

ESTRATÉGIA DE MARKETING E ADERÊNCIA DE CLIENTES AO SERVIÇO DE MUSCULAÇÃO

Pesquisador(es): LUTEREK, Patrícia; ZAWADZKI, Patrick

Curso: Educação Física

Área: Ciências da Vida

Resumo: O grande desafio daqueles que defendem a prática do exercício físico é fazer com que este se torne parte do cotidiano de todas as pessoas. Para tanto, as academias apostam em estratégias de marketing a fim de manter seus clientes praticando durante toda sua vida. Essa pesquisa teve como objetivo descrever a impressão dos clientes acerca das estratégias de marketing com o objetivo de aumentar a aderência ao serviço de musculação. Foram realizadas entrevistas com perguntas abertas de forma espontânea e intencional aos clientes da academia Cia do Corpo de Chapecó, SC. Os resultados mostraram que o cliente sempre está atento ao que está sendo oferecido dentro da academia e ao que pode ser melhorado. Além disso, a estratégia de marketing utilizada pela academia foi aceita pelos clientes que se mostraram satisfeitos e reconheceram sua existência. Mencionaram que o atendimento, a qualidade dos professores e os pacotes promocionais produzem aderência porque fazem diferença no momento da escolha e na opção por frequência do cliente ao serviço de musculação. Percebeu-se que todas as ações de marketing, desde as ações com custo mais elevado até aquelas com custo menor, contribuem para aderência dos clientes. A aderência aos programas e permanência do cliente na academia parecem estar diretamente relacionadas à satisfação quanto aos serviços e atenção recebida pela equipe da academia. Essa pesquisa procurou contribuir para que os proprietários e administradores de academias possam usar de maneira eficaz as estratégias de marketing e relacionamento para atrair e fidelizar seus clientes.

Palavras-chave: Academia. Musculação. Marketing. Estratégia. Aderência.

E-mails: luterek.patricia@gmail.com; patrick.zawadzki@unoesc.edu.br