SEGMENTI E PERSONAS PALESTRA

L’ambiente è quello di una tipica palestra, in cui i clienti possono essere suddivisi in tre segmenti principali.

Il primo è quello dei bodybuilder, che si allenano più di frequente e con maggiore intensità, sono principalmente interessati alla qualità più che alla convenienza.

C’è poi la categoria intermedia, di chi si allena principalmente per benessere fisico e muoversi un po’, è più interessata alla flessibilità ed è un po’ più attenta ai prezzi.

L’ultima categoria è quella di chi non utilizza attrezzi in palestra ma si concentra principalmente sui corsi, quest’ultima categoria è molto attratta all’aspetto sociale dell’allenamento.

**1. La Persona "Bodybuilder Serio": Marco, l'Acciaio Instancabile**

* **Età Stimata:** 25-40 anni.
* **Situazione:** Spesso studenti universitari o giovani lavoratori. Dedicano una grande parte del loro tempo libero all'allenamento. Molto attivi su social a tema fitness, seguono influencer del settore e campioni.
* **Motivazioni Principali:**
  + **Crescita Muscolare e Forza:** L'obiettivo principale è l'ipertrofia e l'aumento della forza. Vogliono risultati visibili e misurabili.
  + **Competizione:** Molti mirano a gare di bodybuilding o powerlifting, anche a livello amatoriale.
  + **Disciplina e Stile di Vita:** L'allenamento è parte integrante della loro identità e seguono uno stile di vita disciplinato e rigoroso.
  + **Status e Riconoscimento:** Vogliono essere riconosciuti per i loro sacrifici e i risultati ottenuti.
* **Abitudini d'Acquisto:**
  + **Abbonamenti:** Sono orientati verso abbonamenti lunghi (annuali o anche di più), senza limiti sul numero di allenamenti o sugli orari.
  + **Servizi Extra:** Sono interessati a piani di allenamento personalizzati, schede specifiche, e sessioni con personal trainer qualificati in ambito bodybuilding.
  + **Prodotti:** Acquistano integratori (proteine, creatina, pre-workout), abbigliamento tecnico specifico e attrezzatura migliorare l’allenamento.
  + **Informazione:** Si informano su social, blog specializzati e riviste di settore.
  + **Fidelizzazione:** Se trovano un ambiente che offre atrezzi di alta qualità (power rack, bilancieri olimpionici, macchinari di alto livello) e personale competente, sono estremamente fedeli.
* **Barriere/Dubbi:**
  + Mancanza di attrezzatura specifica o obsoleta.
  + Personal trainer non all'altezza o senza esperienza nel bodybuilding.
  + Ambiente troppo "casual" o affollato nelle ore di punta, che non permette allenamenti intensi.
  + Offerte troppo generiche che non tengono conto delle loro esigenze specifiche.

**2. La Persona "Allenamento Occasionale": Chiara, la Benessere-Seeker**

* **Età Stimata:** 30-55 anni.
* **Situazione:** Professionisti o genitori, con orari variabili. L'allenamento è un modo per mantenersi in forma, scaricare lo stress e staccare dalla routine. Non sono alla ricerca di risultati estremi.
* **Motivazioni Principali:**
  + **Benessere Fisico e Mentale:** Vogliono sentirsi bene, avere più energia e ridurre lo stress.
  + **Salute:** Mantenere un buono stato di salute generale, prevenire problemi legati alla sedentarietà.
  + **Forma Fisica:** Perdere qualche chilo o tonificare, senza particolari obiettivi a livello muscolare
  + **Socializzazione:** Trovare un ambiente piacevole dove incontrare persone e fare attività fisica in compagnia.
* **Abitudini d'Acquisto:**
  + **Abbonamenti:** Preferiscono abbonamenti più brevi (mensili o di pochi mesi), o pacchetti a ingressi, per maggiore flessibilità.
  + **Servizi Extra:** Potrebbero essere interessati a consulenze nutrizionali di base, lezioni di stretching o sessioni di personal training soft per imparare esercizi base.
  + **Prodotti:** Abbigliamento comodo e alla moda, accessori base (tappetini, borracce).
  + **Informazione:** Si informano tramite amici, social media e seguendo blog e influencers concentati sul benessere.
  + **Fidelizzazione:** Apprezzano principalmente, la cordialità e disponibilità dello staff, la disponibilità di orari flessibili e un'atmosfera accogliente.
* **Barriere/Dubbi:**
  + Costo eccessivo dell’abbonamento.
  + Difficoltà a trovare il tempo per allenarsi regolarmente.
  + Sensazione di non sapere come usare le attrezzature o di essere giudicati.
  + Ambiente troppo competitivo o "serio".

**3. La Persona "Corsi Dipendente": Giulia, l'Energia Contagiosa**

* **Età Stimata:** 20-60 anni.
* **Situazione:** Spesso donne, ma anche uomini, che amano allenarsi in gruppo e la guida dell'istruttore. Per loro l'aspetto sociale è fondamentale.
* **Motivazioni Principali:**
  + **Divertimento ed Energia:** Vogliono principalmente divertirsi mentre si allenano, l’aspetto della performance va in secondo piano.
  + **Socializzazione:** È un modo per incontrare nuove persone con interessi simili e rafforzare legami.
  + **Varietà:** Amano provare diversi tipi di corsi (Zumba, Spinning, Yoga, Pilates, ecc.).
  + **Guida e Motivazione:** Hanno bisogno di un istruttore che li sproni e li guidi passo dopo passo.
  + **Allenamento Completo:** Vedono i corsi come un modo per fare un allenamento completo senza dover pensare a cosa fare.
* **Abitudini d'Acquisto:**
  + **Abbonamenti:** Preferiscono abbonamenti che includano l'accesso illimitato a tutti i corsi, o pacchetti specifici per un certo numero di lezioni.
  + **Servizi Extra:** Potrebbero essere interessate a lezioni più specifiche (es. di yoga avanzato, masterclass di Zumba), eventi a tema, o lezioni speciali.
  + **Prodotti:** Abbigliamento sportivo comodo e colorato, accessori specifici per il corso (es. guantini per spinning, tappetini per yoga).
  + **Informazione:** Si informano principalmente tramite passaparola, i social le app della palestra o il sito web.
  + **Fidelizzazione:** La bravura degli istruttori, la varietà dei corsi, la disponibilità degli orari e l'ambiente amichevole sono i fattori principali.
* **Barriere/Dubbi:**
  + Orari dei corsi non compatibili con i loro impegni.
  + Corsi troppo affollati o con poco spazio.
  + Istruttori demotivati o ripetitivi.
  + Costo troppo elevati per un solo tipo di attività (se non ci sono abbonamenti all-inclusive).