.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: 13/11/2024 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 13/11/2024 12:00:00 a. m.

Descripción:

13/11/2024 como desarrollar un plan de mercadeo 17/10/2024 Como realizar un proceso de identificación y validación del mercado 03/12/2024 Definir el buyer persona

Avance:

13-11-2024. Objetivo de la Asesoría: el propósito de esta sesión fue guiar a ONE FIT en el diseño y desarrollo de un plan de mercadeo estratégico que permita consolidar su posición en el mercado, alcanzar nuevas audiencias y potenciar la relación con sus clientes actuales.
Componentes Clave de un Plan de Mercadeo para ONE FIT
Análisis de la Situación:
Identificar el perfil del cliente objetivo: edad, género, estilo de vida, objetivos físicos, nivel socioeconómico y ubicación geográfica.
Evaluar la competencia directa e indirecta: precios, servicios ofrecidos, canales de promoción utilizados y ventajas competitivas.
Analizar las tendencias del mercado de acondicionamiento físico, incluyendo servicios digitales como entrenamientos en línea y aplicaciones de fitness.
Definición de Objetivos de Mercadeo (SMART):
Específicos: Aumentar en un 20% la captación de nuevos clientes en los próximos 6 meses.
Medibles: Incrementar el tráfico al sitio web y redes sociales en un 30% mensual.
Alcanzables: Introducir nuevos servicios como entrenamientos grupales o clases personalizadas.
Relevantes: Mejorar la fidelización de clientes actuales mediante programas de recompensas.
Temporales: Lanzar una campaña de promoción en 3 meses para generar mayor reconocimiento de marca.
Desarrollo de Estrategias y Tácticas:
Estrategia Digital:
Optimización de las redes sociales con contenido educativo, motivacional y demostrativo de los servicios de ONE FIT.
Implementar campañas de publicidad pagada en Facebook e Instagram dirigidas al público objetivo.
Crear una lista de correos para newsletters con tips de fitness, nutrición y ofertas exclusivas.
Alianzas Estratégicas:

Establecer acuerdos con empresas locales para ofrecer beneficios cruzados, como descuentos o membresías corporativas.
Colaborar con influencers del sector fitness para promocionar los servicios de la empresa.
Promociones Especiales:
Ofrecer descuentos para nuevos miembros o programas de referidos.
Crear paquetes temáticos, como "transformación en 30 días" o "entrenamiento para eventos específicos".
Eventos Presenciales y Virtuales:
Organizar jornadas de puertas abiertas en el gimnasio para atraer nuevos clientes.
Ofrecer webinars o transmisiones en vivo sobre temas de interés, como rutinas de ejercicio y nutrición.
Presupuesto:
Destinar un porcentaje de los ingresos mensuales al marketing, priorizando estrategias digitales por su alcance y costo-efectividad.
Monitorear el retorno de inversión (ROI) de cada acción para ajustar las estrategias según su impacto.
Medición de Resultados:
Establecer indicadores de desempeño clave (KPIs) como el número de nuevos clientes, interacción en redes sociales, alcance de campañas y tasas de conversión.
Realizar análisis mensuales para ajustar las tácticas y garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos.
Recomendaciones Finales
Consistencia en la Marca: Asegurar que todos los puntos de contacto (redes sociales, sitio web, material publicitario) reflejen una imagen coherente, profesional y atractiva.
Segmentación del Público: Adaptar las estrategias a diferentes segmentos de clientes, como principiantes, atletas avanzados o personas con objetivos específicos.
Innovación Constante: Mantenerse actualizado con las tendencias del mercado para integrar nuevas tecnologías o servicios que diferencien a ONE FIT de la competencia.
Fidelización: Implementar un programa de recompensas o membresías especiales para clientes recurrentes.
Capacitación del Equipo: Formar al personal en estrategias de atención al cliente y ventas para maximizar la experiencia de los usuarios.

17/10/2024 **Objetivo de la Reunión: p**roveer una asesoría integral sobre el **proceso de identificación y validación del mercado** para ONE FIT. El propósito es definir el perfil del cliente objetivo, evaluar las necesidades del mercado y validar la propuesta de servicios para asegurar un posicionamiento competitivo y sostenible.

Temas Tratados

Identificación del Mercado Objetivo para ONE FIT

Segmentación del Mercado

Demográfica:

Edad: 20 a 45 años.

Nivel socioeconómico: Estratos 4 a 6, con ingresos de al menos tres salarios mínimos.

Geográfica:

Zona de influencia: Ibagué

Radio de 5 km alrededor de ONE FIT.

Psicográfica:

Personas activas, interesadas en el bienestar físico y la vida saludable.

Comportamental:

Preferencia por entrenamientos personalizados, servicios premium y tecnología en el ejercicio (como wearables y apps).

Análisis de Competencia

Competencia directa: Otros gimnasios o centros fitness con servicios similares (entrenamiento funcional, CrossFit, yoga).

Competencia indirecta: Clases virtuales, aplicaciones de entrenamiento, espacios públicos como parques recreativos.

Definición del Cliente Ideal (Buyer Persona)

Ejemplo:

Persona entre 30 y 40 años, profesional, con ingresos estables, interesada en programas personalizados, como entrenamiento funcional o clases grupales dinámicas.

Motivación: Mejorar su condición física y gestionar el estrés a través del ejercicio.

Barreras: Tiempo limitado, preferencia por ambientes exclusivos y servicios diferenciados.

Validación del Mercado para ONE FIT

Diseño e Implementación de Encuestas y Entrevistas

Crear una encuesta breve para captar el interés del público en servicios como:

Entrenamiento funcional.

Clases grupales (yoga, spinning).

Entrenadores personalizados.

Realizar entrevistas con usuarios actuales y potenciales para comprender expectativas, precios aceptables y preferencias.

Distribuir las encuestas en redes sociales, vía correo y presencialmente a personas cercanas al centro.

Prueba de Mercado y MVP (Producto Mínimo Viable)

Realizar una jornada de clases gratuitas o con descuento para medir interés y recoger retroalimentación.

Evaluar métricas como número de asistentes, tasa de inscripción y satisfacción del cliente.

Estudio de Tendencias del Sector Fitness

Analizar tendencias locales y globales:

Entrenamiento híbrido (virtual y presencial).

Programas de bienestar integral (nutrición + ejercicio).

Creciente demanda por espacios exclusivos con tecnología avanzada.

Evaluación de Viabilidad del Modelo de ONE FIT

Proyección de la Demanda

Estimar el volumen mensual de clientes con base en encuestas y datos históricos.

Identificar temporadas altas (inicio de año, regreso de vacaciones) y temporadas bajas.

Análisis de Precios y Tarifas Competitivas

Definir planes de membresía atractivos:

Mensual, trimestral y anual.

Ofrecer tarifas especiales para clases grupales o entrenamiento personalizado.

Comparar los precios con la competencia y ajustar según la percepción de valor agregado.

Canales de Promoción y Venta

Crear campañas en redes sociales enfocadas en atraer usuarios locales.

Establecer alianzas estratégicas con empresas y negocios del área (ej. tiendas de suplementos, restaurantes saludables).

Utilizar plataformas de reserva online para facilitar la inscripción y seguimiento de los usuarios.

Conclusiones

La asesoría permitió a ONE FIT estructurar un proceso claro para identificar y validar su mercado. Con la aplicación de encuestas, una jornada piloto y un análisis detallado de la competencia, ONE FIT podrá afinar su propuesta de servicios y asegurar su posicionamiento. La integración de herramientas tecnológicas y alianzas locales también contribuirá al crecimiento y sostenibilidad del centro.

13/11/2024 Asesoria a realizar en el mes de noviembre

03/12/2024 Asesoria a realizar en el mes de diciembre

2 Gestión de la Productividad Administrativa y laboral

Fecha Programada: 3/12/2024 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 3/12/2024 12:00:00 a. m.

Descripción:
03/12/2024 Explicar la forma de realizar un plan de acción de la empresa.

Avance:
03/12/2024Asesoria a realizar en el mes de diciembre

3 Gestión de la Productividad Operacional

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

4 Gestión de calidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

5 Gestión de la innovación / Desarrollo y sofisticación de producto

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

6 Gestión Financiera y Contable

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

7 Gestión Logística

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

8 Gestión de la transformación digital

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

9 Gestión de la Sostenibilidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

10 Indicadores de Gestión

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

11 Gestión de la propiedad intelectual

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

12 Índice de productividad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

13 Otro

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:
Otro seguimiento a indicadores propuestos

Avance:

14 Concepto final

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

15 Cierre de asesoría

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance: