

El fitness convertido en juego; una nueva estrategia de fidelización de los gimnasios



La gamificación es una de las tendencias mas influyentes para fidelizar a los clientes en los gimnasios, esta herramienta esta reforzando el sentimiento de comunidad entre los socios.

La fidelización de los clientes es un elemento sumamente importante en cualquier empresa.

El sector del fitness, es un sector que tradicionalmente se ha enfocado en la captación de nuevos clientes, pero no tanto en la fidelización y retención de los clientes más habituales. Es por ello, que la tendencia de gamificación y el exertainment, caracterizadas por brindar una experiencia entretenida y acogedora, en la que el usuario realiza

actividad física al mismo tiempo que se divierte, aumenta la calidad de la experiencia del usuario. Uno de los objetivos principales de esta tendencia es que el usuario vea la influencia de su esfuerzo y como esta se representa en sus resultados.

La gamificación en la actualidad

El concepto conocido como **gamificación**, siempre ha estado implícito en la práctica del fitness, desde las clases de spinning en donde gracias a la tecnología podemos observar en un ranking desde la potencia de pedaleo, hasta sus récords personales. Incluso existen multitud de implementos más que ayudan a que el usuario pueda visibilizar sus resultados dándole a estos una connotación de juego.

Esta tendencia representa una ganancia tanto para los gimnasios los centros deportivos, como para los usuarios. En la manera que los gimnasios logran crear un espacio lleno de experiencias para los usuarios, mientras que estos mismos se motivan a ejercitarse, **midiendo su evolución y manteniendo hábitos de vida saludable.**

Fuente : [2Playbook](#)

Link to Original article: <https://www.valgo.es//w/valgo/34180/blog?elem=299121>