



GUÍA DEL EVENTO UNITED

La mayor campaña del año para fidelizar a tus clientes



CREA TU PLAN: 6 SEMANAS PREEVENTO

PRIORIDAD: ELIGE TU FORMATO

Tus clientes tienen una gran conexión con su grupo de entreno, tanto dentro como fuera del club. Elige el formato de evento que se adapte mejor a tu instalación: presencial o en streaming.

No todos los eventos tienen porqué ser presenciales. Un evento online te permite seguir ofreciéndole a tus clientes la oportunidad de entrenar donde y cuando lo necesiten y te da la flexibilidad que necesitas para seguir adelante ante estos tiempos difíciles.

CONSEJO

Para crear el horario perfecto, hazlo muy similar al que ya tenías para que los socios lo interpreten fácilmente. Estructura tus clases siguiendo tu horario, solo tendrás que realizar algunos ajustes.

Considera utilizar los formatos exprés, dale un nuevo aire a la sala de AFG, o programa más entrenamientos al aire libre para que parezcan programas totalmente nuevos y emocionantes.

¡Con esto ganarás tiempo para hacer promoción y crear expectación hasta el día del evento!

CHECKLIST

ESTABLECER UNOS OBJETIVOS + CREAR UN PLAN

LLUVIA DE IDEAS CON TU EQUIPO

REUNIÓN CON TUS INSTRUCTORES

COMPROBAR EL ESPACIO DISPONIBLE + CREAR UN PLAN PARA APROVECHARLO AL MÁXIMO

BRIEF Y DELEGAR TAREAS

ASISTIR AL RECICLAJE + DESCARGAR TU COREOGRAFÍA UNITED

CREAR UN CALENDARIO

CREAR EL HORARIO PERFECTO



PROMOCIÓN - 4 SEMANAS PREEVENTO

RECURSOS PERSONALIZABLES →

PRIORIDAD: GANAR COMO EQUIPO

Una encuesta realizada después del confinamiento ha revelado que el **45 % de los socios** echan en falta más motivación por parte de su club y sus instructores*.

Trabaja con tu equipo para promocionar el evento y atraer a las multitudes.

Los instructores son tus mayores promotores, ya que los socios suelen ser más leales a su instructor que a su club. Un gran instructor por sí solo puede atraer y fidelizar a cientos de socios a tu club, un buen equipo puede transformar el futuro del club por completo.

CONSEJO

Los eventos son una gran oportunidad para que el instructor desarrolle sus habilidades y sus competencias.

Invita a los nuevos instructores a participar en la clase como sombra del instructor o a que impartan la clase entera para que mejoren sus competencias y así reforzar la cultura de equipo en tu club.

CHECKLIST

COMPLETAR TU ESTRATEGIA DE MARKETING + PLAN DE PROMOCIÓN

PREPARAR LA ESTRATEGIA DE MARKETING

AÑADIR TU LOGO AL MATERIAL DE MARKETING UNITED

ACTUALIZAR TU SITIO WEB CON LOS DATOS DEL EVENTO

INVITAR A TUS SOCIOS

PROMOCIONAR TU EVENTO

REUNIÓN CON LOS INSTRUCTORES + PUBLICAR EL EVENTO EN REDES SOCIALES

PREPARAR CON TU EQUIPO LAS POSIBLES DUDAS DE LOS ASISTENTES + ANOTAR

HABLAR DEL EVENTO DURANTE LAS CLASES

INVITAR A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



EL DÍA DEL EVENTO

FREE PASSES →

PRIORIDAD: CREAR EXPECTACIÓN

Una o dos semanas antes del evento deberás crear la máxima expectación – ¡consigue que solo se hable del evento en tu club!

Aumenta la emoción de tus socios al publicar el horario del evento, anunciar los instructores que impartirán las clases y hazles saber que habrán concursos y regalos.

Transforma tu club por completo y publica al menos 2 posts a la semana en redes sociales para seguir despertando el interés por el evento.

CONSEJO

“Trae a un amigo GRATIS” es una estrategia muy útil para atraer a posibles nuevos clientes a tu club utilizando el poderoso recurso de tu base de datos. Envía free passes a tus instructores y a tu equipo para que se los pasen a sus contactos entre 2 y 3 semanas antes del evento.

Envía también FREE passes a los socios que hayan pedido una baja temporal y a aquellos que se hayan dado de baja en tu club durante el confinamiento.

CHECKLIST

CUENTA ATRÁS PARA EL EVENTO

ENVIAR FREE PASSES

FIN DE PREPARACIÓN PARA EL EVENTO

ENSAYO GENERAL

DESPLEGAR TODO EL MATERIAL PROMOCIONAL: BANNERS, POSTERS + VÍDEO

DESINFECTAR TODO EL EQUIPAMIENTO

PREPARAR LAS SALAS

HACER FOTOS + VÍDEOS PARA LAS REDES SOCIALES

ENVIAR UNA ENCUESTA POSTEVENTO



CLASES EN STREAMING

[CONSEJOS PARA EL STREAMING →](#)

PRIORIDAD: CONEXIÓN CON TUS CLIENTES

Consigue crear una conexión entre tus clientes, tú y el entrenamiento.

“Conéctate al evento unos minutos antes de que empiece y habla con los asistentes, igual que lo harías si fueras a impartir una clase presencial”, sugiere la Instructora Kat Cannella.

Un turno breve de Q+A (preguntas y respuestas) al acabar de entrenar es otra vía que tienes a tu disposición para crear una experiencia premium. Utiliza una plataforma de videoconferencia o un chat que integre la función de vídeo para darle a los socios la oportunidad de hacerte preguntas.

CONSEJO

Personaliza la experiencia de entrenamiento basándote en los comentarios que hayas recibido sobre los entrenamientos. Para ello, utiliza las funcionalidades que te ofrecen las redes sociales como las encuestas de Facebook o las funcionalidades de “Hazme una pregunta”, los mensajes directos, o los emojis deslizables de Instagram.

CHECKLIST

UTILIZAR UNA PLATAFORMA PARA REUNIONES, POR EJ., ZOOM

ENCONTRAR UNA LOCALIZACIÓN PARA LAS CLASES EN STREAMING

DISEÑAR TU HORARIO DE CLASES EN STREAMING

PROMOCIONAR TU EVENTO

COMPROBAR TU CONEXIÓN A INTERNET

ADAPTAR TU ENSEÑANZA/COACHING

HACER UNA PRUEBA – PRUEBA DE SONIDO, CALIDAD Y DEMÁS

SESIÓN DE Q+A DESPUÉS DE ENTRENAR



WORLD UNITED
WORLD UNITED

LesMILLS

Fuentes

*Informe de Leisure-Net The National Post Lockdown Recovery Survey Summary , mayo 2020