



PLANIFICACIÓN DE VENTAS Y MARKETING

¡Conoce y comienza a
hacerlo ahora!

Athletic

Indice

¿POR QUÉ TENER UN PLAN DE VENTAS SÓLIDO Y CÓMO CONSTRUIR UNO?.....	3
ENTENDER LA IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN DE VENTAS.....	4
CONOCER A TU CLIENTE.....	5
CONOCER A TU COMPETIDOR.....	6
MEJORAR TUS HABILIDADES DE VENTAS.....	7
CÓMO DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA PARA RETENER CLIENTES.....	8
CONSTRUIR RELACIONES SÓLIDAS CON LOS CLIENTES.....	9
ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN DE CLIENTES.....	10
ELEGIR EL MEJOR MÉTODO DE GESTIÓN DE LA PLANIFICACIÓN DE VENTAS.....	12
¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE LA PLANIFICACIÓN DE MARKETING Y CÓMO HACERLO?.....	14
PASOS PARA LA PLANIFICACIÓN DE MARKETING.....	15
MAPEAR EL RECORRIDO DEL CLIENTE.....	17
RECOMENDACIÓN DE LIBROS.....	19
¿POR QUÉ ATHLETIC?.....	20

¿POR QUÉ TENER UN PLAN DE VENTAS SÓLIDO Y CÓMO ELABORARLO?

Para vender más equipos y servicios de fitness, necesitas un enfoque estratégico y bien estructurado. Tus clientes—propietarios de gimnasios, entrenadores personales y centros de fitness—buscan productos de alta calidad que les brinden una ventaja competitiva. Entender sus necesidades y diferenciarte de la competencia es clave.

Aunque la decisión final está en manos del cliente, tener un plan de ventas poderoso facilita mucho la conversión de prospectos en clientes a largo plazo. Piénsalo como prepararte para una competencia de fitness—quienes aplican las mejores técnicas, estrategia y consistencia logran el éxito.

Para construir una estrategia de ventas ganadora, debes centrarte en cada etapa del proceso—desde atraer a los propietarios de gimnasios y profesionales del fitness hasta garantizar la lealtad del cliente y las ventas repetidas.

Warehouse in Nantong -
China.

ENTENDER LA IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN DE VENTAS

Un plan de ventas bien definido ayuda a predecir **tendencias en la industria del fitness**, establecer objetivos de ingresos, asignar recursos y definir estrategias de marketing. Ya sea vendiendo a **gimnasios comerciales, hoteles, universidades o estudios de entrenamiento personal**, un plan estructurado garantiza un crecimiento sostenible.

Además, muchas empresas de fitness utilizan **programas de incentivos** para recompensar a sus mejores vendedores. Implementar comisiones, bonificaciones o programas de fidelización para compradores recurrentes puede **aumentar la motivación y mejorar el rendimiento en ventas**.

CONOZCA A SU CLIENTE

Entender a tu público objetivo es crucial. Los **propietarios de gimnasios, los entusiastas del fitness y los programas de bienestar corporativo tienen necesidades diferentes**. Analizar sus demandas ayudará a crear un **enfoque personalizado**. **Mantén una base de datos de clientes** y recopila información a través de encuestas, historial de compras y comentarios para mejorar tu oferta. Estos métodos ayudan a crear campañas de marketing más personalizadas y efectivas, fortaleciendo tu relación con tu audiencia.



CONOZCA A SU COMPETIDOR

Tus competidores directos son empresas que se dirigen al mismo público con productos y soluciones de fitness similares. El experto en marketing Philip Kotler destaca tres métricas esenciales para hacer un seguimiento de los competidores:

Cuota de Mercado

¿Qué porcentaje de la industria del fitness controla tu competidor?

Parte de la Mente

Cuando las personas piensan en equipos de fitness, ¿piensan en tu marca?

Parte del Corazón

¿Los clientes prefieren tu marca al comprar equipos de gimnasio?

Al estudiar a los competidores, sus precios, puntos de venta únicos y reseñas de clientes, puedes mejorar tu posicionamiento y el mensaje de tu marca para ganar más clientes.

MEJORE SUS HABILIDADES DE VENTA

Vender equipos de fitness requiere más que solo **conocimiento del producto**: exige comprender cómo estos productos benefician al usuario final. **Capacita a tu equipo de ventas** para comunicar cómo tu equipo mejora la eficiencia del gimnasio, **potencia los resultados** del entrenamiento y ayuda a los **propietarios de negocios a atraer y retener miembros**.



CÓMO DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA PARA RETENER CLIENTES

Los clientes leales generan ingresos consistentes. Para mantener a los propietarios de gimnasios y profesionales del fitness regresando, utiliza estas estrategias de retención:

- **Descuentos por volumen:** Premia las compras al por mayor.
- **Venta cruzada:** Sugiere productos complementarios, como combinar cintas de correr con monitores de frecuencia cardíaca.
- **Venta adicional:** Ofrece versiones premium de tu equipo.

Garantías extendidas y planes de mantenimiento: Proporciona soporte a largo plazo a los propietarios de gimnasios.

Un negocio de fitness prospera en la confianza y los resultados. Asegurar un servicio de alta calidad, resolver problemas rápidamente y hacer seguimientos constantes convertirá a los compradores en clientes leales.

Para ser un vendedor exitoso, aborda el desafío con pasión y profesionalismo. Sigue aprendiendo: lee buenos libros sobre el tema y asiste a seminarios relevantes. Esto ampliará tu perspectiva sobre ventas y reforzará que el proceso de ventas no termina una vez que se cierra el trato.



CONSTRUIR RELACIONES SÓLIDAS CON LOS CLIENTES

Philip Kotler afirma que:

"Adquirir nuevos clientes cuesta entre 5 y 7 veces más que retener a los existentes."

Tan importante como ganar nuevos clientes es mantener a los actuales. Para lograr esto, los clientes deben sentirse seguros acerca de tu marca y los profesionales que la representan.

Los clientes leales tienen más probabilidades de promover tu marca a través del marketing de boca a boca.



ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN DE CLIENTES

Usa un sistema CRM: Recopila y gestiona datos valiosos de los clientes.

Establece contratos: Interactúa con los clientes más allá de solo realizar una venta.

Realiza encuestas de satisfacción: Recoge comentarios de los clientes y analiza los resultados.

Resuelve problemas de manera eficiente: Aborda los problemas de manera rápida y directa.

Cumple con tus promesas: Evita hacer compromisos que no puedas cumplir.

Aprovecha las ocasiones especiales: Usa las festividades y eventos para promover tus productos.

Utiliza las redes sociales: Trata las plataformas sociales como canales clave de comunicación—nunca dejes a un cliente sin respuesta.

Los desafíos surgirán y los competidores intentarán capturar tu cuota de mercado.

La clave del éxito es monitorear continuamente tus estrategias, ajustar métodos y mejorar a través del desarrollo profesional.

Un vendedor exitoso debe trabajar a través de diferentes fases de ventas: atraer, retener y recuperar clientes. También es importante evitar errores comunes, como se discutirá en la siguiente sección.



ELEGIR EL MEJOR MÉTODO DE GESTIÓN DE LA PLANIFICACIÓN DE VENTAS

La planificación de ventas implica establecer objetivos comerciales, definir las necesidades de contratación, perfeccionar los discursos de ventas, seleccionar las herramientas adecuadas e identificar oportunidades de mercado. Aunque definir estos aspectos es sencillo, el desafío radica en ejecutarlos correctamente.

Existen dois enfoques principales para gestionar la planificación de ventas:

- **Modelo en cascada:** Este enfoque secuencial describe pasos claros de manera estructurada, comenzando con la recopilación de los requisitos del cliente, seguida de la estimación de costos, establecimiento de plazos y seguimiento del progreso. Cada fase (análisis, construcción, pruebas y despliegue) debe completarse antes de pasar a la siguiente.

- **Ventajas del Modelo Waterfall:** Estructura clara y pasos definidos. Más fácil de gestionar en proyectos grandes.
- **Metodología SCRUM:** Este modelo ágil se enfoca en ciclos de ventas más pequeños e incrementales (máximo de 3 meses). Permite ajustes a lo largo del proceso, lo que lo hace altamente adaptable.
- **Ventajas de SCRUM:** Flexibilidad para cambiar planes durante la ejecución. Retroalimentación más rápida y mejoras continuas.

Consejo: Utiliza herramientas de gestión de proyectos como **Trello** o **Monday.com** para mantenerte organizado.



¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE LA PLANIFICACIÓN DE MARKETING Y CÓMO HACERLO?

La planificación de marketing te ayuda a organizar tu negocio y aumentar las ventas. Con un plan estructurado, puedes delinear tu estrategia, establecer plazos y ejecutar tareas de manera eficiente.

Un plan de marketing bien definido también mejora la competitividad de tu marca y su presencia digital. Cuando tus estrategias de marketing se alinean con los objetivos de tu negocio, tus productos y servicios ganan reconocimiento, fortaleciendo tu posición en el mercado.

PASOS DE LA PLANIFICACIÓN DE MARKETING

Un plan de marketing estructurado aumenta la competitividad de tu negocio en el mercado y su presencia en línea. Cuando las estrategias se alinean con la misión de tu empresa, tus productos y servicios ganan visibilidad y credibilidad.

DEFINE TUS OBJETIVOS

Todo plan comienza con objetivos claros. Los objetivos comunes incluyen:

Aumentar las ventas

Mejorar el reconocimiento de la marca

Ampliar la presencia en línea

Superar los objetivos del año pasado

IDENTIFIQUE SU BUYER PERSONA

Una persona es una representación detallada de tu cliente ideal, que incluye sus metas, necesidades de equipos, miedos, intereses, pasatiempos, antecedentes familiares y nivel de ingresos. Cuantos más detalles recopiles, mejor podrás adaptar tus esfuerzos de marketing.

Puedes tener más de una persona, por ejemplo: Si tengo un restaurante en la playa, tal vez mi público objetivo no sean SOLO los clientes hambrientos, ¿y si puedo atraer a madres para que laven los pies de sus hijos, que están sucios de arena? Entonces, sería necesario mapear también a este público objetivo.

Piensa fuera de la caja.



TRAZAR EL RECORRIDO DEL CLIENTE

Entender el viaje del comprador te ayuda a guiar a los clientes potenciales hacia una compra. El viaje consiste en:



Etapa de sensibilización:

El cliente se da cuenta de que tiene un problema o necesidad.



Etapa de Consideración:

Investigarán posibles soluciones.



Etapa Decisión:

Evalúan las opciones y realizan la compra.

Una empresa no puede sobrevivir en el mercado sin una planificación **efectiva de ventas y marketing.**

Un plan de ventas ayuda a estructurar los procesos de ventas, organizar los equipos y prepararse para las fluctuaciones del mercado. Un **plan de marketing** te ayuda a identificar, atraer y retener clientes. Entender a tu audiencia te permite elegir las estrategias adecuadas, aumentar la visibilidad y aumentar las ventas.

Por lo tanto, si diriges un negocio, siempre planifica tus acciones, involucra a tu equipo y enfócate en las mejores estrategias de ventas y marketing para lograr resultados sobresalientes. ¡Considera asociarte con una agencia de marketing para ayudarte a desarrollar estrategias de comunicación efectivas y atraer más clientes!



RECOMENDACIÓN DE LIBROS

Libros que realmente nos gustan y recomendamos sobre este tema:

Descifrar el código de la gestión de ventas

Ingresos previsibles

La semana laboral de 4 horas

Empezar por el porqué

POR QUÉ ATHLETIC?

En **Athletic Vision Fitness**, hemos construido la base de **"Why Athletic"** para ayudar a que tu negocio crezca con planificación estratégica, productos de alta calidad y un soporte inigualable. Ya sea que busques equipos confiables, estrategias de marketing poderosas o logística sin problemas, tenemos todo lo que necesitas para tener éxito. ¡Asóciate con nosotros hoy y lleva tus ventas al siguiente nivel—**crezcamos juntos!**

CONOCIMIENTO

- Athletic: Empresa mundial de fitness con más de 38 años de experiencia.
- Especializada en la fabricación de motores y componentes electrónicos.
- Presencia en más de 40 países. Compite con marcas líderes en todo el mundo.

SOLUCIÓN LOGÍSTICA ÚNICA

- M00 BAJ0 - Productos de alta mezcla en el mismo contenedor.
- CONSOLIDACIÓN - Combinación de cartera de diferentes lugares.
- Productos listos para enviar.
- Gestionar la logística interior.

OFERTA COMPLETA Y COMPETITIVA

- Athletic suministra equipos de fitness, Pilates y accesorios para gimnasios.
- Diseños exclusivos elaborados por el equipo de R+D.
- Rigurosos procesos de prueba y homologación.

SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- Los clientes obtienen un 1% de piezas de repuesto gratuitas con la compra.
- Piezas de repuesto adicionales disponibles durante el período de garantía.
- Piezas de repuesto originales disponibles hasta 5 años después de que finalice la garantía.
- Equipo de back-office multilingüe para asistencia.

CALIDAD FIABLE

- Incorpora sistemas de producción de alta tecnología.
- Mantiene un fuerte control de calidad en toda la fabricación.
- Utiliza materias primas adecuadas para mejorar el rendimiento del producto.
- Realiza controles de calidad finales mediante inspecciones previas al envío.



APOYO COMERCIAL Y DE MARKETING

- Estrategias de marketing locales y globales a medida.
- Consultoría de marketing para mejorar la eficacia.
- Apoyo en la organización de eventos y exposiciones.

Athletic

Consúltenos para una reunión o envía un correo:

marketing@athleticvisionfitness.com

La mejor solución de fitness en 5 continentes

www.athleticvisionfitness.com

