PALESTRA







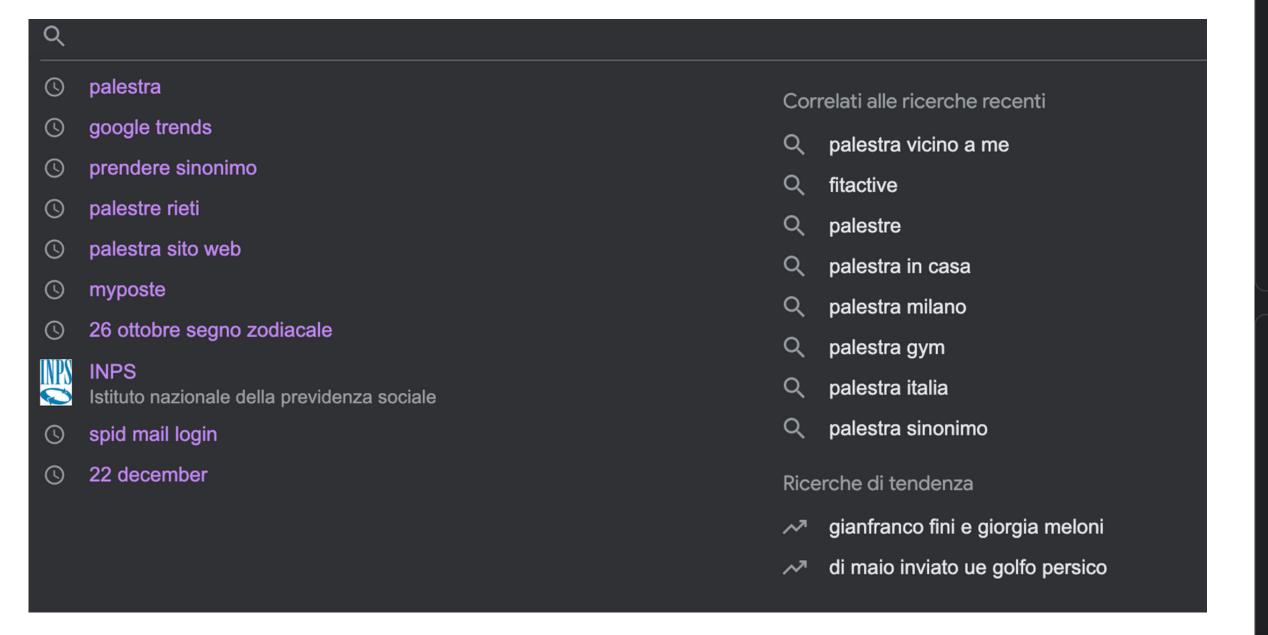


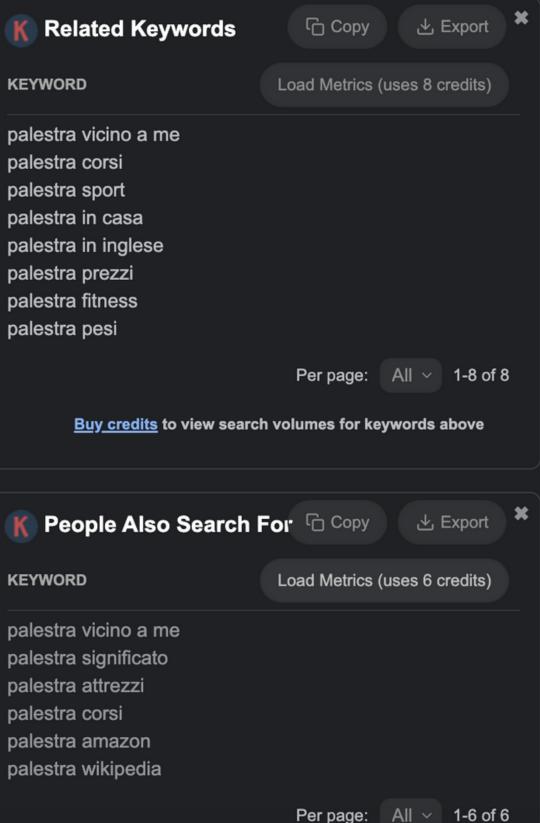
POTENZIALI CLIENTI

Quali potrebbero essere i potenziali clienti interessati ad acquistare un abbonamento mensile o annuale per la palestra.

E che per svariati motivi non hanno mai aderito a un abbonamento...

RICERCA KEYWORDS





 Persone senza motivazione anche se vorrebbero fare esercizio fisico. Queste persone potrebbero essere interessate ad un ambiente di gruppo in cui possono trovare sostegno e incoraggiamento per raggiungere i loro obiettivi.

- Persone che non hanno mai provato l'esperienza di una palestra: perché non si sentino sicure, non sanno cosa aspettarsi o hanno paura di sentirsi a disagio.
- Persone timide
- per questo tipo di utente è consigliabile una prova gratuita o un tour guidato della palestra per familiarizzare con l'ambiente e le attrezzature.

 Persone che hanno bisogno di un programma di allenamento personalizzato perché non sanno da dove cominciare. L'aiuto di un personal trainer professionista può aiutarle a raggiungere i loro obiettivi.

- Persone molto impegnate perciò potrebbero non considerare l'idea di andare in palestra perché pensano di non avere abbastanza tempo.
- Queste persone potrebbero essere interessate ad una palestra che offre una vasta gamma di orari di apertura e di attività per soddisfare le loro esigenze. Palestre aperte 24/7.



PER RAGGIUNGERE QUESTI POTENZIALI CLIENTI.

- Offrire promozioni speciali per nuovi clienti: una prova gratuita o uno sconto sul primo mese di abbonamento potrebbe attirare l'attenzione di persone che non hanno mai considerato l'idea di andare in palestra.
- Utilizzare gli strumenti di pubblicità online per raggiungere specifici gruppi di persone che potrebbero essere interessate ad una palestra.
- post social media
- Campagne pubblicitarie



PER RAGGIUNGERE QUESTI POTENZIALI CLIENTI.

- Organizzare eventi e
 iniziative di marketing presso
 la palestra, come workshop
 di fitness o corsi di prova
 gratuiti, può attirare
 l'attenzione di potenziali
 clienti che altrimenti non
 sarebbero venuti a
 conoscenza della palestra.
- Collaborare con altri business locali: come centri benessere o negozi di abbigliamento sportivo, può aumentare la visibilità della palestra.

UNA FORMA PER FAMILIARIZZARE L'AMBIENTE E LE PERSONE CHE SI TENTONO INSICURE.



STRATEGIE

PER RAGGIUNGERE QUESTI POTENZIALI CLIENTI.

AMPLIFICARE UN MESSAGGIO DI INCLUSIONE PER TUTTI I POSSIBILI CLIENTI ATTRAVERSO LA DOMANDA LATENTE.

LA PALESTRA È PER TUTTI.

RENDERE IL PIÙ POSSIBILE L'AMBIENTE DELLA PALESTRA AMICHEVOLE, CONFORTEVOLE E COINVOLGENTE NELLE ATTIVITÀ E NELL'USO DEGLI ATTREZZI, AFFICHE IL FUTUTO CLIENTE SI POSSA SENTIRE COMODO.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE



