



**COMO ABRIR
SEU ESTÚDIO
DE PILATES**

Caro leitor,

Este e-book tem como objetivo orientá-lo desde o projeto até a **abertura de um estúdio de Pilates**. Aqui você verá o passo a passo de tudo que é necessário para planejar, comprar e fazer acontecer; desde as questões burocráticas às criativas, como decorar, escolher o conceito e a logo do seu espaço.

Essas dicas englobam todo o processo que um empreendedor dessa área enfrenta, de forma objetiva e clara. Esperamos que seja útil em sua jornada e que esclareça todas as suas dúvidas em relação ao universo do empreendedor Pilates.



SUMÁRIO

1 »	<u>O que o Pilates representa como marca.....</u>	04
2 »	<u>Definindo o conceito do seu espaço.....</u>	05
3 »	<u>Como o estúdio irá se chamar.....</u>	06
4 »	<u>Parte visual e conceitual: logotipo e slogan.....</u>	07
5 »	<u>A escolha dos equipamentos.....</u>	09
6 »	<u>Parte burocrática.....</u>	11
7 »	<u>Decorando com estilo.....</u>	13
8 »	<u>Como divulgar seu espaço.....</u>	17
9 »	<u>Quando abrir outra unidade.....</u>	19

1. O QUE O PILATES REPRESENTA COMO MARCA

Afinal, o que é marca? A marca é o conjunto de percepções relacionadas a uma empresa, produto, serviço, pessoa, cultura. Ou seja, todos nós somos marcas. Pilates também é uma marca. Existem percepções próprias acerca da marca Pilates, que foram geradas no decorrer do tempo e formaram a imagem desta marca na mente das pessoas.

A imagem da marca nem sempre condiz com a realidade, mas com os fatos que fizeram as pessoas acreditarem que aquilo que pensam a respeito dela seja realidade.

Por exemplo: todos sabemos que o Pilates é recomendado para todas as idades e para ambos os sexos, e mesmo assim, algumas pessoas insistem em associá-lo a algo direcionado a mulheres.

Da mesma forma, sabemos que o Pilates não é uma atividade significativamente mais cara que

outras modalidades, porém, ainda é considerado algo elitizado. Por outro lado, o Pilates tem uma identidade associada a algo que, de fato, agrega benefícios à saúde das pessoas. Um método que realmente funciona para melhorar flexibilidade, força etc.

E como todos nós somos marcas, independentemente de trabalharmos isso de forma planejada, existem características e qualidades associadas a nós. E estes atributos formam a nossa imagem na mente do outro.

Entenda como está o mercado de Pilates e acompanhe histórias de profissionais que já realizaram o sonho de montar o próprio estúdio:

CLIQUE AQUI

Enquanto profissional, você precisa trabalhar a sua marca, planejando e gerenciando a sua identidade e a forma como deseja ser percebido pelos outros. A primeira escolha a se fazer é se você desenvolverá a sua marca pessoal (o seu nome como

marca) ou investirá em uma marca corporativa.



2. DEFININDO O CONCEITO DO SEU ESPAÇO

Montar um estúdio de Pilates é uma correria. É a preocupação com a compra dos equipamentos de Pilates, locação e reforma da sala, acessórios, decoração, divulgação, entre outras coisas que requerem muito esforço de sua parte.

Enquanto estiver montando o estúdio, você deve, antes de tudo, criar um conceito para ele. O tempo que você investir conhecendo o público-alvo será a base para a criação, e ele servirá de base para cada decisão que você tomar a partir do momento que você iniciar o negócio. Portanto, é importante investir um bom tempo nesta etapa.

Lembre-se: só é possível criar um bom conceito para o estúdio se você realmente tiver se empenhado em conhecer o público-alvo. Uma vez que tenha feito isso, você precisa de um momento de reflexão para entender o que esse público gosta e espera do seu estúdio.

Se após a reflexão você percebeu que no bairro há predominância de pessoas solteiras, imagine que talvez elas esperem do estúdio mais do que fortalecer o corpo, mas estabelecer um ciclo de amizades e propicie isso. Já no caso de um bairro movimentado - onde é mais comum as pessoas serem mais agitadas e estressadas - talvez o ideal seria investir para que relaxamento, tranquilidade e calma sejam as palavras ideais para ajudar a construir esse conceito.

Vamos nos ater a este último exemplo, que é bastante comum. Digamos que você percebeu que o público-alvo do estúdio seja de pessoas acima dos 40 anos, que trabalham muito, muitas vezes ocupam cargos de chefia e que são consumidores criteriosos que começaram, recentemente, a se preocupar com a saúde. O que estas pessoas esperam de um estúdio de Pilates? Um lugar para esquecer toda essa agitação e preocupações do dia a dia? Talvez.

E como é que alguém - que está lá fora e precisa

saber o que você tem a oferecer - vai saber que o seu estúdio pode propor a ele tudo isso?

É aí que você vai entender o porquê da preocupação com os mínimos detalhes: nome, logotipo, slogan, fachada, recepção, cores dos equipamentos, cores da parede, decoração, saudação ao telefone, tom de voz no atendimento, ritmo da aula... Tudo isso vai influenciar. A soma de todos esses pequenos detalhes formará um todo que vai envolver o cliente.

Sendo assim, você poderia criar, por exemplo, um conceito para o estúdio mais ou menos assim: "Aqui as pessoas podem ter um momento para encontrarem-se consigo mesmas em busca de saúde, tranquilidade, paz e qualidade de vida".

Você consegue perceber agora que estas intenções são transmitidas de forma subjetiva e não verbalmente? Você não somente "vende" a aula de Pilates, como também um conceito de tranquilidade, paz e tudo que o cliente está procurando e nem sabe.

Entenda as motivações dos clientes na procura pelo Pilates e você verá que eles sequer reclamarão de preços se você oferecer o que ele precisa.



3. COMO O ESTÚDIO IRÁ SE CHAMAR



O nome perfeito para o seu negócio não existe. O melhor nome é aquele que cria a primeira impressão correta para o público alvo e mostra o conceito do estúdio. Basicamente, espera-se que crie empatia, aproxime a empresa dos clientes, ajude a destacar o negócio e a construir uma imagem positiva.

Você compra em empresas por causa do significado do nome delas? Não. Mas você adquire itens dessas marcas, ou não, pela identificação com fatores que fazem você gostar ou não de uma marca são fatores como qualidade, atendimento, valor e preço. Concorda?

Não se preocupe com o significado. Um nome com boa sonoridade é o mais importante, é isso que deve ser levado em conta. Ele deve ser curto e fácil de ser lembrado e pronunciado. Pense nas marcas de sucesso e veja o que têm em comum. No geral, uma palavra simples de falar e memorizar. Palavras em outros idiomas têm riscos. Se o termo já é de amplo conhecimento do público, melhor, mas caso seja de difícil assimilação pode não funcionar.

Nomes simples demais ou comuns são um grande erro. Talvez possam até parecer fáceis para memorizar, mas não oferecem exclusividade para sua empresa. Se você tiver um site na internet com esse nome, por exemplo, é bastante provável que uma pesquisa no Google apresente centenas de negócios com a mesma identificação, dificultando sua visibilidade na internet.

Pense no futuro, numa possível expansão do estúdio para outros estados e, se possível, para outros países. Usar nomes regionais pode dificultar o entendimento. Vislumbre o sucesso, afinal de contas, se você abriu um negócio, obviamente deseja expandi-lo futuramente.

Você quer criar um bom nome para a empresa? Então avalie qual posicionamento você quer passar ao mercado e como quer ser lembrado.

4. PARTE VISUAL E CONCEITUAL: LOGOTIPO E SLOGAN

Agora que você já tem um conceito e um nome para o seu negócio, procure desenvolver um logotipo que combine com tudo isso que foi definido. Neste momento você precisará contar com o apoio de algum profissional da área de Design. No briefing que você vai passar para ele, você deve explicar quais os objetivos do estúdio, qual o conceito e o nome, porque isso vai ser fundamental para ele conseguir chegar ao resultado que você deseja.

O slogan é uma frase curta, de fácil memorização que deve sintetizar as qualidades do seu empreendimento. É como achar uma forma de dizer tudo que você quer ao seu cliente. Em poucas palavras, “falar pouco, mas falar bonito”. Ele pode ajudá-lo a reforçar seu posicionamento no mercado e a fixá-lo na mente dos clientes.

Lembre-se de que todo slogan deve ser agradável aos ouvidos, pois são mais fáceis de serem memorizados. É muito importante que essa frase evidencie as principais vantagens do serviço que você oferece e o separe do restante da concorrência. O slogan é, geralmente, junto com o logotipo, uma das primeiras impressões que o público tem do seu serviço.

É muito fácil se deixar levar pelos exageros e entusiasmar-se quando se está desenvolvendo um slogan, porém, você deve fugir ao máximo disso. Por mais que seu serviço seja bom, é um grande erro descrevê-lo de uma forma que não corresponde à realidade, pois isso pode trazer problemas para o estúdio no futuro.



Criando o slogan

- » Crie uma frase curta;
- » Deve ser fácil de ser lembrado;
- » Tem que identificar claramente o seu serviço;
- » Deve ressaltar as qualidades que oferece;
- » Utilize recursos como a rima, a repetição ou sentido duplo.

Agora, confira dicas para criar o logotipo:

- » Não abuse dos efeitos especiais;
 - » Uma fotografia não faz um logotipo;
 - » Não use muitas fontes de texto;
 - » Cada um dos elementos do logotipo deve ser alinhado. Esquerda, centro, direita, superior ou inferior;
 - » A tipografia deve ser fácil para “dar leitura”.
- » Não use mais que 3 cores;
 - » Se o logotipo contém um ícone ou símbolo, assim como textos, coloque-os onde eles se complementem;



5. A ESCOLHA DOS EQUIPAMENTOS

Na hora de comprar os equipamentos de Pilates, é necessário ficar atento a detalhes importantes. Eles podem fazer toda a diferença. Como existem vários fornecedores no mercado, o ideal é pesquisar bastante e optar pela melhor relação custo-benefício.

Você certamente já ouviu a expressão “o barato sai caro”. Pois é, em muitas situações, ela é mais do que verdadeira. Não deixe de comprar um equipamento mais durável, mais bem acabado, mais robusto, com mais ajustes e melhor avaliado entre os profissionais que já estão no mercado por causa de alguns reais. Lá na frente você verá que o investimento num equipamento melhor valeu a pena.

Confira algumas dicas valiosas para ajudar você na escolha do fornecedor de seus equipamentos, lembrando sempre que eles serão a “grande estrela” do seu estúdio:

Escolha aparelhos e acessórios pensando no seu público e economize, investindo dinheiro de forma inteligente:

SAIBA COMO

» Converse com profissionais de outros estúdios, mesmo de outras cidades, com professores de cursos de Pilates, entre em fóruns de discussão na internet, fale com pessoas pelo Facebook, por e-mail... veja o que eles recomendam;

» Conheça o Facebook e os sites dos fornecedores. Uma boa atuação nas redes sociais mostra o quanto a empresa se preocupa com seus clientes e parceiros;

» Opte por uma empresa de tradição, que tenha experiência e seja referência no mercado;

» Veja os tipos de assistência técnica que a empresa oferece;

» Entenda se existe uma equipe de engenharia, de testes de laboratório e profissionais de Pilates envolvidos nos processos de fabricação dos equipamentos;

» Tem assessoria e acompanhamento pós-venda?

» Quantos estúdios da marca já foram vendidos?

Detalhes que ajudam a descobrir se o aparelho é bom e seguro:

» A ergonomia e o conforto dos estofamentos na execução dos movimentos;

» A estrutura de madeira tem encaixes firmes;

» A estrutura metálica recebe tratamento adequado para não enferrujar;

» A estrutura do aparelho tem robustez e sistema de encaixe das peças.



Analise o conforto do equipamento. Evite os extremos! Os com estofados duros demais se tornam desconfortáveis para certas pessoas com problemas posturais e aparelhos com o estofado muito macio, que dão a sensação de "afundar", também são prejudiciais, pois não dá firmeza o suficiente durante a execução dos exercícios.

Veja se a madeira ou o aço utilizados são de boa qualidade. Procure por aparelhos que tenham opções de regulação. Esses são apenas alguns dos cuidados que devem ser observados na hora de fazer esta compra para seu estúdio. Analise tudo, leia as especificações dos fabricantes, não procure somente o melhor preço, mas o melhor equipamento para o seu espaço.



6. PARTE

BUROCRÁTICA

Essa parte é a mais complicada e - definitivamente - a mais importante para manter seu estúdio nos conformes e longe de problemas. Então vamos lá, investidor:

Arrecadação de impostos

Com o auxílio do contador da empresa, analise em que categoria a empresa pode ser enquadrada em relação à arrecadação de impostos. Consulte um contador de sua confiança. Lembre-se: o serviço de contabilidade não é um gasto, mas um investimento.

Registro do estúdio

Abrir um estúdio de Pilates requer os mesmos cuidados do que qualquer outro negócio. Primeiro, também com a ajuda de um contador, defina qual o melhor tipo de registro para seu caso: Pessoa Física (CPF) ou Jurídica (CNPJ).

Pessoa Física/Autônoma

Se o estúdio for atendido e administrado apenas pelo proprietário (com a devida formação), sem mais funcionários ou prestadores de serviço, pode ser feito o Registro de Pessoa Física, chamado Registro de Autônomo.

O registro de autônomo pode ser feito na Prefeitura da cidade onde reside o profissional. Com ele em mãos, o profissional poderá prestar serviço como Pessoa Física. Para remuneração dos serviços prestados, o profissional deverá emitir recibo próprio ou nota fiscal tributada, caso a Prefeitura autorize.

O autônomo de Pilates, assim registrado, estará sujeito ao ISS e recolhimento previdenciário para o INSS por meio de carnê. O estúdio deverá ter um livro-caixa para registro de entradas e saídas de rendimentos provenientes da atividade e assim, declarar Imposto de Renda.

Alertamos que para prestar serviços como instrutor de Pilates, é necessário que o profissional esteja previamente registrado no Conselho Regional de Fisioterapia ou de Educação Física de sua jurisdição.

Pessoa Jurídica/Empresa

Quando o estúdio de Pilates contempla, além do proprietário, mais colaboradores como recepcionista, professores, etc. deve ser registrado como empresa na Junta Comercial da cidade onde está localizado.

Mesmo que o estúdio não tenha funcionários, o proprietário pode registrá-lo como Pessoa Jurídica.

O registro de Pessoa Jurídica requer:

- » A elaboração de um contrato social que deve ser registrado na Junta Comercial;
- » Obtenção de CNPJ junto à Receita Federal;
- » Declaração de tributos (Imposto de Renda, Contribuição Social, PIS/ COFINS).



Para registrar sua empresa:

1) Nome fantasia: como a empresa será conhecida no mercado. O nome fantasia serve também para identificar e distinguir seus produtos e serviços de outros já existentes no mercado. Se pretender estabelecer uma marca, este nome deverá ser devidamente registrado e protegido no INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial).

Para consultar se o nome que você quer usar não está sendo utilizado por outra empresa, consulte no site do INPI: <http://www.inpi.gov.br>.

2) Razão social: é o nome com o qual a empresa é registrada na Junta Comercial.

Sugerimos que você também faça um curso de empreendedorismo para abrir sua visão de negócio e se preparar para as próximas etapas. O Sebrae, por meio do Empretec, é uma ótima opção.

7. DECORANDO COM ESTILO

A decoração de um estúdio envolve muitos detalhes - em grande maioria de gosto pessoal. De qualquer maneira, iremos lhe ajudar com a organização inicial para facilitar e acelerar o processo para a inauguração. Lembramos que o visual pode e deve ser renovado de tempos em tempos e, para isso, é necessário abusar da criatividade. Vamos ver os itens mais urgentes e importantes primeiro:

As cores certas

Você já ouviu falar sobre as sensações que as cores causam nas pessoas? Saiba que quando bem utilizadas em seu negócio elas podem trazer inúmeros benefícios. Por isso a cor escolhida para o ambiente é tão importante: é ela que vai ajudar a transmitir estes sentimentos ao cliente e permitir que fique mais confortável durante a aula.

A cartela de cores deve ser aliada aos demais equipamentos do estúdio, em objetos de decoração, pisos e iluminação. Entenda:

Vermelho: boa opção para aplicar em um ambiente que aspire agitação, mas em algumas pessoas pode causar irritação. Por isso é sempre bom ter um cuidado especial com a tonalidade da cor ou então não utilizar como tom principal.

Amarelo: energizante, alegre e estimulante, dá sempre um tom de aconchego. Cor muito bacana para se aplicar nos locais de treino.

Azul: é uma cor pacífica, calmante e serena. Pode ser utilizada na área de descanso do estúdio, mas lembre-se de que o azul em tom escuro remete à tristeza. Então neste caso busque por tonalidades mais claras de azul.

Verde: promove conforto, descontração e união. Pode ser aplicada em áreas de descanso e interação descontraída, e não é indicada para treinos mais intensos por ser considerada uma das cores de relaxamento.

Roxo: uma cor que traz qualidade repousante, que deve ser utilizada com muita cautela para ambientes que sejam destinados a atividades físicas mais intensas, mas no caso do Pilates ou de outras atividades mais tranquilas pode ser usado sem medo.

Laranja: é uma cor energizante, ótima para ambientes de movimento e atividades que necessitem de maior disposição física.

Neutras: cores mais neutras como preto, cinza, branco e marrom remetem a calma, podem ser adequadas ao ambiente de recepção, por exemplo.



Sala de espera

Esperar atendimento pode tanto ser angustiante, quanto uma oportunidade para descansar da agitação diária. A diferença está em como esses ambientes foram preparados para receber os clientes.

Você deve entender que a sala de espera é o ambiente onde muitas vezes acontece o primeiro contato físico entre o cliente e o estúdio. Assim, ela é também um importante instrumento em favor do processo de venda dos serviços oferecidos, como um cartão de visitas. Algumas dicas essenciais:

» As mesas mais baixas são uma tendência quando se pensa em atendimento humanizado;

» São preferidos os tons pastéis, como violeta, verde claro e salmão. As cadeiras e demais peças do mobiliário devem ter cores relacionadas às adotadas nos demais elementos da decoração, porém em tons mais escuros para que se obtenha contraste;

» Geralmente as cadeiras são melhores para a maioria das salas de espera, pois possibilitam acomodar um número maior de pessoas no mesmo espaço;

» Bons quadros e objetos de decoração humanizam o ambiente e devem seguir critérios de unidade. A escolha pode ser orientada também pelo arquiteto ou designer de interiores.

Quando entendemos alguns assuntos é que temos a dimensão de como a saúde e o bem-estar não se restringem apenas a aspectos físicos e, sim, que abrangem uma série de sensações, cheiros, gostos e percepções.

Como organizar os equipamentos

Aparelhos alinhados, com um bom espaço para andar ao redor são indispensáveis para a prevenção e manutenção da saúde. As passagens e outros locais de saída devem estar sempre livres de materiais que possam provocar tropeços e quedas.

Mantenha pisos, corredores e áreas de prática livre de itens desnecessários como bolas, acessórios,

molos... Delimite os locais com faixas e determine lugares apropriados para armazenagem dos equipamentos e materiais menores após o uso.

Mantenha-os em um lugar seco e limpo. Tenha o cuidado de não deixar as molas penduradas nos equipamentos. Além de deixar o visual mais “clean” e prevenir acidentes, organização é tudo para quem quer passar uma boa imagem para os clientes.

A iluminação

Para decorar um estúdio não basta deixá-lo bonito. É necessário pensar na funcionalidade e também no conforto que os itens irão proporcionar para os clientes.

“A luz é essencial para a ambientação, pois pode oferecer a sensação de bem-estar e conforto. Neste sentido, temos de levar em consideração que nem sempre as atividades físicas são feitas com

prazer”, diz a arquiteta e lighting designer Neide Senzi. Segundo ela, luzes acima do nível ideal ou que geram pontos de luz nos olhos podem abalar o emocional do aluno. “O controle do ofuscamento é muito importante, porque a luz não pode ferir os

olhos”, afirma Neide, que recomenda o uso de luminárias que ‘escondam’ a lâmpada e promovam iluminação indireta (voltada para o teto). O uso de difusores também é uma boa opção.

Para aulas de Pilates e outras atividades relaxantes, vale utilizar painéis LED ou tubulares LED com luz branca morna, tom mais amarelado, variando

Existem coisas que são fundamentais em um estúdio de Pilates.

DESCUBRA



de 3.000K, chegando no máximo a 2.700K. A iluminação deve ser controlada para promover a sensação de sossego e relaxamento.

A iluminação apropriada proporciona o “pique” necessário para os exercícios, por isso é indispensável o uso de luzes difusa e fria. A luz difusa permite que todo o ambiente seja iluminado uniformemente (sem sombras) e elimina o ofuscamento.

Para economizar energia, é importante dar prioridade a lâmpadas eficientes, que tenham baixo custo de manutenção. As fluorescentes, por exemplo, têm alta capacidade de iluminação. A tecnologia LED é uma ótima opção, pois é conhecida principalmente pela economia gerada.

► O banheiro

O banheiro é um item importante do estúdio, porque é também utilizado como vestiário. Portanto, é necessário ficar atento a vários detalhes que podem proporcionar maior comodidade aos alunos, como chuveiros e armários individuais.

Uma das melhores formas de decorar o banheiro é usar espelhos. Posicionados de forma harmônica, eles dão a sensação de amplitude. Além disso, refletem a iluminação e tornam o ambiente mais claro.

Outra solução simples para ganhar espaço e deixar o banheiro mais charmoso é usar prateleiras e nichos para guardar toalhas e refil de sabonete. O papel higiênico pode ser guardado em um simples pendurador.

Use móveis pequenos e em pouca quantidade para ocupar menos espaço. Os lavabos podem ser pequenos e as cubas devem ter um formato adequado. O modelo do vaso sanitário também influencia no espaço. Faça prateleiras estreitas para manter a harmonia e funcionalidade do local. Acrescente pequenas plantas na decoração, que podem ser colocadas em cima da pia ou do armário.

► Espelhos

Outro fator essencial num estúdio são os espelhos. Eles servem para dar mais amplitude ao ambiente, mas não devem ser usados em toda a sala. Precisam ser colocados em locais estratégicos para uso do



professor. Assim ele consegue obter mais dinâmica na visualização da postura do aluno.

► O piso certo

Não importa qual piso você irá escolher, mas ele deve atender a alguns requisitos. Normalmente esse é um detalhe que não recebe muita atenção na hora de montar um estúdio. Mas eles são importantes e devem ser adaptados para esse tipo de ambiente. Portanto é necessário ter cuidado na hora de decidir. E isso não vale apenas para o design e a cor. É preciso pensar no revestimento ideal para a prática dos exercícios e no conforto dos clientes.

» **Acústica:** os ruídos podem interferir na concentração dos alunos e causar desconforto. As aulas pedem por um som relaxante e não barulhos incessantemente chatos.

» **Conforto térmico:** como costume, a prática das atividades com os pés descalços ou de meias antiderrapantes em um piso gelado durante o

inverno é desagradável. Portanto, conforto térmico é importante para que o aluno esteja à vontade para a realização das atividades e não passar frio nem calor.

» **Piso ecológico:** agora existem os pisos ecológicos, que além de contribuir para a sustentabilidade, são específicos para os espaços fitness. Estes revestimentos são ideais para estúdios, academias e peso livre. E, além disso, são recomendados para locais que necessitem de amortecimento de equipamentos pesados.

É importante você escolher um piso com o máximo de qualidade possível. Antiderrapantes, que não marque quando submetidos à pressão por peso e impacto de equipamentos ou fluxo intenso de pessoas.

► **Organize os fios**

A organização dos fios e cabos dos equipamentos eletrônicos é importante para que eles não fiquem emaranhados, juntando sujeira e trazendo um aspecto de bagunça ao ambiente. Escondê-los e organizá-los pode melhorar muito a decoração. Já que não tem como viver sem eles, então o jeito é disfarçar, prender e esconder pra não comprometer a aparência do ambiente.

Para quem não tem todas as tomadas necessárias e precisa usar uma extensão elétrica ou um adaptador é melhor escondê-las. Uma boa dica é forrar uma caixa de sapato com tecido, enrolar os fios, prender com uma fita adesiva e depois fazer duas aberturas nas laterais da caixa, para poder passar os fios.

E pra deixar os fios organizados, é legal colocar etiquetas para designar cada cabo, porque assim você evita confusões.



8. COMO DIVULGAR SEU ESPAÇO

Você está fazendo um bom trabalho, investindo na decoração do seu negócio e em especializações, mas certamente na hora de divulgar o estúdio precisa de ajuda. Como em qualquer outro empreendimento, é importante ser visto para ser lembrado. Confira algumas dicas de como divulgar o estúdio sem gastar muito

Marketing de graça

Você tem amigos, familiares, conhecidos e vizinhos. Você almoça em restaurantes, vai ao salão de beleza ou barbeiro, compra em lojas e tem uma vida social. Todas essas pessoas com as quais você entra em contato diariamente são clientes em potencial, já se deu conta disso? Então, não perca mais nenhuma oportunidade. A partir de agora, fale para todas elas sobre seu estúdio. É marketing de graça e da melhor qualidade, acredite!

Vista a sua marca

Se você usar a camiseta do seu estúdio, verá que nem será preciso puxar tanto assunto sobre Pilates com os outros, as pessoas automaticamente perceberão a camiseta e perguntarão. Use a vestimenta tanto para ir trabalhar, quanto para dar uma voltinha pelo bairro, comprar o pão na padaria ou dar uma caminhada. Também é interessante fazer peças a mais e distribuir para os amigos e familiares. Ah, e não se esqueça das camisetas para os alunos!

Invista na fachada do estúdio

Até aqui falamos de algumas estratégias para você abrir o seu negócio. Agora vamos falar da fachada, algo que requer investimento - um pouco mais alto, mas que depois só precisará de manutenção. Tente explorar ao máximo a divulgação no seu endereço. Se o seu estúdio fica de frente para a rua, faça algo bonito, de bom gosto e atrativo. Se for numa clínica ou academia, negocie ao máximo para conseguir um bom espaço do lado de fora para divulgar o negócio. Você gasta uma vez só e a placa fica ali divulgando o estúdio por muito, muito tempo.

Parceria com profissionais da área da saúde

Clínicos gerais, ginecologistas e ortopedistas sempre prescrevem tratamentos para os pacientes nos quais o pilates pode muito bem se encaixar. E então você está diante de uma ótima oportunidade de fazer uma parceria. Convide-os para que venham fazer uma aula experimental no estúdio. Capriche no papo, converse muito sobre todas as aplicabilidades do Pilates para o público específico que ele trabalha. Tome cuidado ao levar a relação para o lado financeiro. Melhor seria conscientizá-lo de que prescrever a prática é a melhor opção para o paciente. Se o médico comprar a ideia e começar a lhe enviar clientes, faça permutas, dê aulas grátis pra ele ou aos familiares.



Distribua panfletos e cartões

Esta é uma ótima maneira para divulgar o estúdio. Comece deixando alguns nos balcões de recepções de padarias, em lojas, clínicas, entre outros. Depois escolha bairros, ruas e condomínios que mereçam uma divulgação de "porta em porta". Passe de casa em casa deixando o panfleto nas caixinhas de correio, ou entregue em mãos se tiver oportunidade. É trabalhoso, mas dá resultado.

Observe o perfil dos clientes

A pessoa que busca um estúdio de Pilates tem um determinado perfil, que varia muito conforme a região em que mora. Ela tem uma série de coisas que valoriza, que deseja, hábitos, e por aí vai.

Procure entender esses perfis e comece a imaginar quais outros locais eles frequentam no dia-a-dia. Pense em todos os restaurantes, lojas, farmácias, mercados, lanchonetes que o cliente pode estar frequentando. Em primeiro lugar, comece a ir a esses lugares, depois comece a conversar com os donos desses estabelecimentos. Afinal, eles mesmos podem ser seus futuros clientes ou aceitar fazer alguma parceria. Quem sabe ele deixa você colocar um banner do estúdio no espaço dele? Deixar alguns cartões e panfletos no balcão da recepção ou ainda ele já se anima e lembra de alguém para indicar as aulas?

Incentive os alunos a fazer o famoso "boca a boca"

O estúdio de Pilates é um negócio que te deixa muito próximo dos clientes. Na verdade, uma pessoa só chega a comprar o seu serviço se gostou muito de você, afinal é a própria saúde que ela está lhe confiando. Então, é muito comum ela se tornar um entusiasta do seu espaço. Procure tirar proveito disso. Que tal confeccionar com sua logo, algumas garrafinhas de água para os clientes usarem nas aulas e no dia a dia? Ou pedir a eles a indicação de três pessoas com telefone e e-mail para que você possa convidar para uma aula experimental? Existe uma infinidade de ideias que podem surgir, mas o importante é ter em mente que você não precisa ter vergonha ou receio de lhes pedir algo do gênero. Na realidade, a maioria das pessoas vai se sentir importante em poder participar disso com você.

Invista nas redes sociais

O site tem que ter a cara do estúdio, ser sua vitrine virtual. Mas não basta ter apenas um site. Você tem que estar presente de todas as formas possíveis na rede. Faça uma fanpage do espaço, crie um perfil no Instagram e outras redes sociais que tenham foco em imagem. Isso já é o bastante para divulgar e atrair novos clientes. Publique fotos das aulas, dos alunos e as novidades do mundo Pilates. Esta interação não somente vai fidelizar os antigos, como os novos.



9. QUANDO ABRIR OUTRA UNIDADE

Você teve uma trajetória de muito esforço para chegar onde está. Teve meses ótimos, outros mais fracos, conheceu e aprendeu várias coisas e lições dos fracassos e das conquistas.

Abrir um estúdio de Pilates demanda tempo, investimento financeiro e muito mais, mas é um sucesso. E quando você percebe que não tem mais horários para atender - pois a agenda está cheia e as pessoas continuam a te procurar - é hora de começar a pensar em abrir uma segunda unidade.

Se o estúdio for pequeno, você pode investir em um ambiente maior, colocar mais aparelhos e contratar mais profissionais para dar aulas. Se não for este o caso, você pode realmente abrir uma nova unidade em outro endereço. Você sabe a hora certa para tomar essa decisão?

Abrir um outro estúdio irá gerar novos gastos, mas

ampliará também a possibilidade de lucro. Com o nome estabelecido no mercado, a tendência é atrair mais clientes e fazer o negócio crescer. É importante planejar e ter mais pessoas no time para conseguir controlar tudo o que acontece. Então não adianta economizar com a contratação de funcionários, escolha bons profissionais que farão o trabalho com excelência e cuidado, que tenham os mesmos valores que você.

Lembre-se de que você conquistou os clientes do seu jeito, e é por isso que eles continuam em seu estúdio até hoje. Você precisa de profissionais que possam levar isso para as outras unidades e que trabalhem com a mesma "linha de pensamento". É superimportante que você também mantenha um padrão para os estúdios - cores, aparelhos, decoração etc. Isso fará toda a diferença para os clientes.



CONCLUSÃO

Com o passo a passo que mostramos neste guia, você já sabe qual o caminho a seguir para montar seu estúdio de Pilates. Cabe a você a escolha de trilhá-lo. É importante também estar atento ao perfil de mercado de sua região e às necessidades das pessoas, para aplicar nossas dicas da melhor forma possível. Arriscar e sair à frente, oferecendo um serviço diferenciado, ou esperar o tempo passar e os concorrentes consolidarem espaço no mercado? A hora é agora. Existe um mundo de possibilidades esperando por você!

Conte conosco.



A Metalife

Líder nacional na fabricação de equipamentos de Pilates há mais de 10 anos, a Metalife é a maior indústria do País, e a 2º maior do mundo, no segmento de Pilates. Além disso, é a empresa que possui a maior rede de assistência técnica e o maior número de estúdios montados no Brasil - mais de 12 mil.

Negócio Pilates

O Negócio Pilates é o único portal do mundo com informações voltadas exclusivamente à gestão de estúdios. No canal você encontra dicas diárias para renovar, ampliar, abrir um novo estúdio, ou mesmo impulsionar o desenvolvimento do seu negócio.

As matérias exclusivas falam sobre administração, marketing, decoração, tipos de estúdios, mostram cases de sucesso e muito mais.

Revista Pilates

A Revista Pilates é a maior revista digital de Pilates do mundo. Com matérias diárias exclusivas, algumas assinadas por grandes profissionais do Pilates nacional, ela é o principal canal de comunicação do segmento. Referência no mercado, a Revista atinge expressivos números de acessos mensais, somando mais de 1 milhão de visitas ao ano. Seu conteúdo diversificado, que vai do científico ao entretenimento, atrai profissionais de diversas áreas, praticantes, estudiosos, investidores e curiosos.

O conteúdo deste e-book foi desenvolvido pela Metalife Pilates em parceria com a Revista Pilates e Negócio Pilates.

 **Metalife**

 **NEGÓCIO
PILATES**

**REVISTA
PILATES**