

Gestión de un club de raqueta

TEXTO: ALBAN DE LEÓN GOJIN, DIRECTOR DE PROYECTOS DE GRUPOPROJECT.

Debido a la gran competencia que suponen los nuevos centros deportivos con gran variedad de actividades, los clubes tradicionales de raqueta que ofrecen a sus socios/abonados deportes como tenis, pádel, squash, frontón... deben

evolucionar y ofrecer actividades y servicios atractivos a este nuevo mercado que busca conseguir sus objetivos, sea de salud, deporte, etc., en un único centro que le ofrezca las máximas facilidades para ello.

Muchos de los cambios a los que se tienen que enfrentar los clubes tradicionales se deben a la evolución del perfil del cliente de este tipo de instalaciones que ha pasado de ser socio propietario de un club (e incluso con derecho a voto en las asambleas anuales que entre otras decisiones, deciden quienes van a ser los dirigentes del propio club así como la estrategia a seguir a corto y medio plazo) a buscar aquel centro que mejor satisfaga sus necesidades.

Por lo tanto se ha evolucionado de un socio fiel al 100% de su club a ser un abonado que no se siente identificado de por vida con su club, mucho menos fiel, convirtiéndose éste en uno de los mayores problemas de los centros deportivos en la actualidad. La fidelización es uno de los mayores objetivos de los centros actualmente debido a este cambio y al incremento de la competencia que hace que la rotación sea muy elevada.

Tendencias del mercado. De club tradicional a club multiservicios

Debido a la preocupación cada vez mayor de las personas por su salud, los clubes se reorganizan intentando cubrir esta demanda y diversificando sus instalaciones y servicios buscando

do nuevas vías de ingresos. Se está pasando de un club que únicamente ofrecía pistas de tenis, a ofrecer un abanico de ofertas impensables hasta hace pocos años.

Si bien el ofrecer nuevas instalaciones y servicios que atraigan a nuevos abonados a sus instalaciones



