

CANALES

La comunicación con los segmentos de mercado se realiza principalmente a través de canales digitales, como redes sociales, página web y campañas de marketing online, donde se explica de forma clara y transparente el funcionamiento del modelo “no pagas si entrenas”. Estos canales permiten llegar especialmente a personas interesadas en mejorar su forma física, pero que suelen abandonar los gimnasios convencionales por falta de motivación o por el coste de las cuotas mensuales.