 (3.0%)
- Delfines 6-9 N2 T. 10-11 - 80 (2.0%) ● Escuela de espalda T. 10-11 - 33 (0.0%)
- Matricula - 806 (22.0%) ● Matronatación 10-11 - 1 (0.0%)
- Natación Adulto N1 T. 10-11 - 49 (1.0%) ● Natación Adulto N2 T. 10-11 - 56 (1.0%)
- Natación Adulto N3 T. 10-11 - 11 (0.0%) ● Natación Mayores N1 T. 10-11 - 11 (0.0%)
- Padel AdultoT 10-11 - 34 (0.0%) ● Tiburones 10-14 N1 T. 10-11 - 27 (0.0%)
- Tiburones 10-14 N2 T. 10-11 - 97 (2.0%) ● Tiburones 10-14 N3 T. 10-11 - 8 (0.0%)

# CAPTACIÓN DE CLIENTES

- LISTA DE PRE-INSCRITOS
- COLOCACIÓN STAND
- ABONOS CON PRECIOS REDUCIDOS PARA 2º FAMILIARES Y ABONOS FAMILIARES 3 Y 4 MIEMBROS
- CAMPAÑA INICIAL (PRIMERA PROMOCIÓN)
- TARIFAS MUY ATRAYENTES
- EL PROGRAMA DE GESTIÓN NOS FACILITA EL TRABAJO EN LA ELABORACIÓN DE BASE DE DATOS



## ➤ DIFERENTES PROMOCIONES:

- MATRÍCULA GRATUITA
- PROMOCIÓN VERANO
- 50%-60% MATRÍCULA
- REDUCCIÓN MATRÍCULA Y REGALO PARA ABONADO  
(2000 abonados = 2000 posibles comerciales)



## ➤ LA FIGURA DEL COMERCIAL

- ATENDER CITAS Y TODAS LAS INFORMACIONES
- ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
- ENTREGA DE INVITACIONES (Recogida Base de Datos)
- VISITAR EMPRESAS, LOCALES COMERCIALES...
- TODA LA INFORMACIÓN DIRIGIDA A CAPTAR NUEVOS SOCIOS



# FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- ✓ DAR UN SERVICIO DE CALIDAD
- ✓ EL PROGRAMA NOS DA UNA SERIE DE HERRAMIENTAS PARA LA FIDELIZACIÓN
- ✓ PROTOCOLOS INTERNOS
  - \* CUESTIONARIOS DE CALIDAD
  - \* HOJAS DE SUGERENCIAS

( Conseguir la satisfacción del cliente y su fidelización)
- ✓ CLUB DE AMIGOS (VENTAJAS PARA SOCIOS)
- ✓ LLAMADAS TELEFONICAS DE CORTESIA A LOS NUEVOS SOCIOS



- ✓ REALIZAR EVENTOS ESPECIALES
- ✓ OBSEQUIOS ABONADOS MÁS ANTIGUOS Y VIP

## ❖ EN DEFINITIVA

- FOMENTAR LA ACTIVIDAD FÍSICA SALUDABLE Y DE BIENESTAR, INTENTANDO ABARCAR TODO TIPO DE EDADES
- SATISFACER LA DEMANDA EXISTENTE EN ESTE CAMPO
- SER COMPETITIVOS EN EL MERCADO
- FIDELIZAR A LOS CLIENTES

“ LA BUENA ACTUACIÓN DE HOY ES AQUELLA QUE PUEDE MANTENERSE HASTA QUE OTRA MEJOR LA SUPERE Y SUSTITUYA ”

MUCHAS GRACIAS