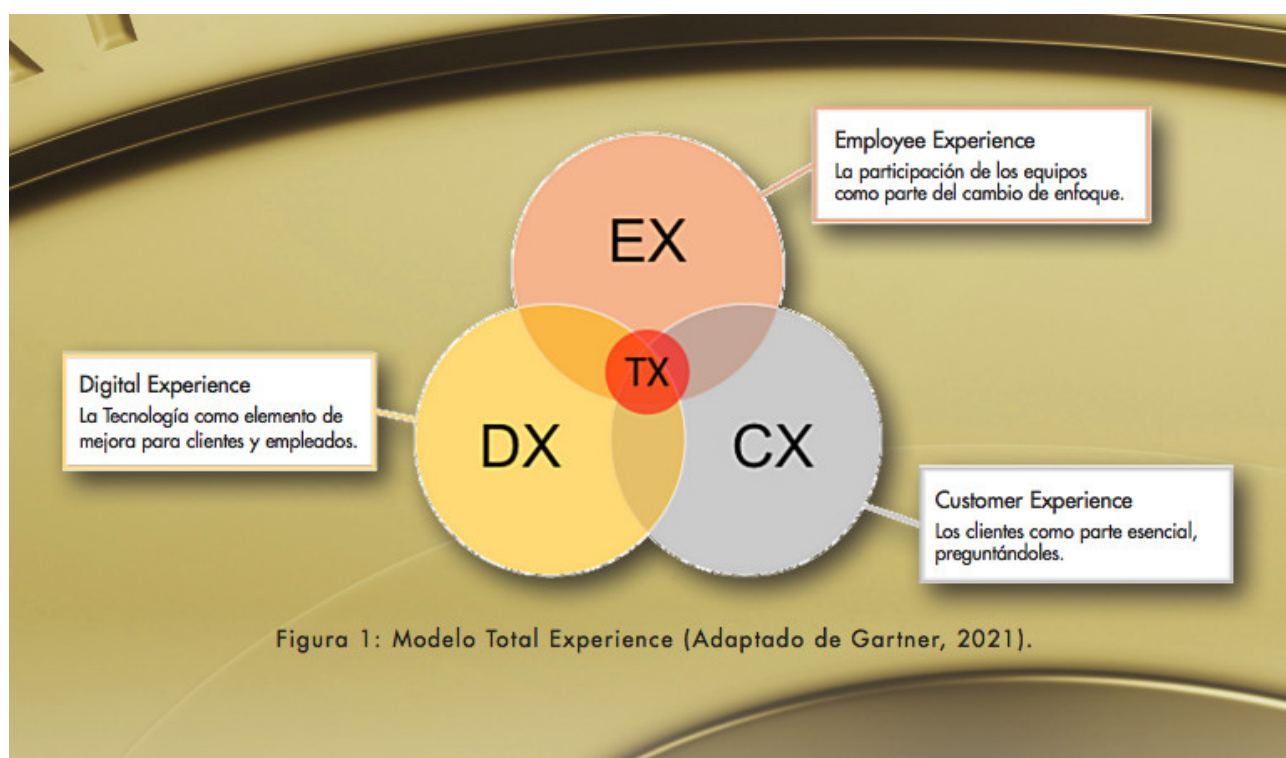


Total Experience: Gestión integral con enfoque en el cliente



El **proceso de transformación digital** desarrollado por las empresas y organizaciones ha experimentado un importante auge en los últimos años, propiciando una intensa competencia tanto en el ámbito digital como en la adaptación a las nuevas tendencias en gestión deportiva y del cliente. Uno de los principales aspectos que ha cobrado más relevancia en este proceso, especialmente desde el inicio de la pandemia, ha sido el **enfoque en el cliente** y su experiencia del servicio.

El hecho de centrarse en la gestión de la experiencia del cliente, ha desarrollado una serie de herramientas y procedimientos, que ha dado lugar al concepto de Total Experience, liderado por Gartner.

Total Experience es una nueva estrategia cuyo objetivo es centralizar en una misma gestión las diferentes experiencias de los clientes, los empleados y los usuarios (entorno digital), adaptándose a sus necesidades actuales. De esta manera, se obtiene una visión global de todos los elementos que conforman nuestra organización y la gestión de la misma.

Uno de sus aspectos clave a tener en cuenta es la integración de los medios digitales para lograr una mejora de la experiencia de los clientes, empleados y usuarios; centrándonos en su fidelización a la entidad. De esta manera, podremos adaptarnos a la nueva realidad originada en la pandemia, y que ha modificado hábitos de consumo, de trabajo, de relación, etc., incorporando nuevos como el teletrabajo, la realidad virtual o el trato personalizado y la atención no sólo en el momento de la prestación del servicio.

Esta visión integral, con foco 360, implica obtener constantes respuestas de los clientes, conocer sus opiniones, revisar los procedimientos actuales y aprovechar con un sentido y objetivo claro la transformación digital, en base a los valores y misión de nuestro centro.

La estrategia Total Experience puede ofrecernos numerosas ventajas como:

- Mejora de la satisfacción de los clientes y empleados al situar en el centro las necesidades de los mismos. Como consecuencia se produce una mayor fidelización, mejorando la propia imagen y seguridad de la empresa. Una de las mejores técnicas para conseguirlo es mediante la comunicación.
- Mejora de las experiencias y de la eficiencia del centro: la integración global del centro bajo una misma gestión permite operar con una mayor eficiencia, mejorando también la experiencia ofrecida a clientes y empleados. Además, la propia imagen de la organización se ve beneficiada manteniendo a los clientes satisfechos y al equipo enfocado en un trabajo más dinámico y efectivo.
- Refuerzo continuo gracias a la interacción: el hecho de que las distintas actividades se encuentren bajo una misma gestión, permite una mayor retroalimentación y refuerzo de los aspectos a mejorar, lo que a su vez incrementa la eficiencia en las funciones del equipo. De esta forma, las experiencias interactúan entre ellas y permiten utilizar nuevas herramientas para solucionar anticipadamente las necesidades de los clientes y mantener un alto nivel de satisfacción con el centro.

Si bien desde hace años, cada vez nos enfocamos más en las experiencias ofrecidas a los clientes, el enfoque en las experiencias de los propios empleados, todavía hoy es objeto de debate. La estrategia Total Experience indica que teniendo en cuenta la experiencia de los empleados, se potencia la propia experiencia de los usuarios, aumentando la eficiencia en el trabajo, la satisfacción de ambos, y en consecuencia su fidelización así como la imagen positiva del centro.

En el ámbito de la transformación digital, es necesario que los empleados comprendan la razón de la utilización de nuevas herramientas de gestión de actividades y servicios, así como su funcionamiento y los beneficios que ofrecen tanto al centro como a los cliente y a ellos mismos. Solo de esta forma, podrán comunicar eficazmente su uso y aplicación a los usuarios, fomentando su implementación.

Se trata de una cuestión clave, puesto que cada vez más utilizamos la tecnología y las herramientas digitales para el desarrollo de nuestros servicios, como wearables, softwares de gestión, equipamientos inteligentes y demás herramientas tecnológicas, sumado a que los clientes también las demandan en mayor medida para sus entrenamientos. Es una forma por tanto, de adaptarnos a esta nueva situación, ante la gran competencia que está surgiendo en el ámbito tecnológico deportivo.

Sin embargo, no es un proceso sencillo, pues es complicado satisfacer continuamente todas las

necesidades de clientes y empleados, además de que no siempre las herramientas digitales pueden abarcar todos los ámbitos de la gestión. El reto será adaptarse a la estrategia Total Experience utilizando las llamadas aplicaciones modulares.

Las aplicaciones modulares son aquellas que podemos integrar dentro de otras, una tendencia que ya han empezado a desarrollar las grandes tecnológicas como Google. Esta integración permite disponer de múltiples herramientas en una misma plataforma. En el ámbito de la gestión y prestación de servicios es muy útil para abordar la Total Experience, pues se centralizan todas las herramientas en un mismo entorno, de forma que exista una conexión entre ellas, potenciando aún más la eficiencia de los empleados y la satisfacción de las necesidades de los clientes.

La aplicación de la estrategia Total Experience en los centros deportivos y gimnasios, pasará por tanto, por revisar su estrategia actual y adaptarla a las nuevas necesidades de los clientes y englobar todas las experiencias bajo una misma gestión, disponiendo de esa forma de un equipo más eficiente y comprometido, ofreciendo experiencias más satisfactorias para los usuarios, mejorando la imagen de marca y fomentando la fidelización de todos los actores.

Artículo de Manel Valcarce para la edición nº100 de la revista Gym Factory.

Link to Original article: <https://www.valgo.es//w/valgo/34180/blog?elem=280928>