

## **Industria del fitness: obiettivi ambiziosi e ampi margini di crescita nella gestione dei club, secondo la ricerca condotta da IFO - International Fitness Observatory e Politecnico di Milano**

*Oggi le palestre puntano l'attenzione sulle attrezzature sportive più all'avanguardia ma sono carenti dal punto di vista della gestione aziendale e dell'uso degli strumenti per migliorare i servizi per i loro clienti. E' quanto emerge da una ricerca coordinata da Paolo Menconi, Presidente di IFO, Osservatorio Internazionale del Fitness, con il Politecnico di Milano e la società Egeria tra la fine del 2018 e l'inizio del 2019. Oltre la metà delle palestre in Italia non indaga la soddisfazione dei propri clienti, soprattutto quando il centro fitness è a conduzione familiare. Solo il 15% circa utilizza software per una completa analisi della gestione degli accessi e, se più del 56% dei club afferma di avere attrezzature sportive di alta qualità, il 66% non raccoglie né analizza dati di mercato dei clienti.*

Milano 11 Novembre 2019 - La ricerca ha coinvolto centinaia di club in tutta Italia (oltre 640 club coinvolti) nella compilazione di un questionario composto da 57 domande. La "sfida" è stata raccolta da oltre il 12% dei club, pari a 82 questionari ricevuti completi. E' emerso innanzi tutto che oltre la metà degli intervistati, il 56,76%, non utilizza questionari per comprendere la soddisfazione dei propri clienti. Il principale motivo è da ricondurre alla conduzione familiare dei centri fitness: alla domanda "La proprietà è separata dalla gestione del Club?" solo il 19.5% ha risposto "sì"; mentre, per la grande maggioranza, (80.49%), la gestione coincide con la proprietà.

Per quanto riguarda l'uso dei software, il 14,63% li usa solo per la gestione degli accessi, il 53,66% anche per le vendite e il marketing, mentre il quasi il 32% degli intervistati non li usa affatto.

Gli accessi nei club sono monitorati solo dal 22% sia in entrata sia in uscita, dal 69% solo all'ingresso, mentre il 9% non effettua alcun controllo, perdendo l'occasione di conoscere le abitudini dei clienti e la possibilità di poter mirare sempre più accuratamente le offerte.

Questi dati sono affiancati da quelli relativi alla "qualità delle attrezzature": il 43,59% ritiene di averne di qualità media, il 56,41% dichiara di possedere macchinari di qualità alta e nessuno di bassa qualità. Un risultato che fa comprendere la grande attenzione da parte dei club verso gli aspetti sportivi, al contrario di quella riservata agli strumenti di gestione aziendale. Il 66% dei club non utilizza in modo sistematico i dati raccolti.

Paolo Menconi, presidente di IFO, afferma: "Questi risultati indicano che nell'industria del fitness esiste un potenziale enorme di informazioni che non viene adeguatamente sfruttato. Le strutture sportive oggi sono attrezzate per offrire le macchine più evolute per fare fitness, ma non sfruttano al meglio le possibilità offerte dai software disponibili per monitorare le abitudini dei clienti e disegnare nuove proposte su misura delle loro esigenze. Ciò consentirebbe di operare scelte strategiche per raggiungere in modo più efficiente ed efficace risultati di business".

Continuando a esaminare i risultati della ricerca, emerge che il 43.24% dei club ritiene vincenti le scelte relative alla propria proposta dei prezzi e da migliorare solo per il 5.7%. L'accoglienza e gestione del cliente sono viste come aspetti vincenti dal 62.16% e addirittura nessun club ritiene di dover cambiare qualcosa. I dati ci dicono però che, al di là delle ottime attrezzature e qualità tecniche degli staff, i club hanno una fidelizzazione media tra il 40% e il 55/60% e solo il 29.8 ritiene il reparto commerciale un punto di forza e il 62.86 vorrebbe migliorarlo.

Rispetto agli obiettivi futuri di miglioramento, il 75,76% desidera un aumento di fatturato, il 78.79% un aumento del numero di clienti e il 60.61% una maggiore fidelizzazione. Nonostante questi chiari obiettivi strategici, solo il 36.36% manifesta l'obiettivo di dover migliorare e acquisire nuove competenze per una più efficace gestione del club.

Infine, il 68,57% degli intervistati ritiene che tra un anno si troverà in una situazione del business migliore di oggi, il 14,29% in una situazione uguale ad oggi, il 17,14% dichiara di non saperlo e nessuno in una situazione peggiore rispetto ad oggi.

Per maggiori informazioni: [www.ifo.academy](http://www.ifo.academy)