

Business Intelligence, la apuesta del líder mundial del fitness

Anytime Fitness firma con Geoblink para dar mayor soporte y ventaja competitiva a sus franquiciados

La cadena de gimnasios más grande del mundo, con más de 3.600 clubes operativos en más de 25 países de los cinco continentes y más de 4 millones de socios, tiene un firme objetivo en las operaciones que lleva a cabo en España: alcanzar los 250 clubes en menos de 5 años.

Superando ya los 40 centros operativos a día de hoy en nuestro país y superando los 70 territorios vendidos para nuevas aperturas, Anytime Fitness no deja de lado los datos y métricas que inundan el mundo del fitness hoy en día. Si en el lado de sus clientes la cadena apuesta por la gamificación a través de aplicaciones móviles y dispositivos inteligentes que les permiten medir, competir y compartir su esfuerzo, en la parte de negocio la cadena de gimnasios no se queda atrás en el uso de los datos.

La franquicia americana, líder mundial y nacional del negocio del fitness ha firmado un acuerdo con Geoblink, empresa especialista en servicios de Business Intelligence, que les permite monitorizar el entorno de su red actual para optimizar su rendimiento y ofrecer un mejor servicio al nuevo franquiciado de cara a nuevas aperturas en base a datos científicos.. El acceso a fuentes Big Data a través de avanzadas análisis estadísticos listos para usar por los departamentos de marketing y expansión, les abren una vía única para la toma de decisiones que superan la intuición y experiencia previa con otros proveedores.

Para sus nuevas aperturas, esta nueva aplicación online les da acceso a millones de puntos geolocalizados para realizar análisis sectoriales, competitivos, sociodemográficos o de consumo, a un nivel de granularidad muy detallado. Sin duda una gran ventaja a la hora de elegir ubicaciones dado que pueden conocer, por ejemplo, la procedencia de los usuarios inscritos, la presencia de competidores y el potencial de un mercado concreto. “Para nosotros Geoblink es una herramienta de gran utilidad. Se ha convertido en pieza indispensable para dar soporte a nuestros franquiciados, nuevos y veteranos. En el mundo de la franquicia siempre se dice que el 90% del éxito de un negocio radica en la ubicación. Bueno, nosotros sabemos que hay una parte muy importante de éste que depende de la gestión que haga el franquiciado, pero sin duda dar en el clavo con el lugar donde se encuentra el perfil de nuestro cliente potencial es un buen punto de inicio. Tal es así que algunos de nuestros clubes comienzan a operar con una preventa que roza el equilibrio operativo desde el primer día. Esta herramienta nos permite identificar eficazmente territorios y locales ubicados en entornos que piden a gritos los valores que representa nuestra marca - los 4 C de Anytime Fitness – Conveniencia (tanto en la ubicación como en el acceso 24/7), Calidad, Comunidad y Clientes Contentos ” – señala David Abrahams, Director de expansión de la franquicia en España.

Para los clubes ya operativos, la aplicación ofrece el perfil sociodemográfico de la zona y permite identificar los factores de éxito o aquellos puntos externos de mejora que pueden afectar al rendimiento de un centro. También ofrece información precisa para el lanzamiento de campañas de marketing

segmentadas para el target de la zona, adaptando el mensaje promocional y la oferta según el entorno, lo que permite aumentar el retorno de la inversión.

La cadena de gimnasios, fiel al diseño conceptual propio de la franquicia americana que domina el segmento de gimnasios “Conveniencia con rasgos de boutique” de tamaños entre 400 m2 a 800 m2, y en los que el trato cercano y la atención personalizada al socio marcan la diferencia, sabe que la ubicación del centro es esencial en su estrategia de éxito, dónde en España el índice de fracaso es actualmente el 0%.

Después de ser el operador que más centros ha abierto durante el 2016 y los diez primeros meses de este 2017, Anytime Fitness anuncia otras seis aperturas para el último tramo de este 2017, revalidando su liderazgo y duplicando este año el número de aperturas del año anterior.

Gran parte de su éxito viene también por su formato, con una oferta que se adapta a la gente de a pie: “personas como cualquiera de nosotros que buscan un gimnasio ‘amable’, donde pueden sentirse como en casa, definido por el trato personal que convierte nuestros clubes en pequeñas familias y la inexistencia de aglomeraciones, donde no es necesario ir a reservar tu bicicleta dos horas antes si quieres encontrar sitio, entrenar vestido según la última moda del momento o exponerse frente a los demás, dado que nuestras duchas y vestuarios son individuales”, afirma el Director General en España, Emilio Quero.

Datos de contacto:

Natalia Lopez-Maroto
630636221

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Software](#) [Otros deportes](#) [Fitness](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>