1.     In che modo sei entrato in contatto con wbs?  
  
Ho conosciuto WBS qualche anno fa girando per i padiglioni del Rimini wellness. All’inizio non avevo capito le potenzialità del prodotto pensando che fosse una delle solite “invenzioni” del fitness che non portano da nessuna parte.  
Poi mi sono reso conto che “il mercato” delle algie vertebrali è in piena espansione e c’è sempre più richiesta.   
Ho fatto alcune ricerche e sono capitato sul sito wbs. Ho lasciato i miei dati per essere ricontattato e ho conosciuto Sergio (il fondatore). Dopo aver parlato brevemente con lui ed averlo incontrato mi sono convinto ad acquistare le panche e ho deciso di offrire WBS ai miei soci.  
  
2.     Quando hai inserito wbs nel tuo centro?  
  
Ho inserito WBS a Gennaio del 2016 come “novità” e per sfruttare l’onda di iscrizioni del periodo post natalizio.  
  
3.     Cosa ti ha motivato a scegliere wbs?  
  
Il mio centro si basa su servizi di Small Group Training, con attività specifiche in piccoli gruppi gestite da un Personal.   
Avevo bisogno di offrire un allenamento efficace, in grado di dare risultati immediati e che non fosse noioso come i soliti allenamenti antalgici.  
Da esperto di marketing on line ho fatto una lunga analisi sul prodotto e sulle sue potenzialità, ho capito che come attività era ben posizionabile nel mercato e che avrebbe riscosso un ottimo successo.  
Prima ancora di iniziare sapevo già che avrebbe funzionato.  
  
4.     Quali erano gli obiettivi con i quali hai iniziato questo programma?  
  
Gli obiettivi erano semplici:   
Aprire 6 classi a settimana da 5 persone di Wbs Antaglico durante il lancio, con la vendita di 15 abbonamenti a frequenza bisettimanale   
Saturare le altre ore a disposizione in massimo 12 mesi fino ad arrivare a 30 classi settimanali.  
Tutti gli obiettivi sono stati raggiunti e superati  
  
5.     Quali sono stati i benefici che hanno avuto le persone?  
  
I benefici sono stati importanti, chi ha iniziato a frequentare le classi ha ridotto sensibilmente i problemi alla schiena. Si allenano volentieri e frequentano il centro con molta costanza.  
  
6.     Qual sono stati i benefici che ha avuto il tuo club con l’inserimento di wbs?  
(Ha attratto nuovi clienti?)(la fidelizzazione dei nuovi iscritti che hanno iniziato con wbs  è aumentata, rispetto a quando non c’era wbs?)( vendutoup selling di  personal e gruppi wbs?)  
  
Wbs è stata un iniziativa estremamente positiva, mi ha consentito di colpire quella fascia di popolazione che difficilmente si avvicina in palestra o che se si avvicina prima o poi si annoia e abbandona.  
  
Grazie ad una campagna di marketing on line mirata, abbiamo recuperato l’investimento per le panche e per le campagne pubblicitarie in meno di una settimana.  
  
Per una lezione di WBS, le persone spendono la stessa cifra che pagano per un mese di abbonamento in una palestra low cost, questo perchè WBS ci ha consentito di posizionarci in modo totalmente differente dalla concorrenza.  
  
I tassi di rinnovo di WBS sono del 70-74% e il passaparola ci consente di trovare nuovi clienti a costo zero.  
  
7.     E gli istruttori che insegnano la wbs, quali benefici hanno ottenuto?  
  
Gli istruttori si sentono molto motivati, rispetto ad altri corsi gli consente di non annoiarsi e di non affaticarsi nel fare le lezioni. Poi il feedback positivo dei clienti li aiuta a fare sempre meglio  
  
8.     Perché secondo te una persona dovrebbe fare la wbs?  
  
Wbs è perfetto per chi vuole liberarsi dal mal di schiena e fare un’attività in sicurezza che consente anche di tonificare il corpo.   
A differenza degli allenamenti a corpo libero non consente errori e evita di “peggiorare la situazione”. Questo vuol dire riuscire a risolvere i problemi legati a retrazioni muscolari e scompensi posturali in modo rapido e sicuro.  
  
9.     Perché secondo te un centro dovrebbe avere i corsi di gruppo wbs?  
  
Il mondo del fitness è cambiato profondamente negli ultimi anni. Quello che funziona ora è la DIFFERENZIAZIONE e la SPECIALIZZAZIONE.   
Il mal di schiena è decisamente un mercato “evergreen” e in forte crescita.  
Per differenziarsi dalla concorrenza e vendere abbonamenti di Personal e minigruppi WBS è un’arma tremendamente efficace.  
  
10.  Qual è la tua strategia per crescere ulteriormente con WBS?  
  
Stiamo spingendo moltissimo on line, abbiamo diversi funnel attivi che portano costantemente nuovi clienti.   
Il prossimo passo è tornare a fare attività di marketing off line per prendere la fascia di clientela “senior”.