

Como o Fitness Hut quer chegar a número um

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	25/08/2014
Meio:	Meios & Publicidade Online		
Autores:	Rui Oliveira Marques		
URL:	http://www.pt.cision.com/s/?l=279b39dc		

25 de Agosto de 2014 às 16:19:13

Nick Coutts

A Fitness Hut vai abrir mais quatro ginásios na região de Lisboa. No entanto, os planos de expansão não ficam por aqui graças a oito milhões de euros do fundo de investimento OxyCapital e de dois acordos com bancos. Em entrevista ao M&P Nick Coutts, fundador e CEO da rede que adoptou o posicionamento "premium low-cost" explica a estratégia. Nick Coutts não adianta as expectativas de receitas, mas adianta que "com sete clubes temos uma facturação superior a um milhão de euros por mês".

Meios & Publicidade (M&P): Anunciaram a abertura de mais quatro ginásios até ao início de 2015. Que caminho falta percorrer até chegarem à primeira posição do mercado?

Nick Coutts (NC): Neste momento temos sete clubes abertos e mais quatro previstos até ao final do ano de 2014, vamos então somar 11 Fitness Huts. Vamos ser o número um em número de clubes no final do ano de 2015 e o número um em número de sócios em meados do ano que vem.

M&P: A liderança é uma obsessão?

NC: Os números não são fundamentais para nós, porque não significam que o negócio e o serviço em si sejam um sucesso. Há cadeias com muitos clubes que não têm os lucros desejáveis e aceitáveis e não conseguem captar e reter sócios satisfeitos. O nosso foco é crescer, mas sempre com qualidade. E quando fazemos isto, podemos falar em ter uma expressão positiva e sermos a referência número um no mercado do fitness. Uma das maiores cadeias de ginásios em Portugal tem 18 clubes, com o percurso que traçamos, durante o ano de 2015, iremos ultrapassar essa referência tanto em número de clubes como de sócios.

M&P: São frequentes as comparações entre o Fitness Hut e o Holmes Place. É este o concorrente a que está mais atento?

NC: Não. A concorrência é sempre "local", isto, significa que cada clube tem a sua própria concorrência. Consideramos um clube concorrente desde que esse esteja num raio próximo e que ofereça outra opção de treino aos actuais e potenciais sócios dessa localidade/zona. Assim, concorrência não vem só das grandes cadeias, mas também de qualquer clube individual.

M&P: Mas estão atentos à concorrência.

NC: O que os outros clubes fazem é sempre interessante, mas o nosso objectivo não é concorrer ou ultrapassar esses clubes do ponto de vista de número de sócios e número de clubes para ser o líder de mercado. Queremos e vamos abrir mais clubes e vamos crescer em todos aspectos (número de sócios, de clubes, facturação, satisfação dos nossos clientes, desenvolvimento e evolução da nossa oferta). Quando nós fazemos isto, o que os outros fazem é menos relevante.

M&P: Como avalia a resposta das restantes marcas de ginásios ao vosso projecto, tendo em conta a

dimensão que obtiveram em tão pouco tempo?

NC: O mercado mudou drasticamente durante os últimos três anos, não só por causa da entrada no mercado da marca Fitness Hut e de outros clubes low cost, mas principalmente porque a procura se alterou. O mercado exige um produto mais acessível/económico e por outro lado, alternativo e diferente. Esta mudança ainda não acabou, vai continuar e daqui a três anos o mercado vai ser ainda mais diferente e melhor.

M&P: O objectivo é continuar a expansão dos Fitness Hut na região de Lisboa? Que outras regiões ou cidades são prioritárias?

NC: Sim. E queremos ter mais expressão no Porto e apostar em Coimbra, Setúbal e Aveiro.

M&P: Que condições fazem com que decidam avançar com a instalação de um ginásio em determinado local?

NC: Os factores chaves são a densidade populacional, bons acessos, transportes públicos, estacionamento próprio ou próximos, espaço com 1.700 a 1.900 m², pé-direito alto, luz natural, fachada com destaque e aluguer razoável.

Rui Oliveira Marques