



# BRIDGE TRAINING

# MARKETING & SOCIAL MEDIA

Las redes sociales son una parte integral de la estrategia de marketing global de tu estudio. Se anima a los propietarios, directores generales e instructores a publicar e interactuar con el estudio. Sin embargo, ten en cuenta que la imagen que proyectas puede atraer a los miembros o ahuyentarlos. Es fundamental que comprendas los matices del uso de las redes sociales para atraer a nuevos miembros a tus clases.

Las redes sociales consisten en crear una comunidad para sus miembros y clientes potenciales. La mejor manera de aumentar o hacer crecer tu comunidad en tus sitios de redes sociales es animar a los nuevos miembros a que den «Me gusta» o sigan tus sitios cuando vengan al estudio. Aconseja a los nuevos miembros que esta es la mejor manera de mantenerse en contacto con el estudio y de mantenerse informados sobre eventos, promociones, sorteos y horarios de clases.

Los propietarios, directores generales, personal de ventas e instructores pueden trabajar juntos para crear una presencia online única sin dejar de respetar la imagen de marca de Club Pilates. Las redes sociales de Club Pilates deben mostrar la experiencia de Club Pilates y ser lo más parecido a estar en el estudio, aparte de estar físicamente allí. Las ayudas visuales, como vídeos y fotos, son especialmente impactantes para ayudar a un nuevo miembro potencial a imaginarse a sí mismo en el estudio. Quieres que se imaginen lo que significa “Do Pilates. Do Life” y ser miembro de la familia Club Pilates. Alineado con la imagen de Club Pilates como marca de salud y bienestar, tu misión es representar y promover con orgullo el estudio dentro de la comunidad.

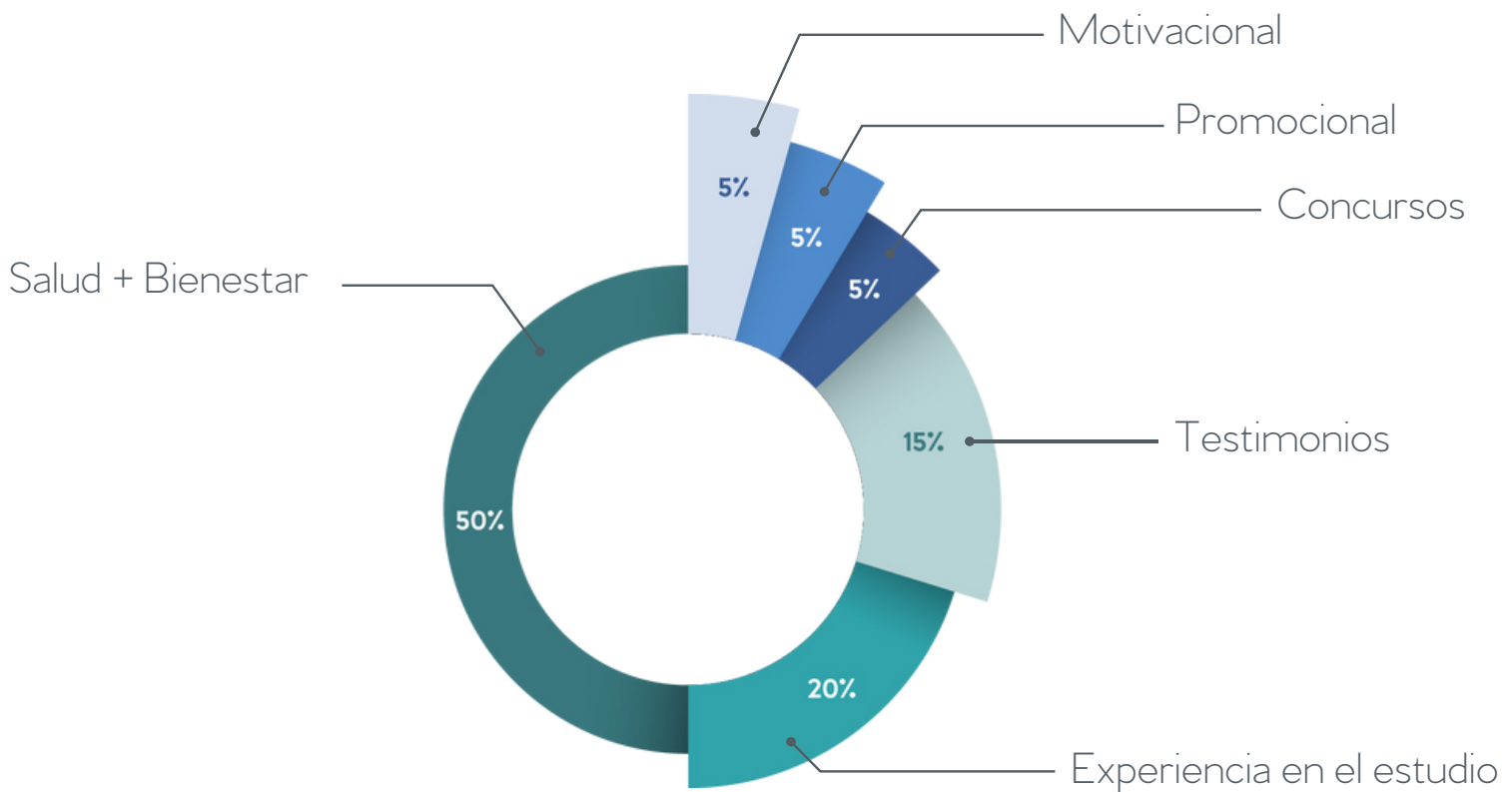




# BRIDGE TRAINING

# SOCIAL MEDIA

## DESGLOSE DE CONTENIDO



### **PUBLICACIONES SOBRE SALUD Y BIENESTAR - 50 %**

Publica regularmente sobre temas relacionados con la salud y el bienestar. Considera utilizar las “cuatro fuentes de energía”, que son comer bien, descansar, hacer ejercicio y meditar. Otros temas específicos dentro de estas categorías podrían incluir recetas saludables, los beneficios de la naturaleza para el cuerpo y el alma, ejercicio fuera del estudio, incluyendo pasatiempos saludables y deportes, técnicas de relajación para el estrés diario, meditación, incentivos diarios o inspiración y consejos de entrenamiento de los instructores de Club Pilates que comuniquen los valores fundamentales de la marca Club Pilates.





# BRIDGE TRAINING

# SOCIAL MEDIA

# DESGLOSE DE CONTENIDO

## **EXPERIENCIA EN EL ESTUDIO - 20 %**

Publica imágenes y vídeos del estudio, los instructores, las clases en acción y los eventos de tu comunidad. Atraer a tu público en Internet a través de imágenes y vídeos les ayuda a sentirse parte del estudio. Tu contenido de vídeo debe ser cálido y acogedor para que los espectadores comprendan que son realmente bienvenidos a unirse a la familia Club Pilates.

Una vez que tu estudio esté consolidado, este tipo de contenido debería constituir la mayor parte de tus publicaciones. Utiliza tus páginas en redes sociales como herramienta para retener a los miembros. Cuanto más involucrados se sientan tus miembros en el negocio al formar parte de la familia Club Pilates, menos probable será que cancelen su membresía.

Destaca los hitos importantes de tus miembros, como cumpleaños, alcanzar las 100 clases y miembros que lucen prendas de Club Pilates en clase. Comparte vídeos de clases con subtítulos que indiquen el estilo y el nivel para que los miembros se interesen por tus otras ofertas. Si tienes una baja asistencia en una de tus clases, ¡intenta anunciarla a través de tus canales sociales!

## **TESTIMONIO - 15 %**

Comparte testimonios reales de clientes, incluyendo historias divertidas, interesantes y emotivas sobre clientes que han tenido una experiencia positiva en el estudio. ¡Echa un vistazo a las páginas de otros estudios para inspirarte! Puedes tomar una foto y compartir la historia en el pie de foto o preguntar al miembro si le gustaría compartir un vídeo.

Recuerda que este es un componente clave para atraer a muchos clientes potenciales a probar tus clases. Nada vende mejor que los testimonios sinceros y significativos. Nos llegan a nivel personal y funcionan tan bien porque ninguno de nosotros quiere que le “vendan” algo, pero sí queremos que nos “cuenten” algo.





# BRIDGE TRAINING

# SOCIAL MEDIA

# DESGLOSE DE CONTENIDO

## **PUBLICACIONES GENERALES/OBTENER MERCANCÍA GRATUITA - 5 %**

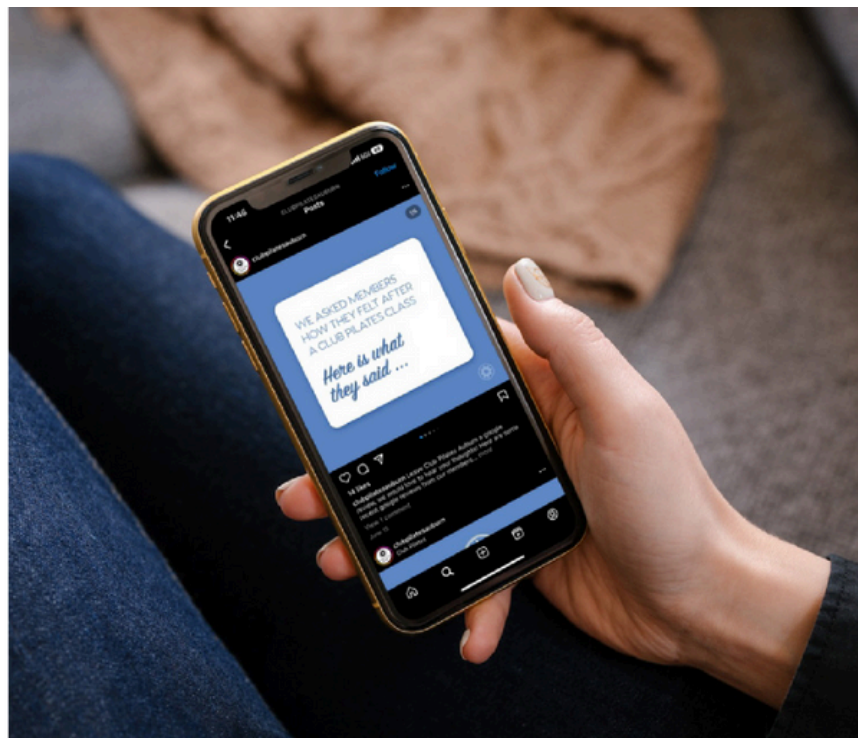
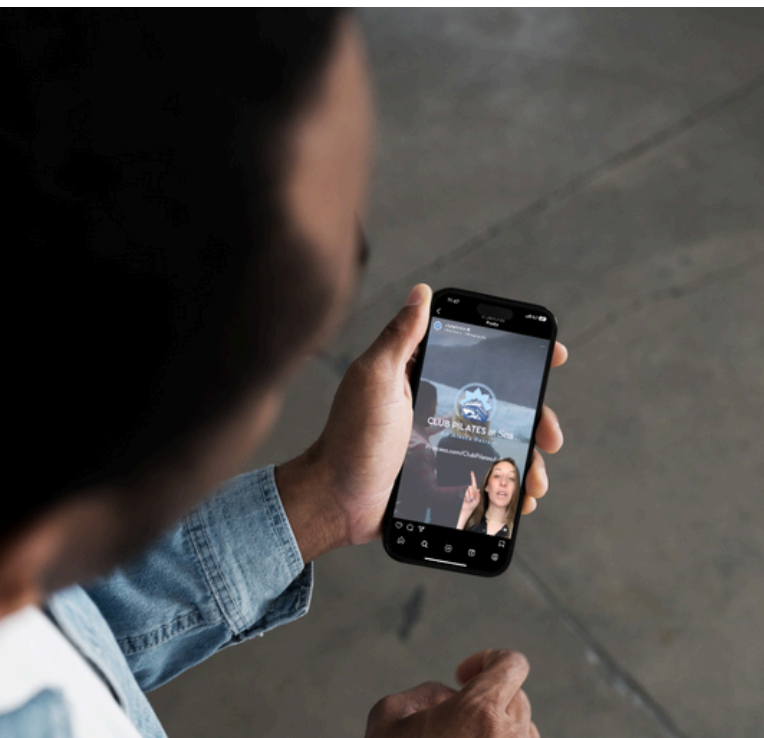
Estos mensajes serán publicaciones generales sobre la aplicación Club Pilates, anuncios y concursos en línea para obtener mercancía gratuita, diseñados para aumentar la participación de los miembros en los perfiles de redes sociales.

## **MOTIVACIONALES E INSPIRADORES - 5 %**

Publica textos motivacionales para animar a las personas a llevar una vida más saludable y a cumplir sus objetivos de fitness.

## **PROMOCIONALES - 5 %**

Publica promociones generales de fin de mes, como descuentos. Anima a los miembros a traer a sus amigos al estudio para que disfruten de clases de intro. (No promociones en exceso en tus canales sociales, ya que esto aleja a las personas de seguir tus páginas).





# BRIDGE TRAINING

# CANALES SOCIALES

# RECOMENDADOS

## FACEBOOK

Con más de 2000 millones de usuarios activos al mes, Facebook es una de las plataformas más populares entre particulares y empresas. Para tu negocio, Facebook es un lugar donde compartir fotos, actualizaciones, información y noticias generales con tus seguidores. Debes publicar cosas que hagan que tu público interactúe con tus publicaciones, que gusten, comenten y compartan. Como instructor, puedes interactuar con las publicaciones del estudio desde casa dando “Me gusta”, comentando y compartiendo.

## INSTAGRAM

Instagram es un servicio online de intercambio de fotos y vídeos y una red social. La aplicación permite a los usuarios tomar fotos y vídeos y compartirlos con amigos, seguidores. Instagram es la segunda red social más grande, con más de mil millones de usuarios activos. Te animamos a crear una cuenta profesional en la que publiques e interactúes estrictamente como profesional de Pilates, fitness o bienestar, y mantengas tu vida personal separada. Es recomendable evitar mensajes políticos, fotos con poca ropa y cualquier cosa personal que no quieras que vean todos tus clientes.

### MEJORES MOMENTOS PARA PUBLICAR:

Por la mañana antes del trabajo, a la hora del almuerzo y al final de la jornada laboral. Asegúrate de utilizar # (hashtags) y @ (arroba). Cuando utilices tus cuentas de Facebook e Instagram, asegúrate de etiquetar tantos temas y personas relevantes como sea posible. Los hashtags ampliarán el alcance de una publicación a personas que buscan información basada en temas, en lugar de llegar solo a tus seguidores.

### HASHTAGS RECOMENDADOS:

#Pilates, #DoPilatesDoLife, #PilatesInstructor #ClubPilates, #ClubPilatesInstructor, #PilatesLover, #ClubPilates[NombreDelEstudio]





# BRIDGE TRAINING

# GUÍA DE REDES SOCIALES

Las fotos y los vídeos deben ser siempre de alta calidad y deben ser siempre apropiados e interesantes para el público objetivo.

**Nota:** Cualquier vídeo o imagen que muestre un entorno de clase debe reflejar siempre métodos de enseñanza y vestimenta adecuados, incluyendo calcetines antideslizantes. Si se muestran movimientos avanzados, indique el nivel y el estilo de clase adecuados.

- El contenido fotográfico y de vídeo no tiene por qué estar grabado o editado profesionalmente para ser valioso en las redes sociales. A continuación, se ofrecen algunos consejos para tomar fotos de calidad con el teléfono:
  - Iluminación:** Intenta utilizar fuentes de luz natural, como una ventana grande, para ayudar a iluminar las imágenes. La luz difusa favorece la piel en los retratos y elimina las sombras duras.
  - Fondo:** Evita incluir en el fondo algún elemento que distraiga la atención del enfoque de la composición. Asegúrate de que el estudio esté limpio y luminoso. Elimina cualquier desorden.
  - Ángulos de la cámara:** Piensa en cuántas formas diferentes puedes fotografiar al sujeto o entorno sin perder tu intención. Por ejemplo, en lugar de una foto de un instructor enseñando, ¿por qué no hacer un primer plano de un aparato y las manos? Utiliza diferentes ángulos para variar el contenido de tus publicaciones y mantener el interés del público.
- Cuando grabes un vídeo, ten en cuenta el ángulo de la cámara. Los vídeos en formato horizontal ofrecen una mejor calidad y facilidad de visualización, especialmente en Facebook. Los vídeos de Instagram Stories deben ser los únicos que se graben en vertical.
- Asegúrate de que las fotos y los vídeos sean apropiados. No publiques contenido sexualizado, formas inapropiadas, lenguaje vulgar o contenido con mensajes contrarios a la marca Club Pilates.
- Evita temas que sean de alguna manera políticos o religiosos.
- Sé selectivo con tu contenido. Tómate el tiempo necesario para seleccionar contenido que represente a la marca de manera favorable.
- Pide opiniones a tu comunidad de Club Pilates. Haz todo lo posible por responder a los comentarios, mensajes y publicaciones en el muro de los usuarios. Incluso si solo se trata de un breve agradecimiento por compartir, siempre reconoce cada respuesta.





# BRIDGE TRAINING

# GUÍA DE REDES SOCIALES

## FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN

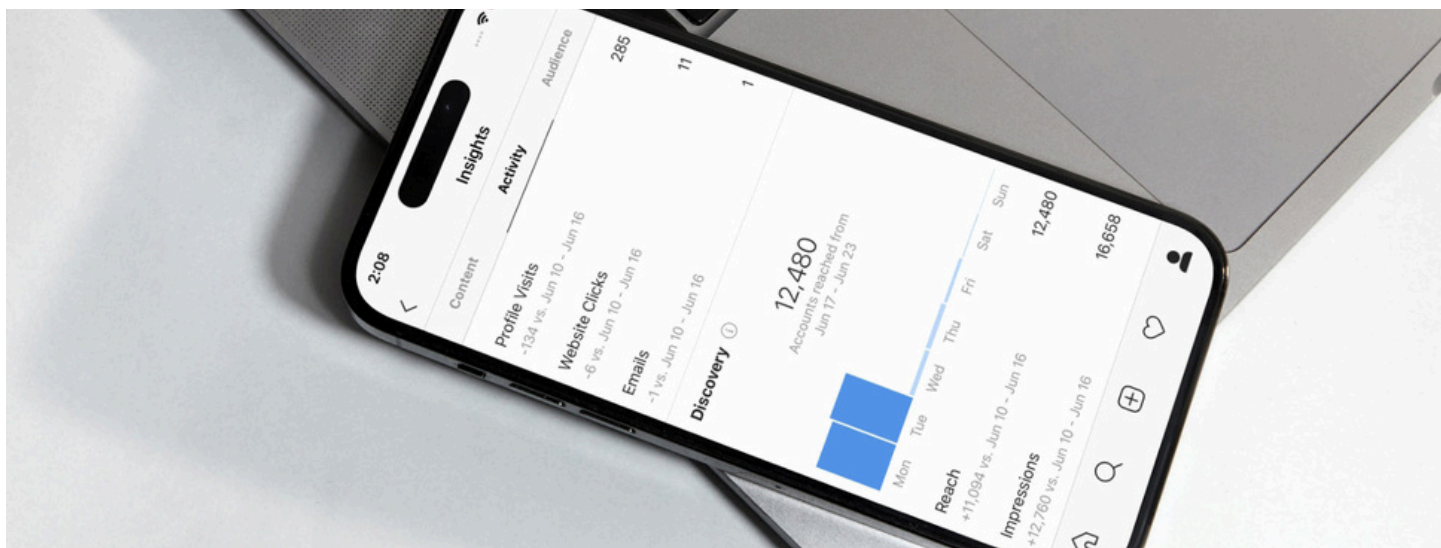
A nuestros seguidores les encanta Club Pilates y queremos mantenerlos al día de lo que ocurre en nuestra comunidad. Basta con publicar entre una y dos veces al día. Por regla general, lo mejor es publicar por la mañana, a la hora del almuerzo y después del horario laboral habitual. Una vez que tu página empiece a tener más publicaciones y seguidores, podrás utilizar la herramienta Insights para descubrir con mayor precisión cuáles son los mejores momentos para publicar.

## AUMENTAR LA PARTICIPACIÓN

Las redes sociales pueden utilizarse para crear nuevos negocios al exponer a los clientes potenciales a la experiencia que tendrían al convertirse en miembros. Cuando los miembros comparten una publicación, sus amigos pueden ver la experiencia de Club Pilates y aumentarán el alcance orgánico de tu contenido.

La participación es la clave para una página de redes sociales exitosa. Te permite medir cuáles de tus mensajes han sido escuchados. Aquí hay algunos consejos útiles para aumentar tu participación:

- Responde a cada comentario para crear una interacción significativa. El algoritmo de Facebook aumentará el alcance de las publicaciones en las que detecte una conversación significativa.
- Localiza el contenido proporcionando el nombre específico de tu estudio, etiquetando a los miembros o a las empresas locales, etiquetando la ubicación y manteniéndote al día de las noticias y eventos de la comunidad.
- Utiliza la herramienta Insights para averiguar qué publicaciones obtienen las tasas de interacción más altas y comparte más publicaciones similares a estas.





# BRIDGE TRAINING

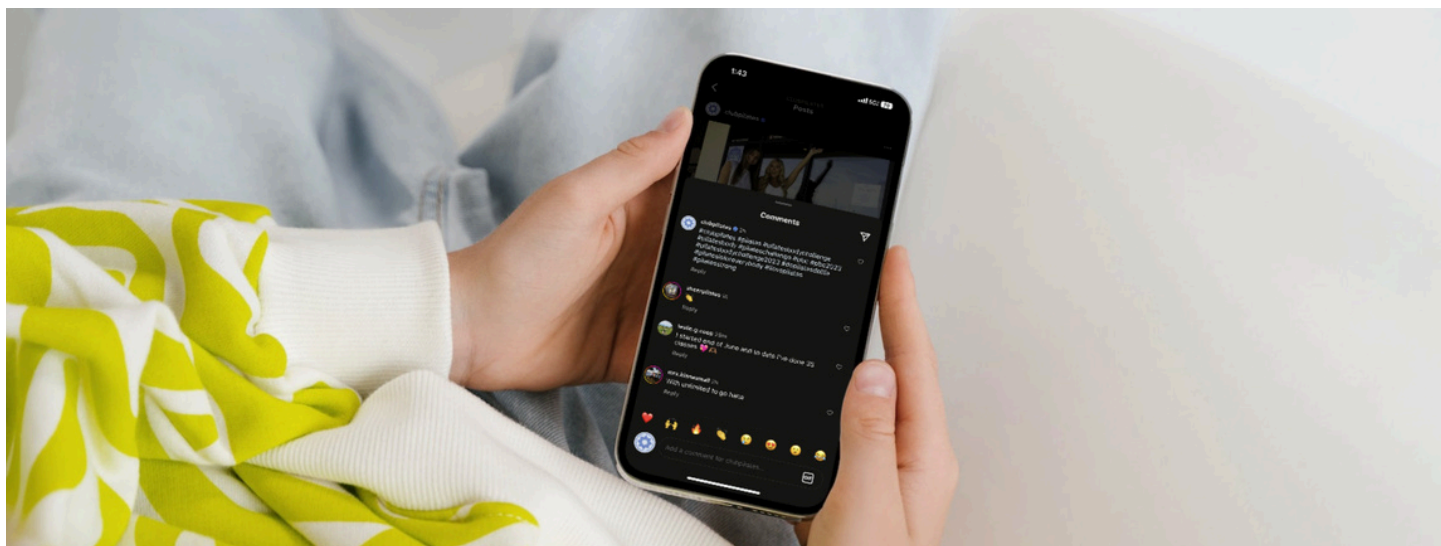
# GUÍA DE REDES SOCIALES

## EVITE LOS MENSAJES COMERCIALES

Las redes sociales son un entorno más informal que los medios tradicionales, donde los usuarios esperan interactuar y comunicarse a un nivel más personal. Por lo tanto, la comunicación debe seguir siendo personal e informal. Equilibra las ofertas promocionales con la conversación y la interacción humana genuina con su comunidad. Estás proporcionando información y un servicio atento. Ahuyentarás a los clientes potenciales si perciben que solo te importa promocionar y vender. A nadie le gusta sentir que le están vendiendo algo. Asegúrate de mantener las conversaciones de ventas en mensajes privados o por teléfono. Los miembros no quieren verse inundados de publicaciones de ventas y es probable que dejen de seguir la página. Para evitar una guerra de ofertas con los competidores locales, no publiques los precios en línea.

## SERVICIO AL CLIENTE + COMENTARIOS NEGATIVOS

Responde inmediatamente a cualquier comentario negativo en tus redes sociales. El protocolo adecuado es reconocer su publicación públicamente, pedir más información si es necesario, contactar con ellos directamente por teléfono si es posible y, por último, hacer todo lo posible por remediar su queja mientras documentas tus acciones e interacciones. Un buen servicio de atención al cliente es la base de unas prácticas comerciales sólidas. Considera una queja como una oportunidad. Un cliente insatisfecho al que se trata con respeto y se le resuelve su problema a su satisfacción es un valioso converso. La mayoría de nosotros perdonamos un error si se hacen esfuerzos por disculparse y repararlo. Piensa en qué historia quiere que este cliente difunda a los cuatro vientos: su mala opinión sobre su negocio o su queja, que fue debidamente reconocida y resuelta a su entera satisfacción.





# BRIDGE TRAINING

# GUÍA DE REDES SOCIALES

## MEJORES PRÁCTICAS PARA CUENTAS PERSONALES

Como instructor, te animamos a utilizar tus propias cuentas en redes sociales para compartir publicaciones del estudio y de las cuentas corporativas de Club Pilates. No es un requisito (a menos que se especifique en tu contrato con el estudio), pero es una forma de promocionar tu estudio e interactuar con tus socios y la comunidad. Muchos instructores optan por crear su propio contenido para sus cuentas de redes sociales y, a menudo, etiquetan al estudio y otras cuentas de Club Pilates. Te animamos a crear contenido positivo sobre Pilates y a respetar las normas sobre lo que se debe y no se debe hacer al publicar sobre tu afiliación a Club Pilates.

### LO QUE SE DEBE HACER

- Lo ideal, aunque no es obligatorio, es **crear una cuenta profesional** en la que publiques e interactúes estrictamente como profesional de Pilates, fitness o bienestar, y mantener tu vida personal separada.
- Cualquier vídeo o imagen que muestre una clase debe reflejar siempre los métodos de enseñanza adecuados y la vestimenta adecuada, incluidos los calcetines antideslizantes. Si se muestran movimientos avanzados, **indica siempre el nivel y el estilo de la clase.**
- Cuando muestres vídeos tuyos, **lo ideal es que muestres movimientos que estén aprobados para enseñar en las clases grupales de Club Pilates.** Si estás demostrando movimientos avanzados que no están aprobados para las clases grupales, asegúrate de indicarlo en los comentarios. Puedes incluir un comentario para promocionar sesiones privadas o semiprivadas para clientes que deseen trabajar en movimientos más avanzados que no son adecuados para las clases grupales.
- **Mantén comentarios positivos e inclusivos.** El lenguaje discriminatorio nunca es apropiado.

### LO QUE NO SE DEBE HACER

- Evita mensajes políticos, fotos con poca ropa y cualquier cosa personal que no desees que vean todos tus clientes.
- No participes en comentarios negativos relacionados con Club Pilates o tu estudio específico. Si recibes comentarios negativos en tu publicación, responde educadamente o elimina la publicación. Si no deseas participar en los comentarios, asegúrate de desactivarlos en la configuración.

**Recuerda que el hecho de que hayas visto algo en las redes sociales, incluso en la página de un estudio de Club Pilates, no significa que sea adecuado o apropiado enseñarlo en tus clases grupales.**





# BRIDGE TRAINING MARCA CLUB PILATES

## FOTOS EN EL ESTUDIO

Club Pilates realiza sesiones fotográficas en varios estudios a lo largo del año, a las que tienen acceso los propietarios y la dirección de los estudios. Cuando realices tus propias imágenes, asegúrate de que la sala esté limpia, el equipo esté correctamente instalado y las imágenes sean nítidas y estén bien iluminadas.

## IMÁGENES DE ALTA CALIDAD EN EL ESTUDIO





# BRIDGE TRAINING

# MARCA CLUB PILATES

## FOTOS DE ESTILO DE VIDA

Parte del aspecto característico de Club Pilates es el uso de imágenes de estilo de vida en los interiores de los estudios y en el marketing.

“Do Pilates. Do Life” se muestra en imágenes de personas que realizan sus actividades diarias con entusiasmo y fuerza gracias al Pilates. Al elegir tus propias imágenes de estilo de vida, selecciona imágenes que sean positivas, animadas e inspiradoras. Evita las actividades peligrosas, poco saludables o negativas.

## BUENAS ELECCIONES DE IMÁGENES DE ESTILO DE VIDA

