

# Guía de IHRSA para Personal Training



**Jacqueline Antunes**  
**Gerente Senior Latinoamérica**

# Introducción & Background

- **Jacqueline Antunes**

Gerente Senior Latinoamérica

IHRSA – International Health, Racquet & Sportsclub Association

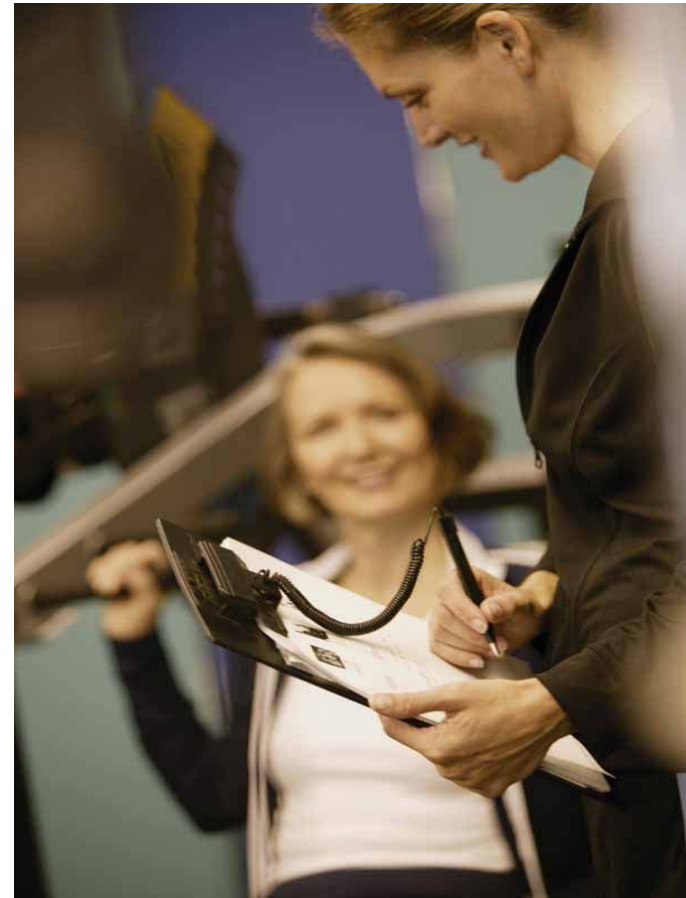
- **Guías de IHRSA**

- . Guía de IHRSA para la Retención de Socios
- . Guía de IHRSA para la Financiación Bancaria
- . Guía de IHRSA para Generar Beneficios a través de la Tecnología
- . Guía de IHRSA de la Limpieza del Gimnasio
- . Otros



# Personal Training

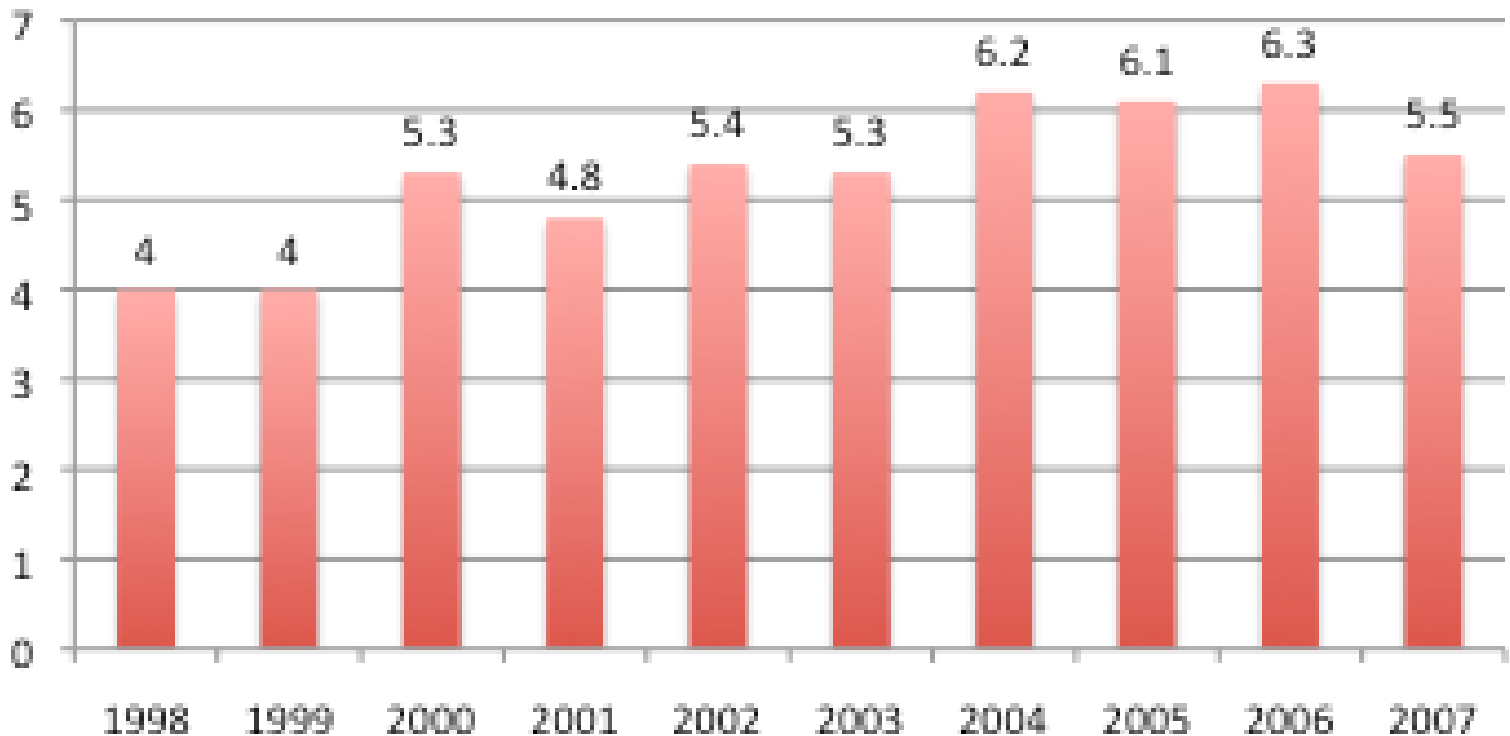
- En la última década el personal training se ha vuelto muy importante.
- En 1999, 4 millones de estadounidenses estaban utilizando personal trainers.
- Desde 2004, ese número está próximo a 6 millones.



Fuente: IHRSA/ASD The National Survey of Personal Training Usage 2007

El número de personas que usan personal trainers se ha estabilizado en los EE.UU. Esto puede ser debido a que muchos gimnasios no han aprovechado plenamente todos los miembros que ya tienen.

## # of Personal Trainer Clients (millions)



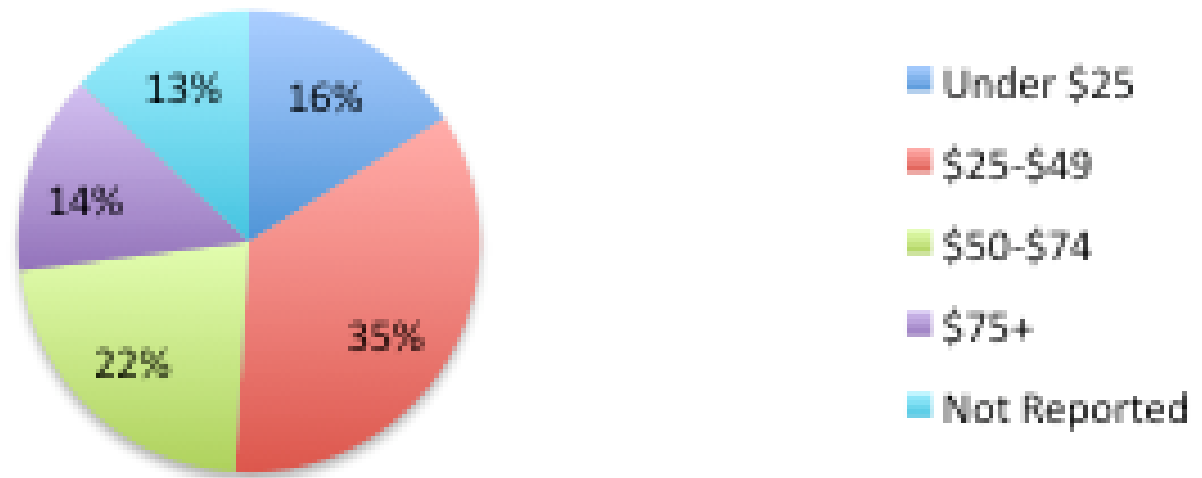
# Gimnasios Responden a la Demanda de Personal Training

- Es el entrenamiento más comúnmente ofrecido en el programa de salud en los gimnasios – 91%
- Más del 50% de los gimnasios dicen que es uno de sus 5 programas más rentables
- Personal training puede ser la mayor fuente de ingresos – 10 a 15% del total de los ingresos o más!

“70% de nuestros ingresos provienen de fuentes extras, no de las cuotas, y el personal trainer es una parte importante de eso”. Brent Darden, GM de Telos Fitness Center, Dallas, TX, EE.UU.

36% de los clientes de personal training se han mostrado dispuestos a pagar más de US\$50.00 por sesión, valor que probablemente disminuirá.

## Personal Trainer Users Fee Paid Per Session (Average=\$43.78)



# Dos maneras de disminuir los precios: grupos pequeños y sesiones más cortas

- Creciente énfasis en la cohesión del grupo – 2 personas que comparten las sesiones de personal training (86%)
- Personal training en grupos pequeños (3 a 5 personas) tuvo un salto impresionante:  
2007 – 44%  
2008 – 58%,

Source: 2008 IDEA Health & Fitness  
Association Programs & Equipment Survey



# Perfil de las Personas que Utilizan Personal Trainers

- Miembros del gimnasio (69%)
- Mujeres (57%)
- Alto nivel de educación (63% con título de grado y 23% con título de posgrado)
- Salario Anual (53% tenían ingresos familiares de US\$ 100.000)
- Miembro por mucho tiempo
- Personas que pagan más de US\$25/mes de cuotas mensuales tienen el doble de probabilidades de usar personal training.

Aunque es importante abordar a las personas que tienen más probabilidades de contratar a un personal trainer, recuerda que aquellos que no se ajustan a este perfil son un mercado sin explotar a la espera de ser ganado.



# Personal Training Aumenta la Retención

- Personal training es una herramienta de éxito para retener a los recién llegados.
- El vínculo entre el cliente y el entrenador está ayudando a los gimnasios en tiempos de recesión económica.

“Hay un vínculo que se forma entre el cliente y el entrenador”, dice Drew Shipp, co-propietario de la HiFi Fitness en Chicago, IL. “Es mucho más difícil de romper la amistad que cambiar de gimnasio.”

## El mejor lugar para buscar prospectos de personal training son las personas que ya se conocen.

- Sólo unos pocos gimnasios han aprovechado el máximo del potencial de sus miembros - la mayoría tiene el 3% de miembros que utilizan los servicios de personal training.
- Con algunos cambios en la forma en que el programa es implementado y comercializado, las tasas pueden superar el 10% - triplicando el lucro con servicio de personal training.
- Casi todos estos cambios se pueden hacer sin ningún incremento de gastos.

# Programas Sugeridos y Consideraciones



# OBTENGA AL MEJOR

Asegúrese de tener los mejores entrenadores que puede conseguir y decir a sus miembros lo bueno que son.

A quién buscar:

- Personas con una combinación de certificación actualizadas, experiencia en gimnasios y con clientes.
- Buenos oyentes
- Personas con lenguaje corporal positivo.
- Personas que produzcan resultados con todos los diferentes tipos de miembros

# REGALE

- Ofrezca sesiones libres de personal training para nuevos miembros
- Proporcione 1 o 2 sesiones complementarias a los miembros actuales.
- Cree relaciones con los clientes y saber qué otra cosa ellos utilizan en el gimnasio como: spa, piscina, tenis, cuidado de los niños y considere darles cupones para gastar en estos departamentos.

# CONSTRUYA ALIANZAS

- Establezca contacto con proveedores de servicios de salud para desarrollar planes de personal training.
- Algunos médicos pueden estar interesados en trabajar con el gimnasio para crear programas específicos para sus pacientes y/o los miembros.
- Conéctese con las compañías de seguros de salud para ver qué beneficios pueden crear entre el gimnasio, el entrenador y las compañías de seguros.

# HAGA DIFERENTE

- No ofrezca el mismo tipo de entrenamiento que sus competidores.
- Adapte sus programas de personal training a las necesidades de sus miembros.
- Sesiones cortas para miembros que entrenen antes de ir al trabajo.
- Sea el mejor lugar para el post-parto.
- Desarrolle entrenamientos para miembros mayores, etc

# SALGA DEL GIMNASIO

- El entrenamiento en la casa, al aire libre y en el agua son cada vez más populares.
- Re-enfoque los miembros que utilizan personal training en el gimnasio.
- Obtenga la exposición fuera de las cuatro paredes del gimnasio.
- Utilice parques cercanos y obtenga clientes en potencial.

# TENDENCIAS



# Pague Bien a sus Personal Trainers

- Ofrezca salarios competitivos.
- Personal trainers calificados mantienen a los clientes actuales y atraen nuevos negocios.
- Pague un salario justo de acuerdo con la experiencia (educación, certificación, número de horas de trabajo con clientes, etc).
- Considere la posibilidad de pagar un salario en lugar de sesiones.
- Ofrezca premios de acuerdo a la performance.
- Otorgue cursos de educación continua.
- Ofrezca planes de carrera a través del aumento de responsabilidad (gerencia)

# Trabajo en Equipo

- Desarrolle programas donde el personal trainer trabaja en conjunto con médicos y nutricionistas.
- Estos programas pueden ayudar a los pacientes / clientes: con ejercicios más inteligentes, recuperación más rápida de una enfermedad, cirugía o lesión y las precauciones para prevenir las enfermedades crónicas.
- Algunos gimnasios se han comenzado a llamar “Entrenadores del Bien-Estar” para reflejar un comportamiento positivo.
- Busque entrenadores que hayan completado cursos en orientación nutricional.

# Grupos Pequeños

- Reducen la barrera de costo para los clientes que desean personal training, pero con presupuesto controlado.
- Clientes que tienen recursos económicos, quieren probar el servicio de personal trainer, pero no quieren hacerlo solos.
- Socios tienen más probabilidades de mantener las citas con su personal trainer.
- Los grupos son en general de 2 a 5 clientes.
- Grupos podrían ser "temáticos", o sea, mamás, embarazadas, personas mayores, personas recuperadas de cancer, etc.
- 77% de las sesiones de grupo fueron con 2 clientes y un 44% de grupos con 3 a 5 clientes.
- La mayor rentabilidad de las sesiones se puede utilizar para pagar una tasa más elevada a los personal trainers, lo que los mantiene felices, también.



Económico

# Personal Training a Domicilio

- ¡Piense fuera del gimnasio!
- La agenda de los clientes no les permite asistir a un gimnasio con regularidad.
- Los clientes pueden no querer unirse al gimnasio, pero desean utilizar un personal trainer.
- Ofrezca servicios a domicilio y logre una tarifa adicional.



Económico

# Personal Training al Aire Libre

- Ofrecer sesiones al aire libre reduce el tedio.
- Es un nuevo desafío para sus miembros.
- Gran herramienta de marketing para captar espectadores.
- 60% de los gimnasios ofrecen sesiones de personal training al aire libre y el 30% ofrecen un camping (2004 – 16%)



# Personal Training Acuático

- Si tiene una piscina, utilicela para entrenamiento acuático.
- Pruebe uno a uno o en pequeños grupos.
- Proporciona ejercicios de bajo impacto.
- Atractivo para los miembros mayores, los miembros con una lesión y atletas en busca de aumentar su tiempo de entrenamiento, sin riesgo de lesiones.
- Ventaja competitiva que puede generar nuevos negocios.



Económico

# Reducción del período de sesiones de entrenamiento

- Sesiones que se ofrecen sólo 30-45 min. de duración, frente a 60 min.
- Producen los mismos excelentes resultados de una sesión más larga de trabajo debido a una mayor intensidad y puede tener múltiples sesiones por semana.
- Reducción del período de sesiones puede encajar mejor en la agenda de los clientes.

# Personal Training Mensual

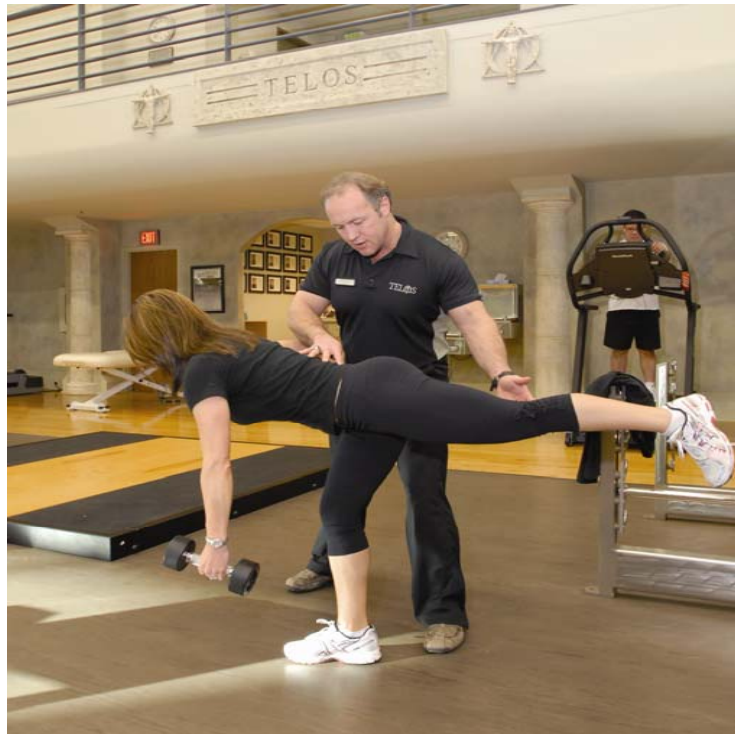
- Venta de paquete de sesiones (mínimo 1 sesión a 31 sesiones) por una cuota mensual
- Débito bancario automático
- Programa no para todos los miembros, pero podría ser una buena opción para los más interesados
- Servicio de personal trainer para no-miembros del gimnasio.

# Evaluación Física Constante

- Evaluación física tiene un papel crucial en la eficacia del entrenamiento.
- Debe reevaluar a los clientes para determinar los niveles de mejoría.
- Las evaluaciones deben ser creadas para ayudar a responder las siguientes preguntas:
  - ¿Qué necesita ser cambiado en el programa de actividad física?
  - ¿Qué va a motivar al cliente?

# Casos de Estudios

5 ejemplos concretos de cómo hacer programas de personal training exitosos



# 1. Explorar lo que es Único Acerca de su Area

- **Boston Racquet Club:** Squash es el principal deporte del club y es el principal generador de personas interesadas en personal training.
- El personal training ayuda a dar ventaja competitiva al cliente o ayuda a volver a la cancha cuando suceden lesiones.
- Regala 2 sesiones gratuitas con un personal trainer a todos los miembros cuando empiezan.
- Compatibiliza la personalidad de los miembros con la personalidad del personal trainer.
- Controla el trabajo del personal trainer – en una hoja de control anota todos los días y sabe todo sobre el cliente, frecuencia, actividades, etc

## 2. Marketing Interno

- **Healthworks** (Cadena de gimnasios sólo para mujeres en Boston, MA), todos los empleados del club son personal trainers . Cada gimnasio tiene entre 10 y 15 personal trainers todo el tiempo
- Usa testimonios y los distribuye en toda forma posible: Web site, via correo electrónico, pósters.
- Los personal trainers ofrecen demostraciones, workshops y conducen grupos de entrenamiento.
- Importante para el seguimiento de los miembros, y para responder a todas las preguntas.
- Personal trainers deben ser competentes y felices. 😊

### 3. Conviértase en un Servicio de Apoyo

- **HiFi Fitness** en Chicago sólo proporciona las instalaciones, los personal trainers hacen todo el resto.
- 10.000 sq ft. = 1.000 m<sup>2</sup>
- Personal trainers pagan una tasa por hora de US\$20.00 para el gimnasio y obtienen a cambio el acceso a la parte superior de la línea de las instalaciones y el equipo.
- Hoy tienen 115 a 120 personal trainers utilizando el gimnasio.
- Personal trainers deben mostrar prueba de seguro
- HiFi no hace ninguna publicidad.
- Éxito debido a la ubicación del área metropolitana con muchos gimnasios, entrenadores y clientes.

## 4. Hacer del Personal Training el Centro de Atención de toda la Instalación

- La mayoría de los gimnasios ven a los personal trainers como un departamento esencial para los negocios
- **Telos Fitness Center** en Dallas, TX trata al personal training como la actividad principal: 60-70% de los ingresos no provienen de las cuotas y el personal training es una gran parte del porcentaje.
- Las instalaciones se concentran en los personal trainers mas que en cualquier otra cosa.
- Proveen a los clientes la experiencia de como si ellos estuvieran en un pequeño estudio.
- Pagan para los principales personal trainers: universidad, educación continua y entrenamiento interno.

# Hacer del Personal Training el Centro de Atención de toda la Instalación (cont.)

- Lo que los gimnasios necesitan tener para un programa de personal training exitoso es:
  - Localización - Usted tiene que estar en un lugar que tenga suficientes ingresos para gastar en personal training.
  - Instalación de primera clase - Personal training aquí esta en nivel de lujo. Usted no puede vender lujo en lugares de bajo niveles económicos.
  - Todas las operaciones de comercialización tienen que ser orientadas – en todos los formatos de publicidad impresos u online, siempre se debe resaltar la calidad de los personal trainers.

## 5. Hacer la Demografía Trabajar para Usted

- Adaptaron sus programas e instalaciones a un determinado grupo demográfico.
- **Mont Auburn Club, MA** – Personal training para el baby boomer plus (55+ años) - necesidad de sentirse mejor y mas seguros.
- Los grupos de sesiones de personal trainer son estandares para servir a la necesidad de socialización.
- Miembros reciben 3 sesiones de entrenamiento gratis, 2 individuales y 1 en un grupo - en general en la primera semana.
- El personal trainer (también 55+ años) es contratado a fin de reflejar la adhesión.

# Sumario

- Hay programas de personal training para todas las formas y tamaños. Evalúe donde su gimnasio está hoy y a donde le gustaría llegar.
- Personal Training está aquí para quedarse y abrazar los miembros que demuestren interés en tener éxito
- Escuche a sus miembros y a su comunidad y refleje esas necesidades en su gimnasio.

Muchas Gracias!



Jacqueline Antunes  
ja@ihrsa.org