

VAS A SER EL MEJOR ENTRENADOR ONLINE

#12



@vivedelfitness.es
Agencia de Marketing Digital

**ES EL MOMENTO
DE EMPEZAR**

Es indiscutible que nunca ha habido un mejor momento para lanzarse a emprender como entrenador online como ahora.

LA HERENCIA DEL 2020

El terreno para los negocios online se venía abandonando desde hace mucho tiempo y los acontecimientos en 2020 lo volvieron a acelerar.

Y aunque muchas empresas se estaban dando cuenta de la gran oportunidad que había en Internet, el mundo del fitness seguía muy ligado al centro deportivo, al ejercicio en grupo y a la atención en persona.

Pocos eran los que se lanzaban a trabajar online, más allá de las grandes plataformas de programas de entrenamiento. Pero éstas suelen tener una desventaja: son muy impersonales, les falta esa persona detrás a la que rendirle cuentas. Y por eso muchos clientes simplemente empiezan... y lo acaban dejando. La tasa de abandono es alta en este tipo de ofertas de fitness.

Y entonces llegó la pandemia y el confinamiento. Todos los centros deportivos se cerraron y surgieron numerosas iniciativas para contrarrestar la falta de movimiento y el encierro en casa: clases de yoga, pilates, cardio...

Durante todo este tiempo fueron muchas las personas que se han acostumbrado a entrenar en casa. Gente que antes no hacía deporte y se había habituado durante la pandemia, y también gente que antes entrenaba en un centro pero con el confinamiento compró su propio equipamiento y le ha visto las ventajas de entrenar desde la comodidad de su hogar.

Con la disminución de las restricciones y la reapertura de los centros deportivos, parece que la mayoría de los

entrenadores olvidó los aprendizajes que nos dejó la Covid en 2020.

¿Dónde queradon las iniciativas online? ¿Se está aprovechando la ventana de oportunidades que se abrió?

FALTA MENTALIDAD EMPRENDEDORA

Un punto débil del sector del fitness es que se sigue pensando mucho en el desarrollo a través del centro deportivo y la atención en persona.

Los entrenadores siguen sin verse como emprendedores. Nos gustan nuestros entrenos, atender a nuestros clientes y estamos a la última en tendencias del sector e investigaciones.

Pero... ¿Qué sabemos de marketing? ¿Y de emprendimiento?

Lo cierto es que en general tenemos poca formación en técnicas de venta, promoción y captación de clientes. La buena noticia es que cualquier emprendedor del sector que se interese por esos temas lo tendrá más fácil porque queda mucho terreno por trabajar en este sentido y cualquier paso que se dé verá sus frutos.

INTERNET, UN MUNDO DE INFINITAS OPORTUNIDADES

Con el levantamiento de las restricciones, afortunadamente se reabrieron los centros deportivos y volvimos a los entrenamientos en persona. Somos seres de costumbre.

Internet volvió a quedar desatendido aunque es un mundo de grandes oportunidades. Pese a las idas y venidas de las

restricciones, no nos dimos cuenta de que el mundo online debe ser un pilar de cualquier negocio de fitness que quiera ser sólido en el tiempo. Internet tiene una serie de ventajas que no se consiguen en la atención en persona.

No vendes tu tiempo por dinero. El día tiene las horas que tiene para todo el mundo. En la atención uno a uno, para aumentar tus ingresos solo puedes subir tu precio por hora. Pero eso también tiene un límite. Internet te ofrece la oportunidad de abrir líneas de negocio que no requieren tu presencia física constante.

Menor inversión inicial. En comparación con abrir un centro deportivo, emprender a través de Internet representa muchos menos riesgos a nivel económico. ¿Quién no tiene hoy en día un móvil con una buena cámara y un portátil? Con eso es suficiente para empezar. Siempre se puede ir añadiendo equipo con el tiempo.

Te permite llegar a más personas. Olvídate de pensar en las necesidades de tu barrio, zona o ciudad para definir tu oferta. A través de Internet puedes llegar a muchas más personas independientemente de lo específico que sea tu servicio, el lugar en el que vivan tus clientes o sus horarios para entrenar.

Puedes diversificar y abrir distintas líneas de negocio sostenibles en el tiempo y escalables. Puedes combinar productos y servicios con diferentes precios en función de si tu presencia es más requerida o no. Por ejemplo, grabas unas sesiones de entrenamiento una vez y eso te va a generar ingresos constantes. Luego sesiones individuales, una membresía... cada servicio con un precio según las necesidades de tus clientes.

La marca personal. Internet da visibilidad muy rápido. Si eres activo en redes sociales, puedes crear una

comunidad que te tendrá como referente y como guía para sus entrenos. Si eres constante, trabajar tu marca personal en Internet te acabará dando sus frutos: te dará autoridad y mucha más gente querrá contratar tus servicios.

PREPARADOS, LISTOS, YA

Con toda la situación que se ha venido desarrollando en los últimos tiempos, la oferta formativa online que hay a tu disposición y estas estrategias para aprendes, ¿te preparas a la línea de salida?

EL AUGE DEL FITNESS

El fitness está en auge debido a una combinación de factores sociales, culturales y de salud que han convergido en las últimas décadas. Se debe a una mayor conciencia de la importancia de salud y la imagen corporal, así como a la disponibilidad de recursos y tecnologías que facilitan la incorporación del ejercicio y la actividad física en la vida cotidiana.

Conciencia de la salud. La creciente preocupación por los problemas de salud relacionados con el sedentarismo, como la obesidad, la diabetes y las enfermedades cardiovasculares, ha llevado a que más personas busquen formas de mantenerse activas y mejorar su salud.

Promoción de la imagen corporal. La sociedad moderna valora la imagen corporal y la apariencia física. Las redes sociales, los medios de comunicación y la cultura de la celebridad han contribuido a que las personas busquen estar en forma y mantenerse en un peso saludable.

Disponibilidad de información. La facilidad de acceso a información sobre ejercicios, nutrición y salud online ha permitido a las personas educarse y tomar decisiones informadas sobre su bienestar.

Tecnología y aplicaciones. Las tecnologías de seguimiento del fitness, como los smartwatches y las aplicaciones de ejercicio, han hecho que sea más fácil que nunca realizar un seguimiento de la actividad física y mantenerse motivado.

Mayor acceso a gimnasios y entrenadores personales. La expansión de gimnasios y la disponibilidad de entrenadores personales han hecho que sea más accesible para las personas buscar orientación y apoyo en sus objetivos de fitness.

Tendencias culturales. La cultura del bienestar y autocuidado se ha vuelto prominente en la sociedad, alentando a las personas a invertir en su salud física y mental.

Estés y salud mental. El ejercicio regular se ha reconocido como una forma efectiva de combatir el estrés y mejorar la salud mental, lo que ha llevado a más personas a adoptar el fitness como parte de su rutina diaria.

**ESPECIALIZARTE
EN UN ÁMBITO**

Especializarte puede ser importante si quieres ser un entrenador personal exitoso. Aunque no es estrictamente necesario, la especialización puede proporcionar una serie de ventajas que te ayudarán a destacarte en la industria y atraer a clientes específicos que estén interesados en tus conocimientos y habilidades particulares.

Experiencia y conocimiento profundo.

Al especializarte en un área particular del fitness, como el entrenamiento de fuerza, el yoga, la nutrición deportiva o la rehabilitación, puedes adquirir un conocimiento más profundo y una experiencia específica en esa área. Esto te permitirá brindar un servicio de mayor calidad a tus clientes en esa especialidad.

Diferenciación. La industria del fitness puede ser competitiva, y la especialización te ayudará a diferenciarte de otros entrenadores personales. Los clientes que buscan ayuda específica están más inclinados a elegir un entrenador que tenga experiencia y conocimientos en su área de interés.

Demanda específica. Algunas especialidades tienen una alta demanda en el mercado. Por ejemplo, si te especializas en entrenamiento para atletas de resistencia o en entrenamiento de alta intensidad, puedes atraer a personas interesadas en esas áreas específicas.

Credibilidad. Obtener certificaciones o credenciales adicionales en tu área de especialización puede aumentar tu credibilidad como entrenador personal y generar confianza en tus clientes.

Satisfacción del cliente. Al brindar servicios especializados, puedes satisfacer mejor las necesidades y metas específicas de tus clientes, lo que

a su vez puede generar un mayor nivel de satisfacción y fidelidad.

Si decides especializarte, es importante que te mantengas actualizado con las últimas investigaciones y tendencias en tu campo para ofrecer el mejor servicio posible. Además, considera la posibilidad de obtener certificaciones reconocidas en tu área de especialización para respaldar tu experiencia y conocimientos.

**SI NO TE COMPRAN
ES POR ESTO**

Los clientes que trabajan con entrenadores online pueden enfrentar una serie de problemas o desafíos relacionados con el servicio que reciben. Como entrenador online, es fundamental ser consciente de estos problemas para poder abordarlos de manera efectiva y proporcionar un servicio de calidad.

Falta de atención personalizada. Al no tener un entrenador físicamente presente, algunos clientes pueden sentir que no reciben la misma atención personalizada que tendrían en un entorno de entrenamiento presencial.

Dificultades técnicas. Problemas técnicos con plataformas de videoconferencia, aplicaciones de seguimiento de ejercicios o equipos fitness pueden frustrar a los clientes y dificultar la realización de sus entrenamientos.

Comunicación limitada. La comunicación en línea a veces puede ser menos efectiva que la comunicación en persona. Los clientes pueden experimentar demoras en las respuestas o dificultades para expresar sus necesidades y preocupaciones.

Falta de corrección en tiempo real. A diferencia de un entrenador en persona que puede corregir la forma y la técnica de inmediato, los entrenadores en línea no pueden hacerlo en tiempo real, lo que puede llevar a errores en la ejecución de ejercicios.

Desafíos de motivación. Algunos clientes pueden preocuparse por si están progresando adecuadamente en sus metas fitness y si su entrenador online está ajustando sus programas de manera efectiva.

Evaluación física limitada. La evaluación física completa, que a menudo se realiza en persona, puede

ser limitada en un entorno online, lo que dificulta la comprensión de la condición física actual de un cliente.

Confianza y credibilidad. Algunos clientes pueden cuestionar la credibilidad o la competencia de un entrenador online debido a la falta de interacción en persona.

Para abordar estos problemas, los entrenadores online deben ser proactivos en la comunicación, brindar retroalimentación constructiva, ofrecer planes de ejercicios personalizados y adaptados a las necesidades individuales, y estar dispuestos a ajustar los programas según sea necesario. También es importante establecer una relación de confianza y demostrar experiencia y conocimiento en el campo para ganar la credibilidad de los clientes.

**OFRECE ASÍ TUS
ASESORÍAS ONLINE**

Ofrecer asesorías como entrenador online requiere de una estrategia sólida para atraer clientes, brindar servicios efectivos y mantener una comunicación constante.

Crea un sitio web profesional. Tener un sitio web propio te brinda una plataforma central para presentar tus servicios, tu experiencia, tus tarifas y tus testimonios de clientes. Asegúrate de que sea fácil de navegar y de que contenga información relevante sobre tus ofertas.

Utiliza plataformas de entrenamiento online. Puedes utilizar plataformas diseñadas para entrenadores online, como Trainerize o TrueCoach, para crear y administrar programas de entrenamiento, llevar un seguimiento del progreso de tus clientes y comunicarte con ellos de manera efectiva.

Redes Sociales. Crea perfiles profesionales en redes sociales como Instagram y Facebook para promocionar tus servicios. Publica contenido relevante, como consejos de fitness, demostraciones de ejercicios y testimonios de clientes para atraer posibles clientes.

Marketing de contenidos. Escribe blogs o crea videos relacionados con el fitness y la salud en tu sitio web o en plataformas como YouTube. Esto te ayudará a establecer tu autoridad en tu nicho y atraer a personas interesadas en tu enfoque y conocimientos.

Ofrece sesiones de consulta gratuita. Proporciona sesiones de consulta gratuitas para nuevos clientes. Esto te permite conocer sus objetivos, evaluar sus necesidades y explicar cómo puedes ayudarlos.

Correo electrónico. Recopila direcciones de correo electrónico de clientes potenciales interesados en tus servicios y envía correos electrónicos informativos con ofertas especiales.

Programas de afiliados. Considera establecer un programa de afiliados en el que los clientes existentes obtengan recompensas por referir nuevos clientes a tus servicios.

Colaboraciones. Colabora con otros profesionales del fitness o de la salud para ampliar tu alcance y tu credibilidad. Puedes ofrecer programas conjuntos o promocionar los servicios del otro.

Testimonios y reseñas. Pide a tus clientes satisfechos que escriban testimonios o reseñas sobre su experiencia contigo. Estas reseñas pueden ser poderosas para atraer a nuevos clientes.

Publicidad online. Utiliza publicidad online, como anuncios de Google Ads o anuncios en redes sociales, para promocionar tus servicios y llegar a un público más amplio.

Ofrece contenido exclusivo para suscriptores. Crea contenido exclusivo, como videos de entrenamientos en vivo o planes de nutrición personalizados, para los clientes que se suscriban a tu servicio.

Mantenimiento de una comunicacion constante. Establece canales de comunicación efectivos, como correos electrónicos regulares, videoconferencias o aplicaciones de mensajería, para estar en contacto con tus clientes y brindarles apoyo continuo.

Recuerda que el éxito como entrenador online requiere paciencia y constancia. Construir una base de clientes sólida lleva tiempo, pero con un enfoque profesional y compromiso, puedes establecer un negocio exitoso online.

EL VALOR PERCIBIDO

El valor percibido de tus servicios como entrenador online es fundamental para atraer y retener a tus clientes.

Cuando hablamos de valor percibido nos referimos a cómo tus clientes ven y evalúan la utilidad, los beneficios y la calidad de los servicios que ofreces en relación con el precio que están dispuestos a pagar.

Conocimiento y experiencia. Los clientes valoran el conocimiento y la experiencia que posees. Cuanto más experto seas en tu campo y cuantas más credenciales tengas, mayor será el valor percibido de tus servicios.

Personalización. La capacidad de personalizar los planes de entrenamiento y la atención a las necesidades individuales de cada cliente es esencial. Los programas adaptados a los objetivos y las limitaciones específicas de un cliente aumentarán el valor percibido.

Resultados demostrables. Los clientes valorarán tus servicios en función de los resultados que puedas ayudarles a lograr. Los testimonios de clientes satisfechos y la evidencia de éxito pasado son importantes para demostrar tu capacidad.

Comunicación efectiva. La capacidad de mantener una comunicación clara y efectiva con tus clientes es esencial. Responder rápidamente a preguntas, proporcionar retroalimentación constructiva y ofrecer apoyo emocional contribuyen al valor percibido de tus servicios.

Accesibilidad. Los clientes apreciarán la facilidad de acceso a tus servicios. Esto incluye la disponibilidad de horarios de consulta, respuestas oportunas a correos electrónicos o mensajes y una plataforma de entrenamiento online fácil de usar.

Motivación y apoyo. Proporcionar motivación y apoyo constante puede ser un factor crucial en el valor percibido. Los clientes valoran la motivación y el aliento para mantenerse en el camino hacia sus metas.

Precio justo. Ofrecer un precio que se alinee con la calidad y los beneficios de tus servicios es fundamental. Demasiado caro puede alejar a los clientes, mientras que un precio justo y competitivo aumenta el valor percibido.

Variedad de servicios adicionales. Ofrecer servicios adicionales, como asesoramiento nutricional o seguimiento regular, puede aumentar el valor percibido de tus servicios al brindar un enfoque integral para alcanzar los objetivos de fitness.

Garantías y políticas claras. Establecer políticas claras sobre reembolsos, cambios en los planes de entrenamiento y otros aspectos administrativos puede aumentar la confianza y el valor percibido de tus servicios.

En última instancia, el valor percibido es subjetivo y puede variar de un cliente a otro. Es importante comunicar de manera efectiva los beneficios que ofreces y estar dispuesto a adaptar tus servicios para satisfacer las necesidades y expectativas individuales de cada cliente.

¿Quieres tener la libertad de trabajar donde quieras y cuando quieras? ¿Estás buscando la mejor forma para ti de captar y retener clientes en automático? ¿Quieres vivir del fitness online invirtiendo menos de 2 horas al día y no sabes por dónde empezar?

¡En Vive Del Fitness te ayudamos!

HAZ CLICK AQUÍ Y...
¡SOLICITA YA TU MENTORÍA!



@vivedelfitness.es

Agencia de Márketing Digital