



A hand is shown dropping coins into a piggy bank. The piggy bank is a stack of white coins. The background is dark blue with a light blue gradient on the left side.

Empleados Felices... ... Clientes Felices

**¿Por qué fidelizar al cliente interno es clave
para conservar a nuestro cliente externo?**

**Conferencias Mercado Fitness
Abril 2009**

De
“Recursos Humanos”
a
“Cliente Interno”



fitness
marketing

Recursos Humanos

Según la Real Academia Española:

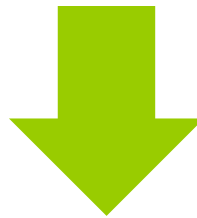
- Medio de cualquier clase que, en caso de necesidad, sirve para conseguir lo que se pretende.
- Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa. *Recursos naturales, hidráulicos, forestales, económicos, humanos.*



fitness
marketing

¿Por qué Cliente Interno?

Cliente es quien acude a nuestra organización a satisfacer una necesidad a través de los productos o servicios que ofrecemos.



Nuestros empleados buscan satisfacer ciertas necesidades en nuestra empresa y a través de los procesos que desarrollan satisfacen sus necesidades y brindan servicio a nuestro cliente externo.



fitness
marketing

Hablar de Cliente Interno es...

- Pensar... “Mis empleados deben tratar a los clientes, como yo los trato a ellos”.
- Reconocer... al trabajador como el principal activo de la empresa, no como un costo.



Hablar de Cliente Interno es...

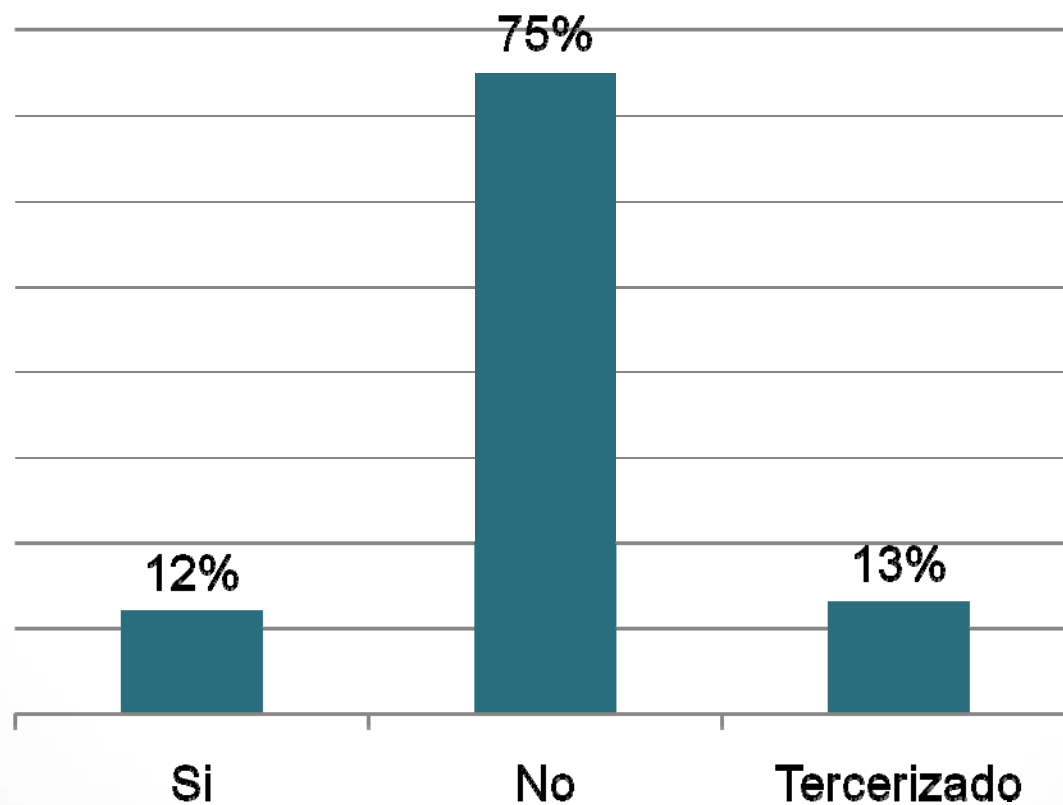
- Estar dispuestos a ...fidelizar al empleado reconociendo su valor y su posición dentro de la empresa.
- Cambiar la mentalidad... de: “Todos me sirven a mí” por : “Ahora yo como jefe debo servir a mis empleados dándoles herramientas que faciliten y mejoren su trabajo”

¿Qué pasa en los gimnasios?



fitness
marketing

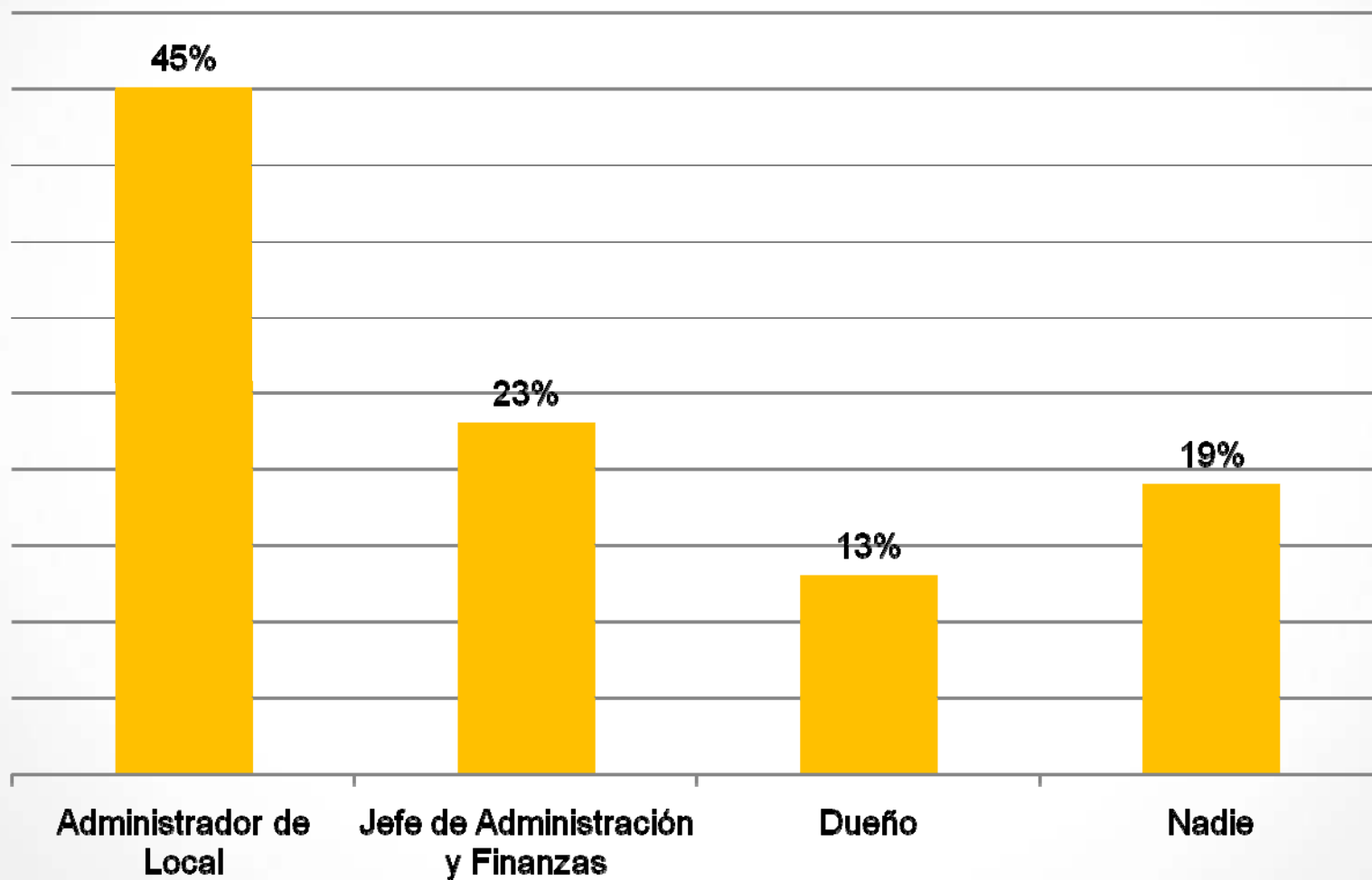
¿Tiene un Jefe de RRHH?





fitness
marketing

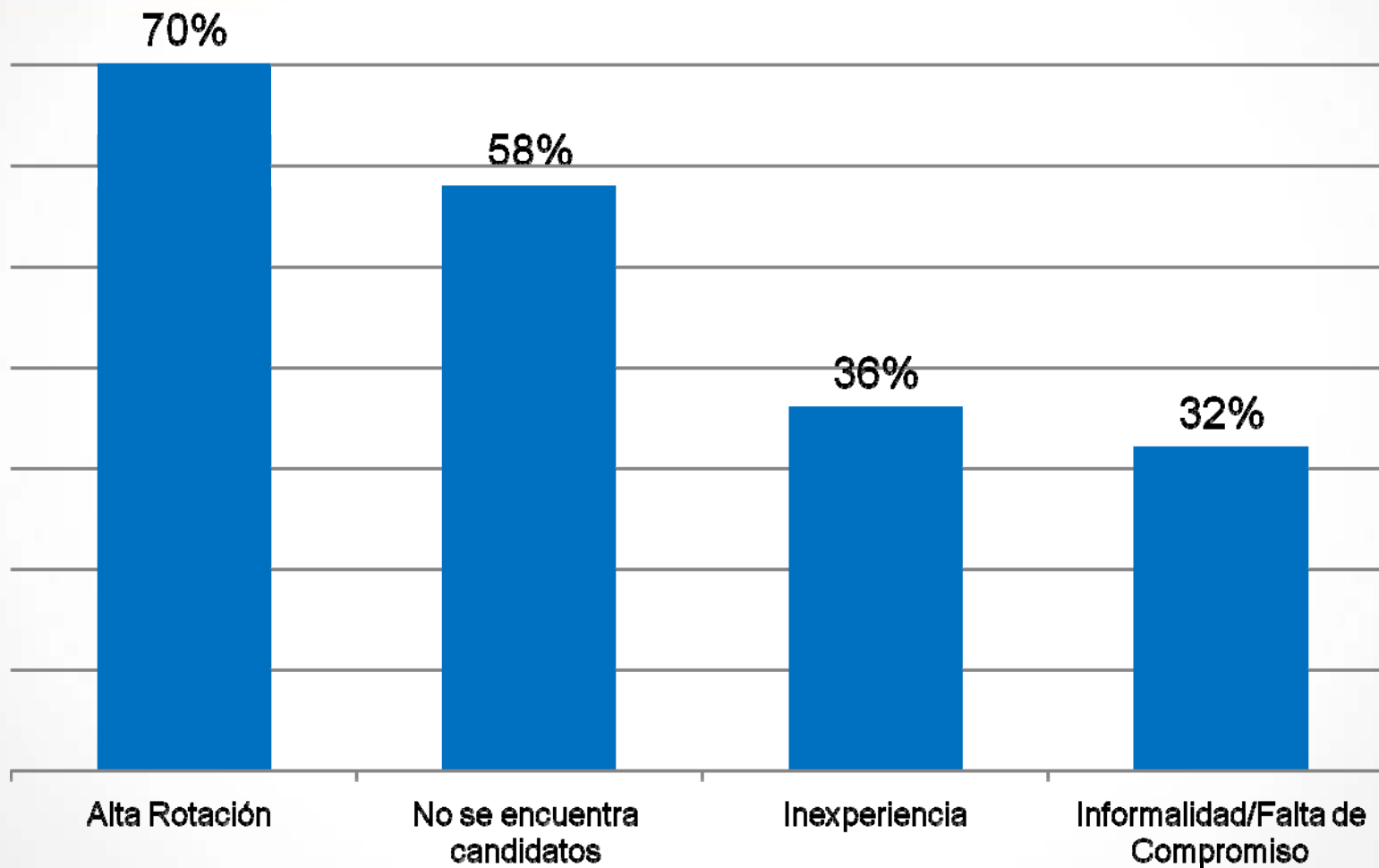
¿Quién desempeña las funciones?





fitness
marketing

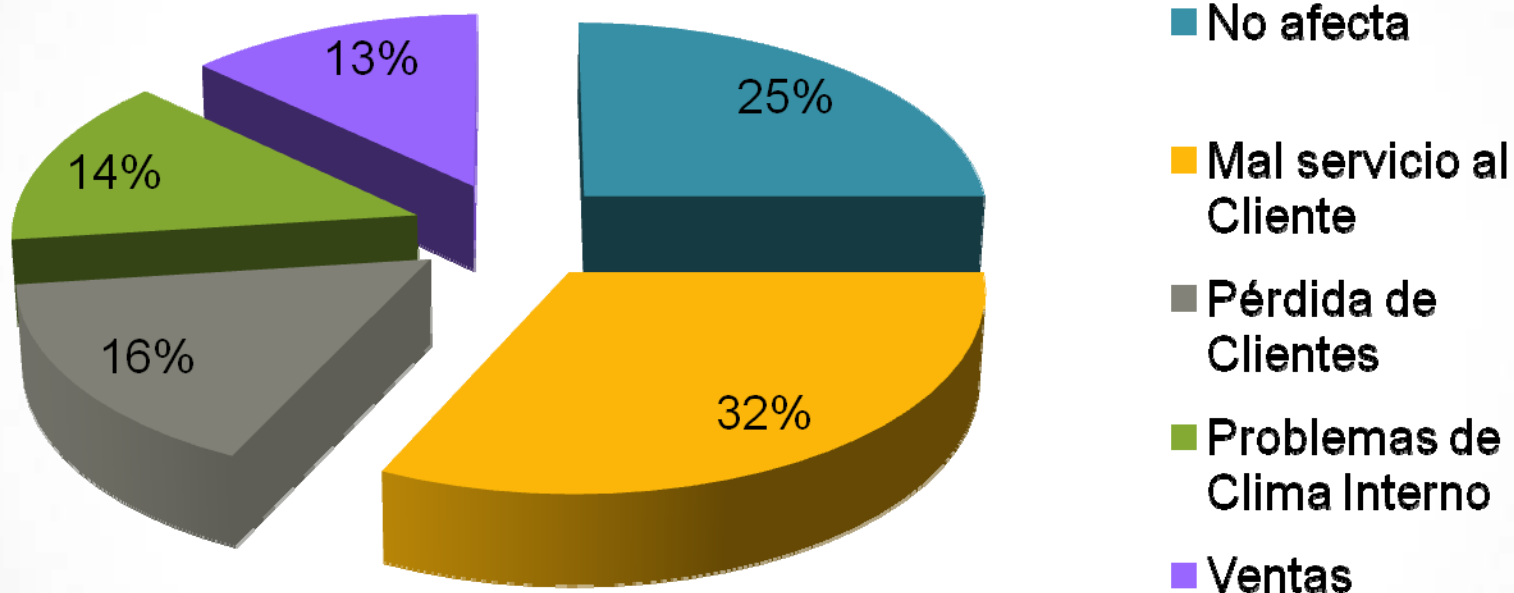
Principales Problemas





fitness
marketing

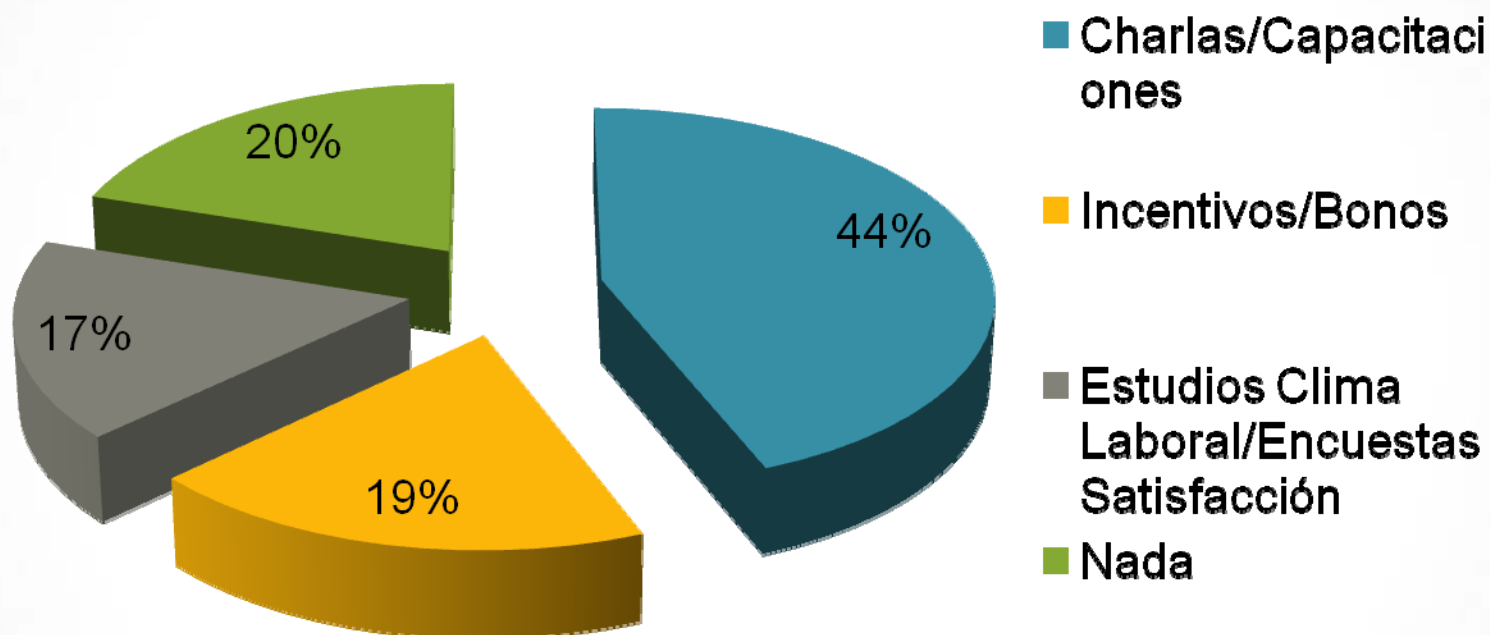
¿Como afecta esto a la Empresa?





fitness
marketing

¿Qué hacen los Gimnasios?





fitness
marketing

Lo más importante

Planilla = 30% de los costos

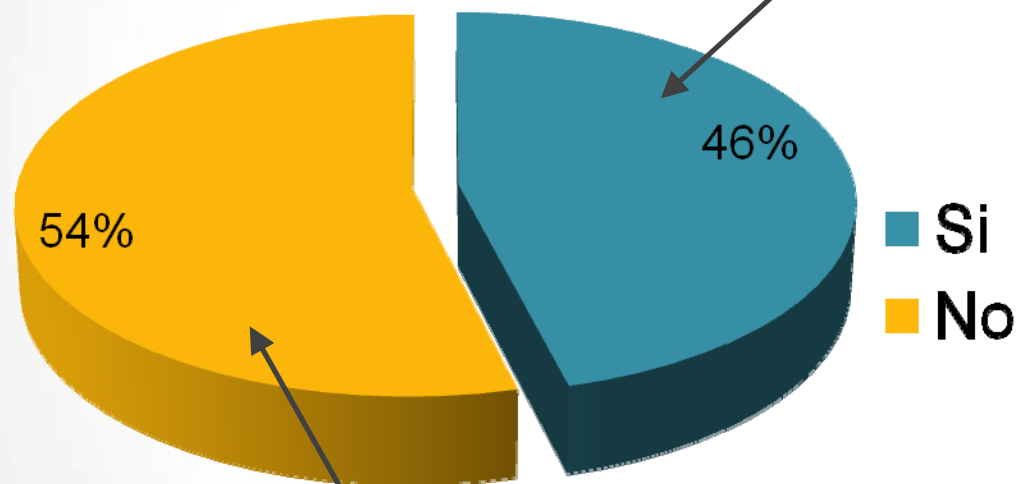
**100% de las Ventas dependen
de los RR.HH.**

¿Qué opina el cliente interno?



fitness
marketing

Satisfecho con su trabajo?



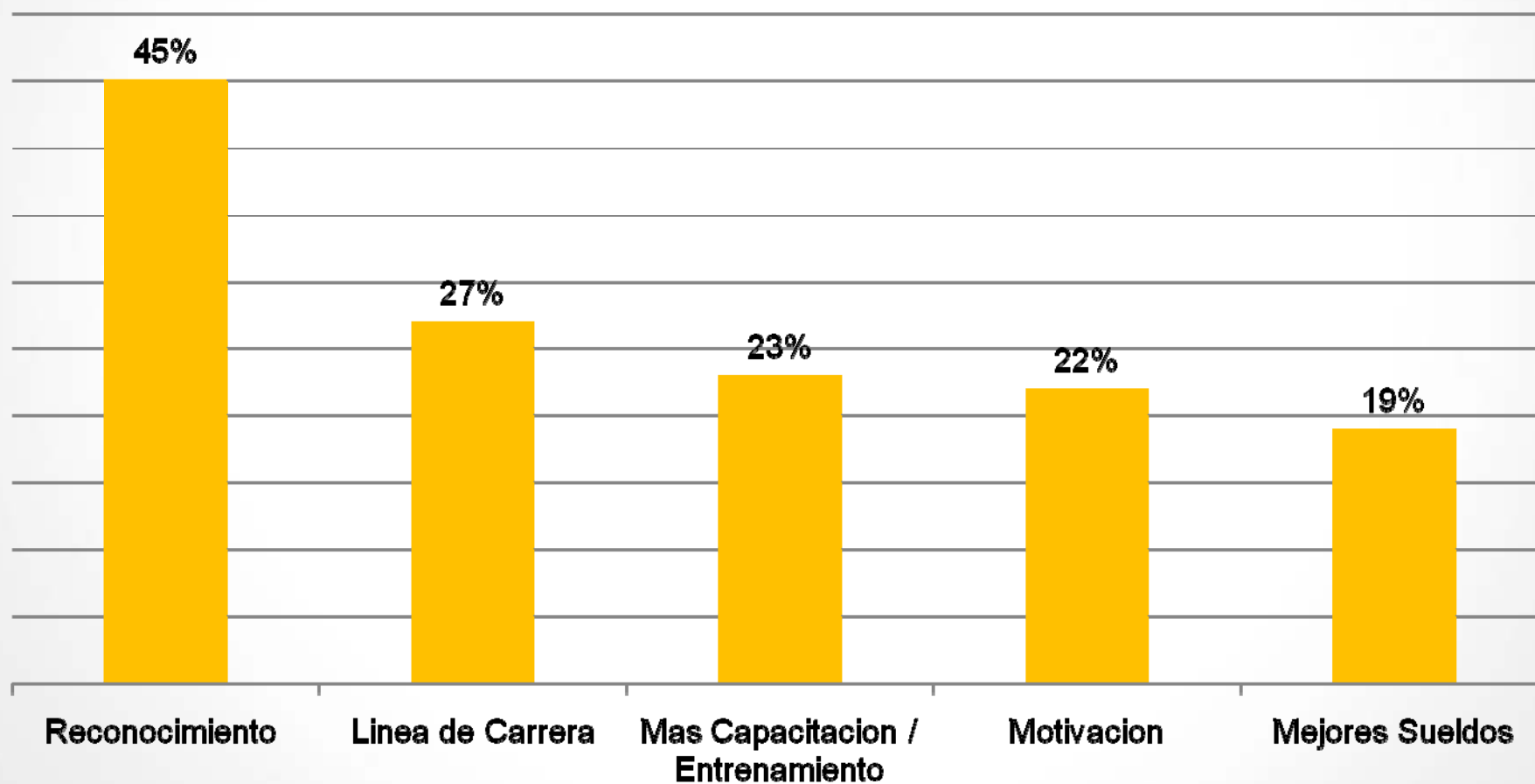
- Al 80% Instructores de Clases Grupales
- Al 40% Entrenadores de Campo

- Al 50% Ventas
- Al 70% Atención al Cliente



fitness
marketing

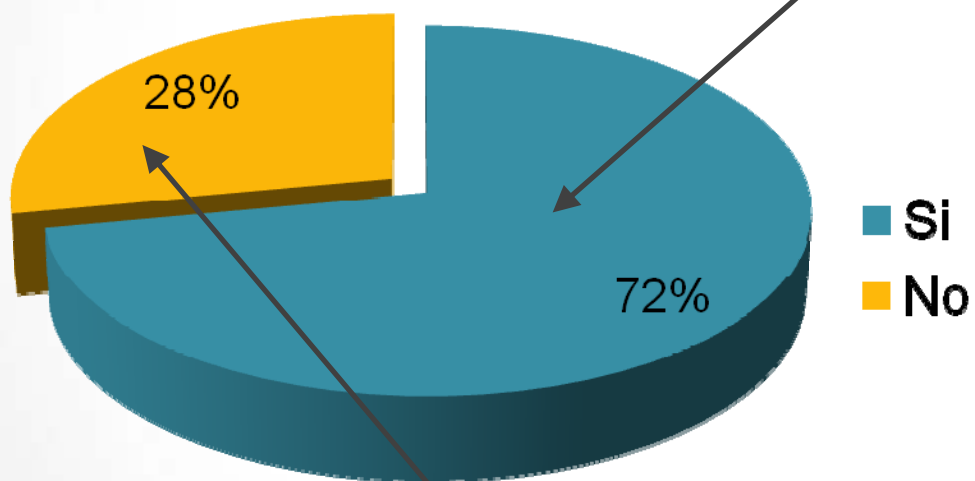
¿Qué Necesita para sentirse Mejor?





fitness
marketing

Influye en los resultados de la Empresa



- 65% Reconoce que actualmente lo hace de forma negativa

- 80% Cree que su función no tiene que ver con la atención al cliente



¿Qué pasa cuando el cliente interno no está satisfecho?:

- ✓ Brinda un mal servicio al cliente externo
- ✓ No se entrega al 100% en sus funciones
- ✓ Habla mal de la empresa
- ✓ Abandona el puesto en cuanto tiene una mejor propuesta económica
- ✓ No ayuda a comunicar información de interés para la Empresa
- ✓ No genera referidos



fitness
marketing

¿Por qué fidelizar al Cliente Interno?

**Porque Nuestro Equipo de
Trabajadores es el Embajador
de la Marca**

**¿Qué debemos hacer con el
Cliente Interno?**



1. Tener un responsable de RRHH

- Alguien que :
 - ✓ Aterrice la misión y valores a cada equipo y puesto de trabajo
 - ✓ Capacite para su ejecución
 - ✓ Vele por el cumplimiento de las tareas



fitness
marketing

No le quitemos valor a la Función con el rol antiguo

- Reporta al Director de Finanzas o Administración.
- Le “encargan” la Empresa cuando en Director General sale de Viaje.
- Está a cargo de los servicios generales de la Empresa.
- Organiza las reuniones, sesiones de planeamiento, agasajos de fin de año y se encarga de los “discursos”.



fitness
marketing

No le quitamos valor a la Función con el rol antiguo

- Cuando se presentan crisis es el primero al que le piden ajustes.
- Es el “planillero” de la empresa



fitness
marketing

¿Cómo debería funcionar RRHH?

- Reportar directamente a Gerencia General o a los dueños.
- Participar en las reuniones de Directorio.
- Contar con mayor asignación presupuestal.



fitness
marketing

¿Cómo debería funcionar RRHH?

- Participar directamente del establecimiento de objetivos de la Empresa, metas por áreas y sistema de reconocimientos.
- Participar de las reuniones de costos y ventas.



fitness
marketing

2. Marketing y RRHH deben trabajar juntos

- Esfuerzos de Marketing deben coordinarse con RRHH para fidelizar a los empleados.
- Los empleados deben “comprar” las ideas y proyectos de Marketing antes que los clientes.
- Los empleados deben apasionarse por la marca.
- Los empleados deben ser los principales difusores de los esfuerzos de marketing y publicidad.



3. Aterrizar los la Misión de la Empresa

En cada área de acuerdo a sus funciones:

- ✓ Procesos de Servicio : apoyo al core business.
- ✓ Procesos de Negocio : core business.
- ✓ Procesos de soporte : parte administrativa.



4. Definir Perfiles y Funciones del puesto

- El puesto es la unidad de la organización:
 - ✓ Definir misión (alineada con la misión de la Empresa).
 - ✓ Definir Función.
 - ✓ Definir Tareas.
 - ✓ Definir herramientas con las que debe contar.
 - ✓ Definir Nivel de Formación, Habilidades y Competencias .
 - ✓ Definir sistema de medición de resultados.



fitness
marketing

4. Definir Perfiles y Funciones del puesto

- Debemos ofrecer una base estructurada sin la cual por más motivación, actitud y compromiso que se tenga no se logra nada.



5. Selección de Personal

- Bolsas de Trabajo
- Fuentes Internas de Generación de candidatos
- Tener Claras las características indispensables para el perfil de la Empresa.

No podemos contratar a alguien en el gimnasio que no practique deportes o no le guste entrenar.



Competencias

- Conocimientos y habilidades que generen valor al negocio
- Actitudes o aptitudes no son suficientes...debemos evaluar competencias
 - ✓ Identificar aquellas que se derivan de los valores que tiene la empresa
 - ✓ Competencias que tienen relación con el nivel de la organización
 - ✓ Conocimientos técnicos actualizados



fitness
marketing

5. Selección de Personal

**En nuestro rubro son
indispensables la vocación de
servicio y las habilidades de
comunicación**



Inteligencia Emocional

- La capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los ajenos, motivarnos y de manejar bien las emociones, en nosotros mismos y en nuestras relaciones.
- La excelencia depende más de las competencias emocionales que de las capacidades cognitivas.
 - ✓ Empatía
 - ✓ Autodisciplina
 - ✓ Iniciativa



fitness
marketing

6. Inducción

¿Cómo me pueden querer si no me conocen?



fitness
marketing

7. Capacitación

- Conocimiento Técnico Indispensable para realizar sus funciones :
 - ✓ Sistemas
 - ✓ Procedimientos
 - ✓ Organización
 - ✓ Proveedores
 - ✓ Personas Clave dentro de la Empresa
- No solo al inicio debe ser permanente y en diversos temas.



fitness
marketing

8. Entrenamiento

- Vamos a hacer las cosas juntos....
- Utilizar a los mejores ejemplos y “best practices”.
- Shadowing.



9. Supervisión y Evaluación

- El ser humano necesita sentirse supervisado... medido.
- Verificar las herramientas con la que cuentan los empleados.
- Establecer parámetros y criterios objetivos de medición.
- Dar un feedback periódico.





10. Reconocimiento por los resultados

- Es inherente al ser humano la necesidad de ser reconocidos:
 - ✓ Premiar los buenos resultados.
 - ✓ “Castigar” los malos resultados o malas practicas.

Las reglas deben ser claras y comunicadas con suficiente anticipación



¿Cómo Fidelizar?



fitness
marketing

Identificar Motivaciones grupales y personales

- Personal de atención al cliente
- Entrenadores de campo
- Instructores de Clases Grupales
- Vendedores
- Personal de Staff



fitness
marketing

Personal de Atención al Cliente

- Rotación de Horarios/ Puestos
- Tareas de Supervisión / Reportes
- Responsables de las Encuestas
- Responsables de Proyectos Especiales
- % de Bono de reconocimiento por retención e inscripción de cliente en la primera visita.



fitness
marketing

Entrenadores de Campo

- Rotación de Horarios
- PT debe ser un reconocimiento para los mejores entrenadores
- Responsables de proyectos de desarrollo de nuevos programas o productos
- % de participación de bono de retención



Instructores de Clases Grupales

- Horarios estelares deben ser “premios”
- Escalafón de Tarifas por hora de acuerdo a formación y evaluación ▶
- Responsables de proyectos de desarrollo de nuevos programas o productos
- Reconocimientos periódicos y premios como cursos de capacitación, ropa y accesorios para sus clases.



fitness
marketing

Vendedores

- Responsables del análisis de las ventas y estadísticas de prospectos
- Capacitación en programas de entrenamiento, nutrición, marketing
- Ofrecer una línea de carrea clara



fitness
marketing

Personal de Staff

- Concursos para mejorar su estado físico (y obligarlos a entrenar)
- Premios a las mejores sugerencias o planes de mejora en los locales
- % de bono de ventas de acuerdo a importancia del área

En resumen



fitness
marketing

- El Cliente no depende de nosotros ... nosotros dependemos de él.
- El Cliente es siempre la persona más importante en esta oficina ... en persona, por teléfono o por correo.
- El Cliente no es una interrupción en nuestra labor ... él es el propósito de la misma. No estamos haciéndole un favor ... es el cliente quien nos hace un favor al darnos la oportunidad de servirle.
- El Cliente es una persona que nos trae su deseos y aspiraciones. Es nuestro trabajo convertirlos en realidad con beneficio para él y para nosotros.



Kárem Pezúa D.
Fitness Marketing
karempesua@yahoo.com

Gracias!

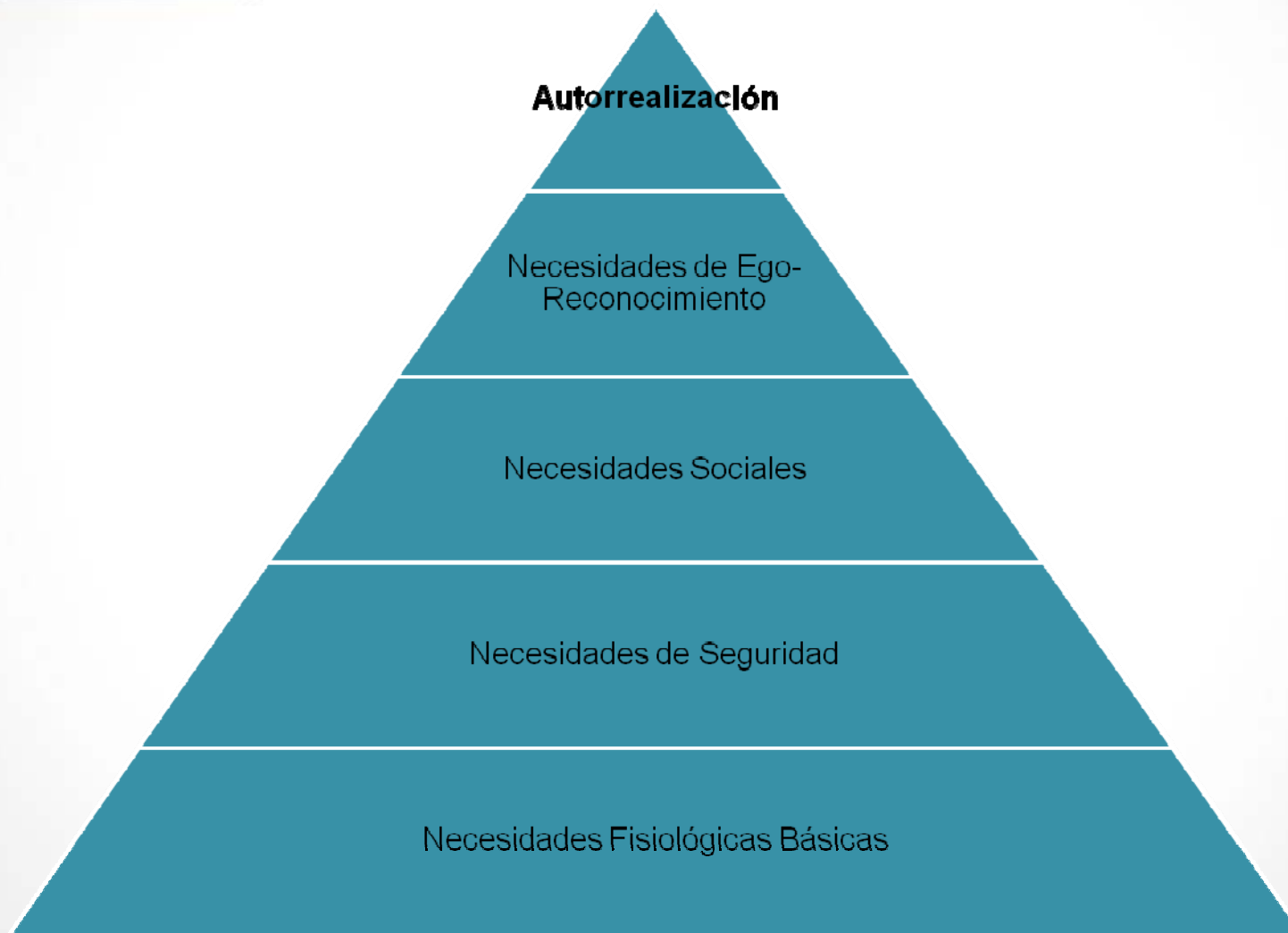


Anexos



fitness
marketing

Jerarquía de las Necesidades



ASPECTOS A EVALUAR	CALIFICACIÓN				
	1	2	3	4	5
1. Presencia e Imagen :					
•Reflejar una buena condición y estado físico					
•Uso de vestimenta adecuada para la disciplina					
•Orden en el cabello, barba u otro uso de accesorios					
•Adecuada proyección como líder en la clase					
•Facilidad para el manejo del grupo					
2. Comunicación con el Grupo :					
•Riqueza en la expresión e indicaciones verbales (uso de micrófono)					
•Uso de recursos no verbales para hacer indicaciones					
•Contacto visual con los alumnos					
•Comunicación 1 a 1 cuando el alumno lo requiere (correcciones)					
3. Técnica del Ejercicio:					
•Implecable ejecución de los ejercicios como modelo a seguir					
•Brinda explicaciones técnicas a los alumnos para la correcta ejecución de los ejercicios					
•Correcto uso de la velocidad de la música (si afecta o no la correcta ejecución del ejercicio)					
•Correcta selección de ejercicios de acuerdo a nivel del grupo					
4. Vocación de Servicio :					
•Puntualidad al iniciar y finalizar la clase					
•Saludo y despedida del grupo					
•Trato que brinda a los alumnos en general					
•Brinda atención especial a alumnos nuevos					
•Adapta la clase a alumnos especiales en caso de ser necesario					
•Brinda Información sobre temas relacionados con el entrenamiento, nutrición y otros temas de interés					

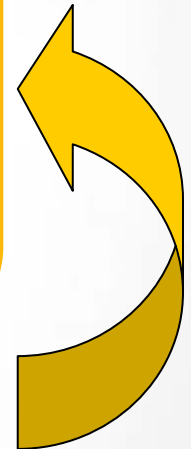
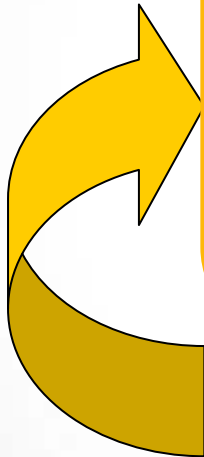




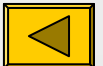
fitness
marketing

Aspectos Básicos del Servicio

- Cliente Interno
- **Procedimientos**
- **Cliente Externo**
- **Investigación de Mercado**



**Tecnología y Sistemas
de Información**





fitness
marketing

¿Qué Opinan los Clientes?

La insatisfacción en el cliente se origina por fallas en los aspectos básicos del servicio.

