

CLUB ATHLETICO PAULISTANO

CUSTOMER EXPERIENCE



Pesquisa Quantitativa com Associados
Resultados 2022

6 February, 2023

GAME CHANGERS



AGENDA

1

- Objetivo e Metodologia

2

- Perfil e Utilização de Áreas e Serviços

3

- Satisfação Geral

4

- Satisfação com as Áreas

5

- Prioridades

6

- Imagem e CX Forces

7

- Conclusão

OBJETIVO E METODOLOGIA

1

OBJETIVO



Entender e acompanhar a experiência e o nível de relacionamento dos sócios com o Clube por meio da satisfação, possibilitando a adoção de ações de melhoria e fortalecimento do relacionamento

METODOLOGIA

Entrevistas online com envio de link do questionário para os associados do Clube.

Realizadas entre os dias 05 e 19 de dezembro de 2022

QUANTIDADE DE ENTREVISTAS:

2.110

Boa taxa de resposta de 15,5% da listagem de 13.512 associados

*Erro amostral de 2%
Com intervalo de confiança de 95%*

ÁREAS DE ABORDAGEM



PERFIL E UTILIZAÇÃO DAS ÁREAS E SERVIÇOS



SATISFAÇÃO GERAL



SATISFAÇÃO DAS ÁREAS



IMAGEM E CX FORCES

PERFIL

2

Características e Utilização de Áreas e Serviços

Perfil - Gênero e Faixa Etária

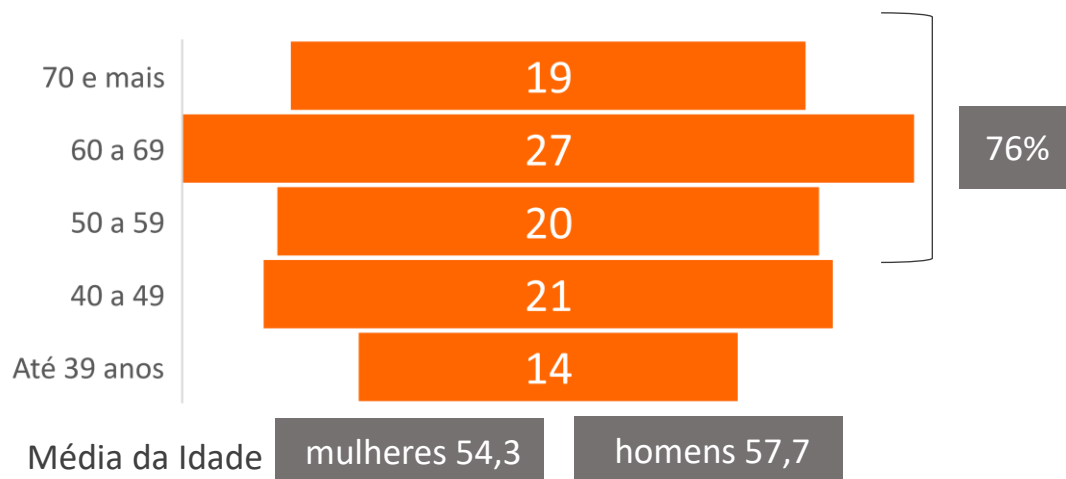


O perfil é bem equilibrado por gênero e $\frac{3}{4}$ dos respondentes tem idade a partir de 50 anos.

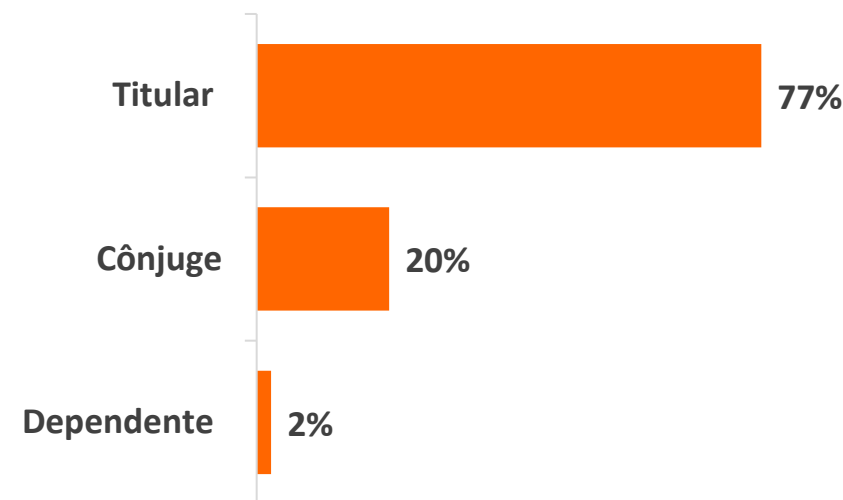
GÊNERO



FAIXA ETÁRIA



VÍNCULO

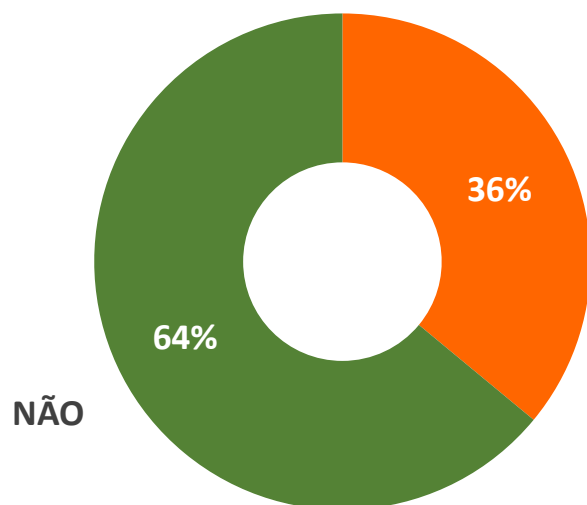


Perfil - Dependentes



Os dependentes estão bem distribuídos por diferentes grupos de idades, indicando que as demandas podem ser distintas.

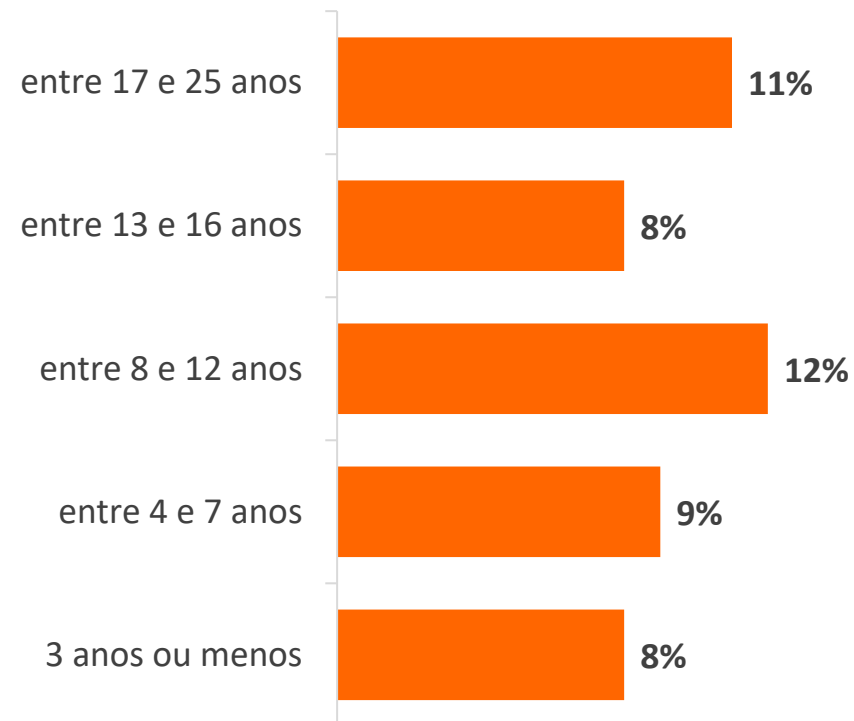
DEPENDENTES



SIM



DEPENDENTES POR IDADE



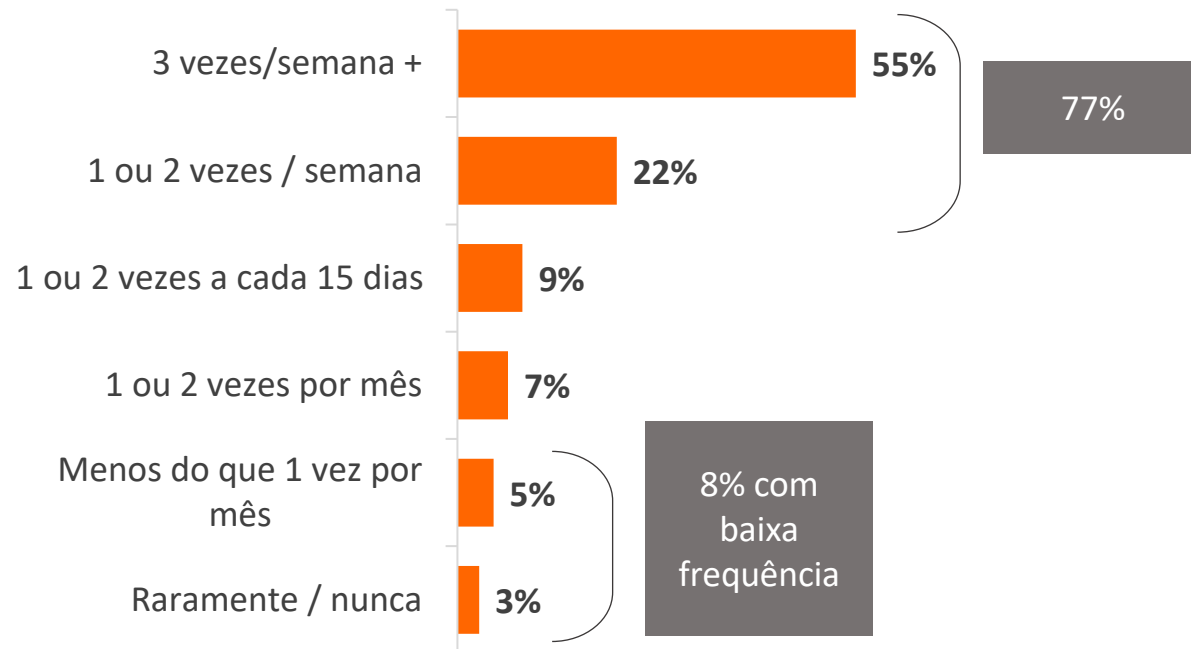
Perfil – Assiduidade e Frequência



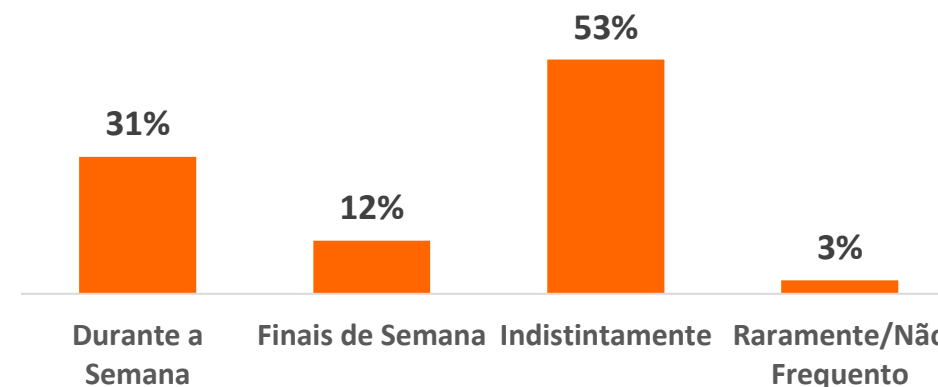
Quase 8 em cada 10 sócios são “assíduos”, vão pelo menos 1 vez por semana.

Cerca de metade as idas ao clube são indistintamente nos dias de semana ou finais de semana, e quase ½ frequenta somente durante a semana.

ASSIDUIDADE



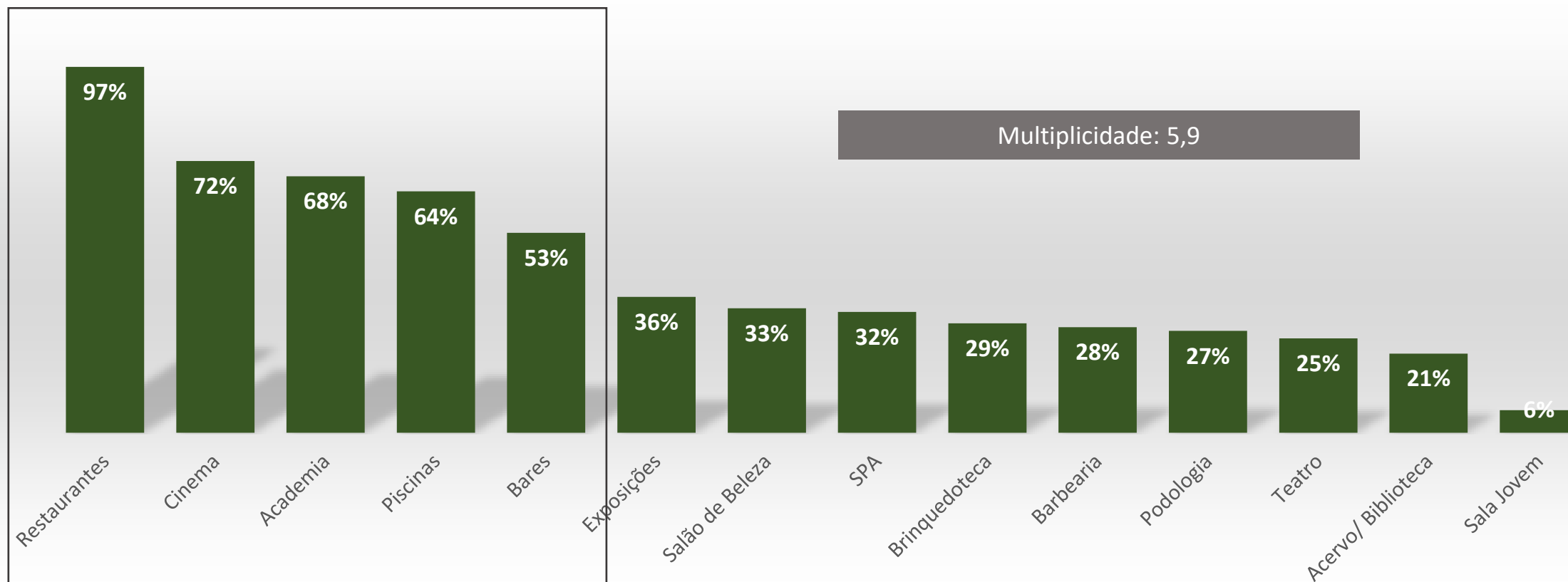
HÁBITO DE FREQUÊNCIA



Frequência/utilização das áreas e serviços



Praticamente todos os entrevistados frequentam os Restaurantes e há boa multiplicidade de utilização: cada sócio frequenta ao menos 6 áreas/serviços.

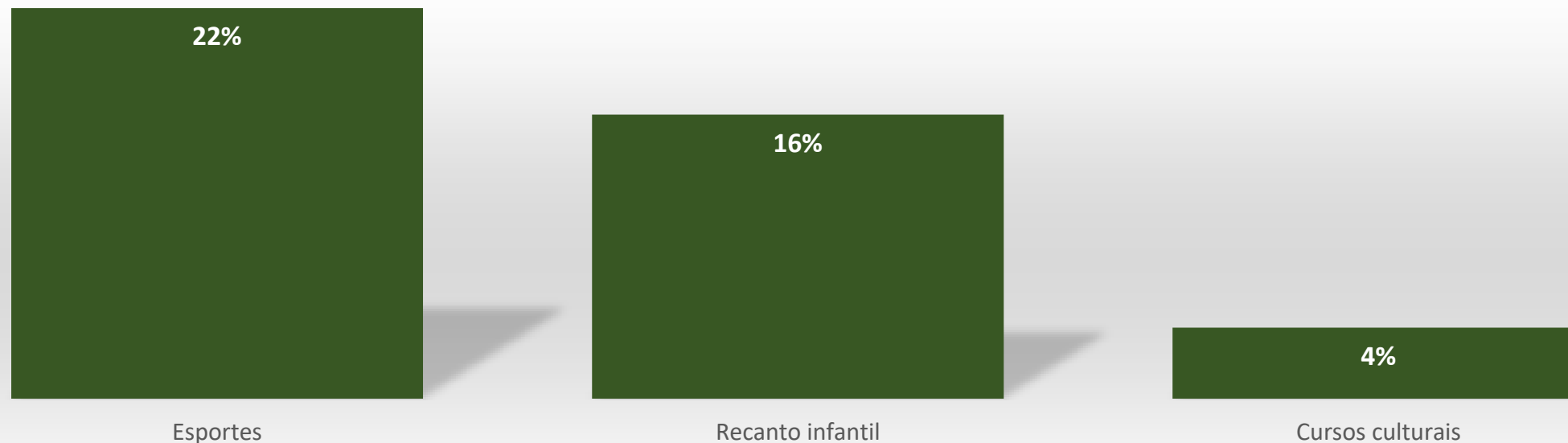


Matriculados em esportes, cursos e atividades infantis



2 em cada 10 sócios estão matriculados em algum esporte.

No Recanto Infantil o percentual de matriculados é de 16%, uma boa proporção em relação ao número de dependentes (36%).



Frequência/utilização das áreas e serviços por Perfil



As mulheres tendem a utilizar mais espaços e serviços, sendo menos presentes somente nos Bares. Há diferença segundo a idade do sócio, com várias atividades buscadas pelo grupo até 49 anos distintas daquelas frequentadas pelo grupo com mais de 60 anos.

MODALIDADE	TOTAL	SEXO		FAIXA ETÁRIA				
		FEMININO	MASCULINO	ATÉ 39 ANOS	40-49 ANOS	50-59 ANOS	60-69 ANOS	70 ANOS E +
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Restaurantes	97	96	97	99	98	96	95	95
Cinema	72	72	71	49	60	79	81	79
Academia	68	66	69	79	74	75	66	48
Piscinas	64	65	63	73	77	64	61	47
Bares	53	45	60	43	59	56	55	46
Exposições	36	38	34	16	24	35	49	47
Salão de Beleza	33	64	5	39	39	36	30	22
SPA	32	39	25	50	41	37	25	12
Brinquedoteca	29	31	27	41	52	12	20	26
Barbearia	28	-	54	19	28	26	30	35
Podologia	27	30	24	19	20	25	34	32
Teatro	25	28	22	20	31	24	25	21
Acervo/ Biblioteca	21	21	21	15	15	23	23	29
Sala Jovem	6	6	5	3	17	7	1	-
BASES	2110	994	1114	285	437	414	567	407
Superposição	5,9	6,0	5,8	5,7	6,4	6,0	6,0	5,4

Frequência/utilização das áreas e serviços por Perfil



As mulheres, a faixa etária de 40 a 49 anos, têm maior proporção de matriculados em Esportes e Recanto Infantil.

MODALIDADE	TOTAL	SEXO		FAIXA ETÁRIA				
		FEMININO	MASCULINO	ATÉ 39 ANOS	40-49 ANOS	50-59 ANOS	60-69 ANOS	70 ANOS E +
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Esportes	22	25	20	22	30	24	21	14
Recanto Infantil	16	17	15	19	34	12	8	8
Cursos culturais	4	7	2	5	5	4	4	4
BASES	2110	994	1114	285	437	414	567	407

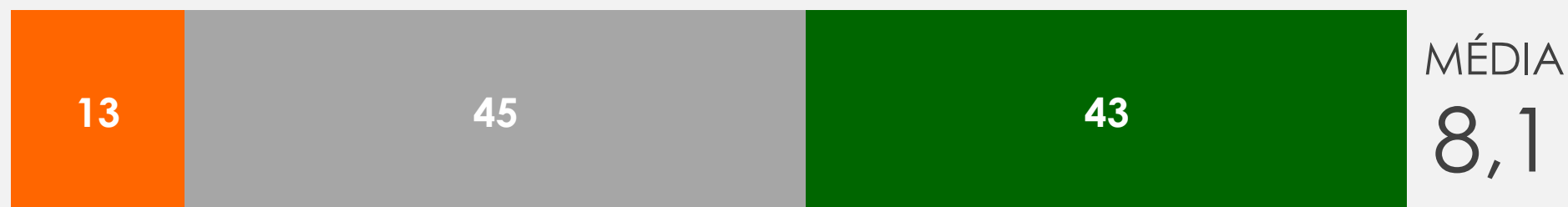
SATISFAÇÃO GERAL

3

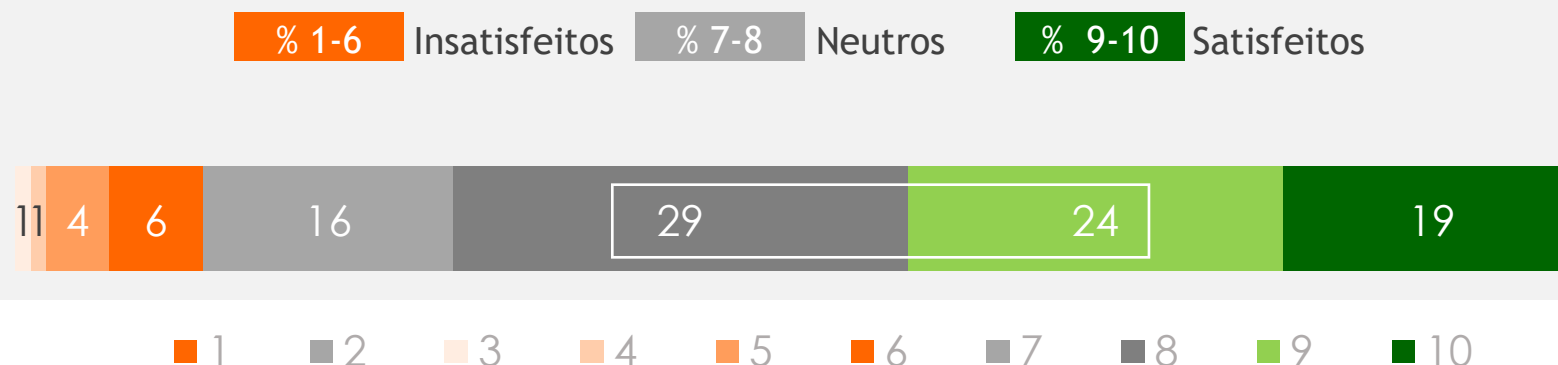
Satisfação Total



Os sócios estão satisfeitos com a experiência que têm com o Club Athletico Paulistano, mas há potencial para ampliar o encantamento: quase 5 em cada 10 dão notas 7 e 8, sinalizando uma relação mais “morna”, com alguma vulnerabilidade.



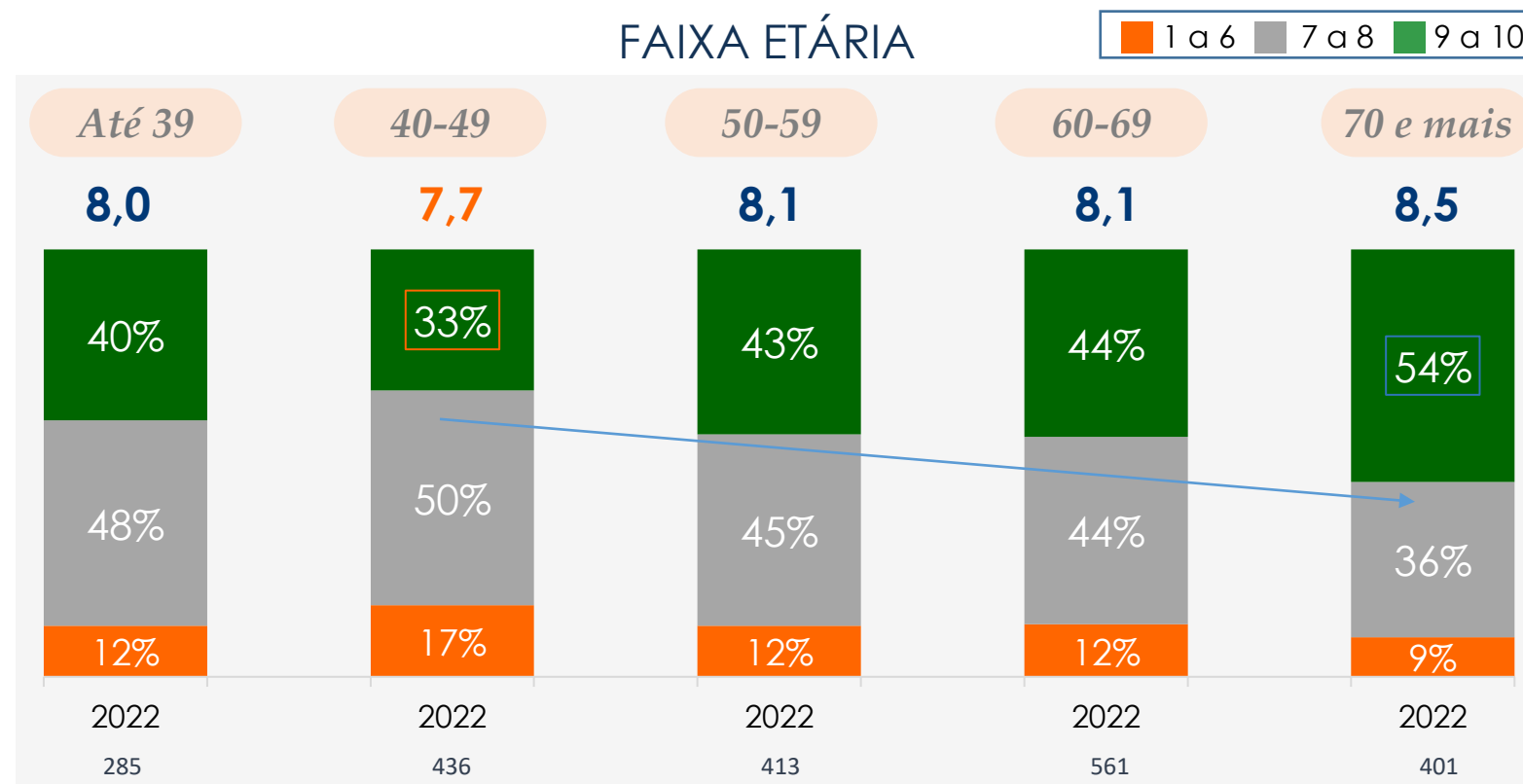
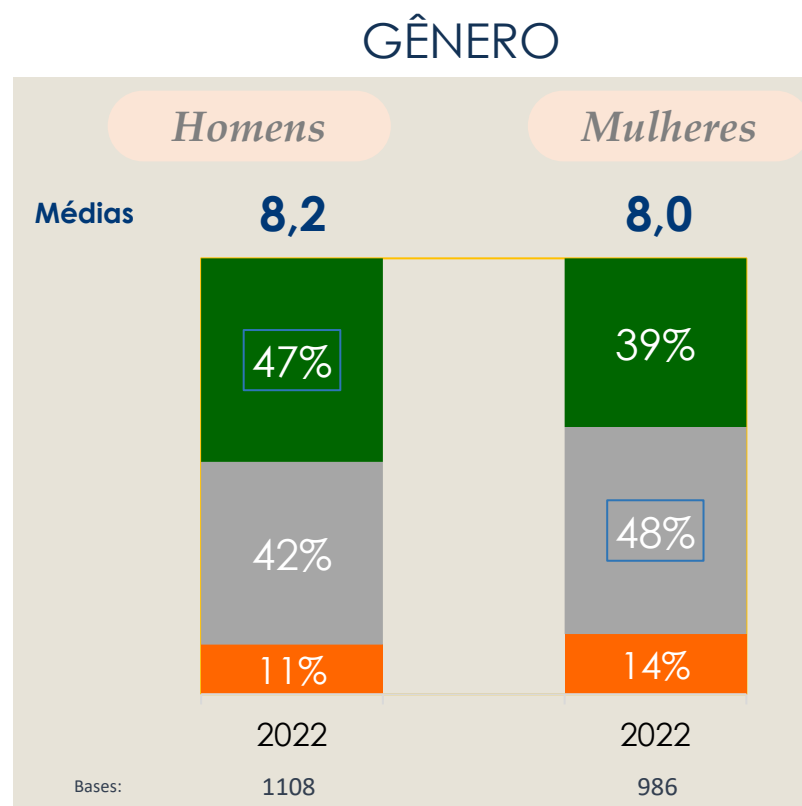
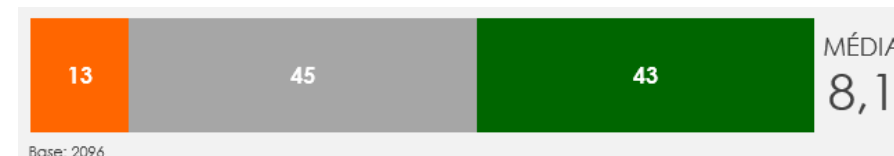
Base: 2096



Satisfação – Por Gênero e Faixa Etária



A satisfação é maior entre os homens e tende a crescer conforme se aumenta a idade do sócio.

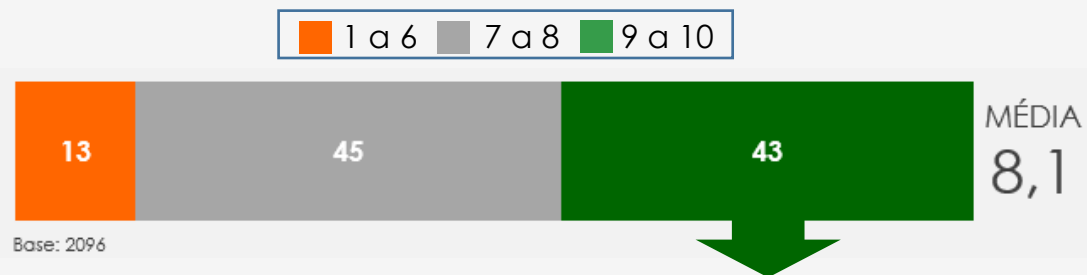


Experiência Positiva

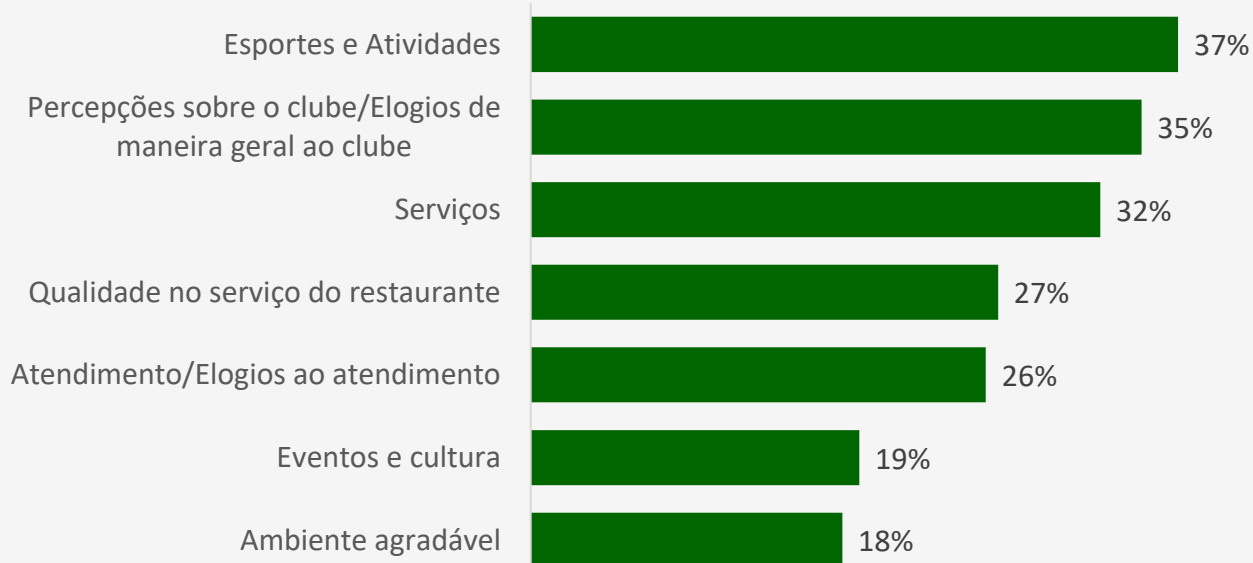


Os sócios verbalizam um conjunto de elementos conectados, combinando infraestrutura com diferentes opções de atividades esportivas, sociais ou culturais, somadas à percepção de qualidade de serviços e instalações. A dinâmica de melhorias é percebida e valorizada.

MOTIVOS DE PROMOÇÃO(%)



ASPECTOS RELACIONADOS:



O QUE OS SÓCIOS VERBALIZAM (%)

“Infraestrutura excelente, ótimos profissionais, serviços de qualidade, ótimos restaurantes, ótima programação cultural.

Espaço arborizado, cabeleireiro e academia

Localização. Possibilidade de fazer esporte a qualquer momento. Aulas com custo acessível. Mensalidade no preço justo.

Instalações sempre muito bem conservadas e limpas, funcionários atenciosos, grande número de atividades para todas as idades, em especial para as crianças. Vejo um clube mais vivo e atendendo a necessidade de diferentes pessoas e idades.

Clube tem um ótimo ambiente, muito amigos, boas instalações e equipamentos, vários tipos de ambientes.

É um clube extremamente bem cuidado, seguro, arborizado, bem localizado, onde eu e minha família passamos grande parte dos nossos dias e onde convivemos com familiares e amigos. Um oásis no meio da cidade.

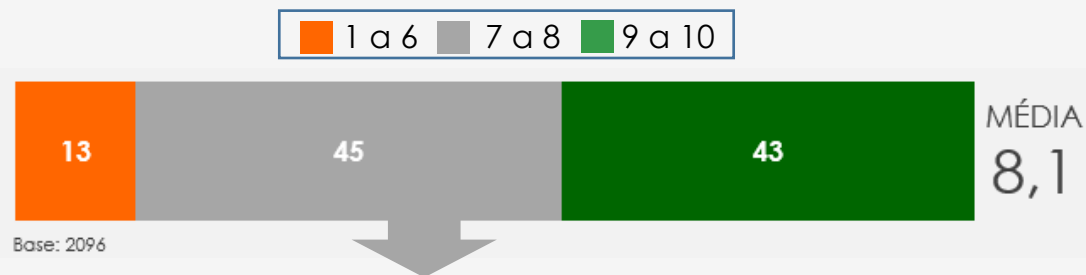
O clube está sempre se inovando, procurando estar atualizado nas necessidades dos sócios.

Experiência Neutra



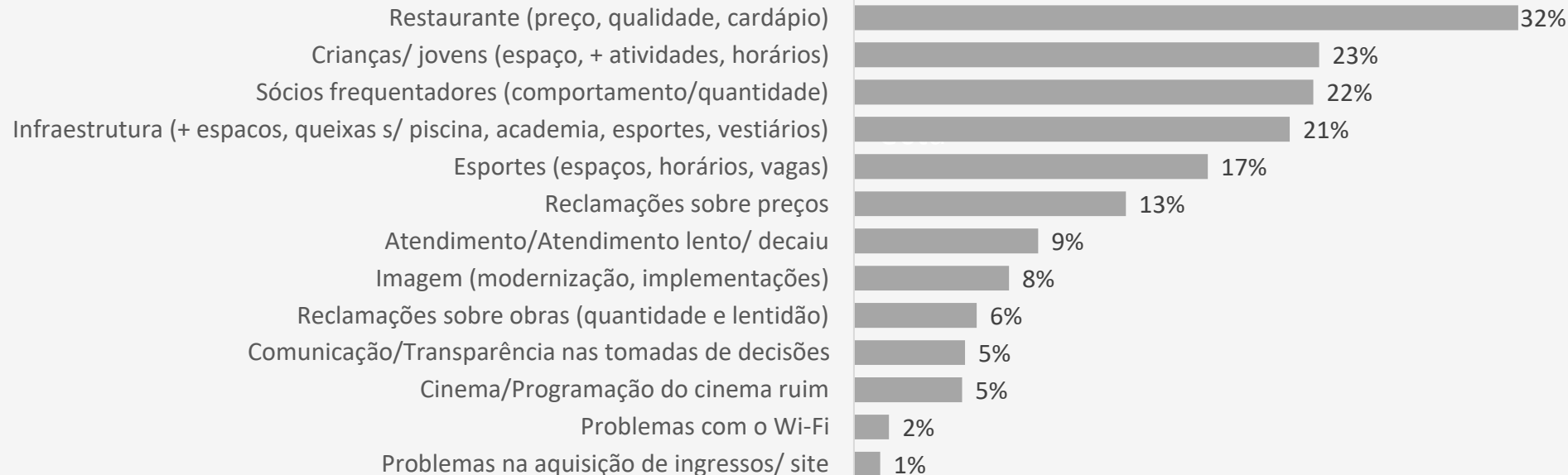
Sobre o que poderia ser melhorado para atribuir nota 10, as motivações são diversas e múltiplas. A atenção a elas é importante para que esses sócios migrem para o grupo de promotores.

MOTIVOS DE PROMOÇÃO(%)



Continua...

ASPECTOS RELACIONADOS:



Experiência Neutra



Os sócios verbalizam um conjunto de elementos conectados, combinando infraestrutura com diferentes opções de atividades esportivas, sociais ou culturais, somadas à percepção de qualidade de serviços e instalações. A dinâmica de melhorias é percebida e valorizada.

O QUE OS SÓCIOS VERBALIZAM (%)



Deveria ter mais vagas nas atividades. Tem muita lista de espera para natação, escola dos esportes etc! Também deveria ter atividades recreativas diariamente para as crianças na brinquedoteca ou fora. Por exemplo: um monitor pra fazer um caça ao tesouro...

Espaço melhor para crianças e beb s , mais limpo e brinquedos funcionando. Além de ser absurdo as babás e motoristas serem obrigados a usar roupa totalmente branca, o que os deixa totalmente desconfortáveis.

Maior disponibilidade em aulas de t nis Maior opções horários aula spinning Melhoria restaurante japonês Reforma vestiários antigos.

Maior oferta de aulas de t nis. O contato com os professores   difícil e há oferta de aulas é escassa. Além disso o clube poderia organizar mais campeonatos internos de t nis.

O Clube está absurdamente cheio. Aos finais de semana é quase impossível fazer qualquer atividade ou ir a qualquer restaurante.

Acredito que o parque aquático poderia ser melhorado, com uma piscina dedicada ao polo aquático, uma modalidade que tem muitos praticantes sócios no clube e que muitas vezes tem conflitos de horários com a piscina olímpica.

Experiência Negativa



O principal fator de experiências negativas são outros frequentadores, seguido de fatores semelhantes aos das experiência entre os neutros, mas com menor intensidade para restaurantes.

MOTIVOS DE DETRAÇÃO(%)



Base de Detratores: 262

Q1a. [SE NOTA 1-6] Pensando sua nota [NOTA], em quais aspectos o Club Athletico Paulistano poderia melhorar?

O QUE OS SÓCIOS VERBALIZAM (%)



Parar com o aumento de sócios no clube, tendo em vista que o clube não está mais suportando tanta gente nova. Os espaços não são tão grandes; na piscina, colocar mais cadeiras e guarda sóis; parar de fazer eventos grandes que atrapalham o andamento do clube.

Os custos da mensalidades aumentaram significativamente porém as benfeitorias não acompanharam esse aumento. Os preços dos restaurantes aumentaram, e grande parte das atividades do clube são cobradas à parte (por exemplo aulas desportivas, sauna, etc.)

O clube vive lotado e está super difícil conseguir horário para que as crianças realizem atividades esportivas no clube, com muita fila de espera e valores de mensalidade superior as praticadas fora. Os restaurantes estão muito caros.

Parquinho - parte infantil muito defasada, muito velhos e sem espaço suficiente. Aulas para crianças de 2, 3 anos com lista de espera, sem opções. Falta aula de natação para crianças pequenas. Falta piscina coberta maior.

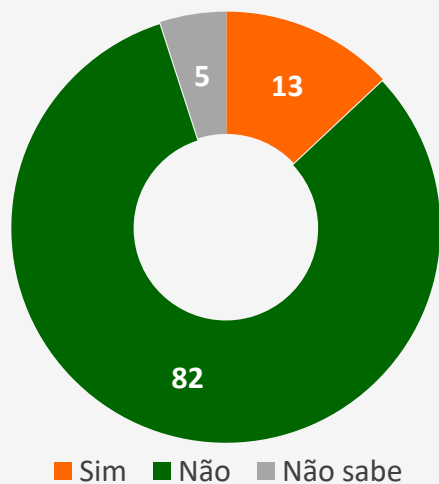
Acho que temos uma mensalidade muito cara para o que o clube entrega. O Paulistano poderia desenvolver mais o aspecto cultural para crianças com atividades.

Problemas



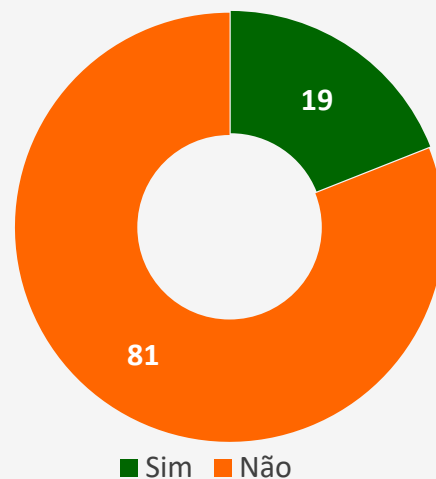
Ao menos 1 em cada 10 sócios teve algum tipo de problema e, quem teve, entende que o mesmo não foi resolvido. A maior parcela chega a reportar, indicando, portanto, conhecimento por parte da ouvidoria.

INCIDENTES CRÍTICOS (%)



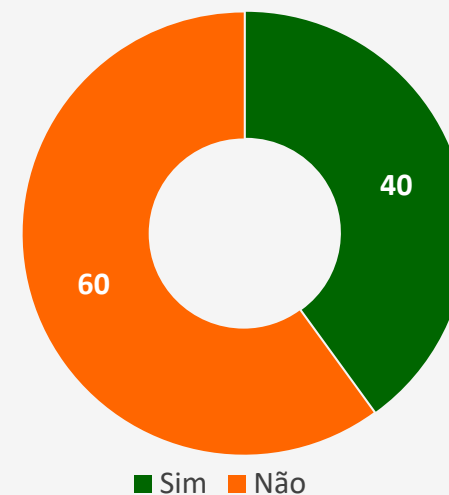
Base: 2110

O PROBLEMA FOI RESOLVIDO(%) (Para quem teve algum problema)



Base: 279

O PROBLEMA FOI REPORTADO PARA A OUVIDORIA(%) (Para quem teve algum problema)

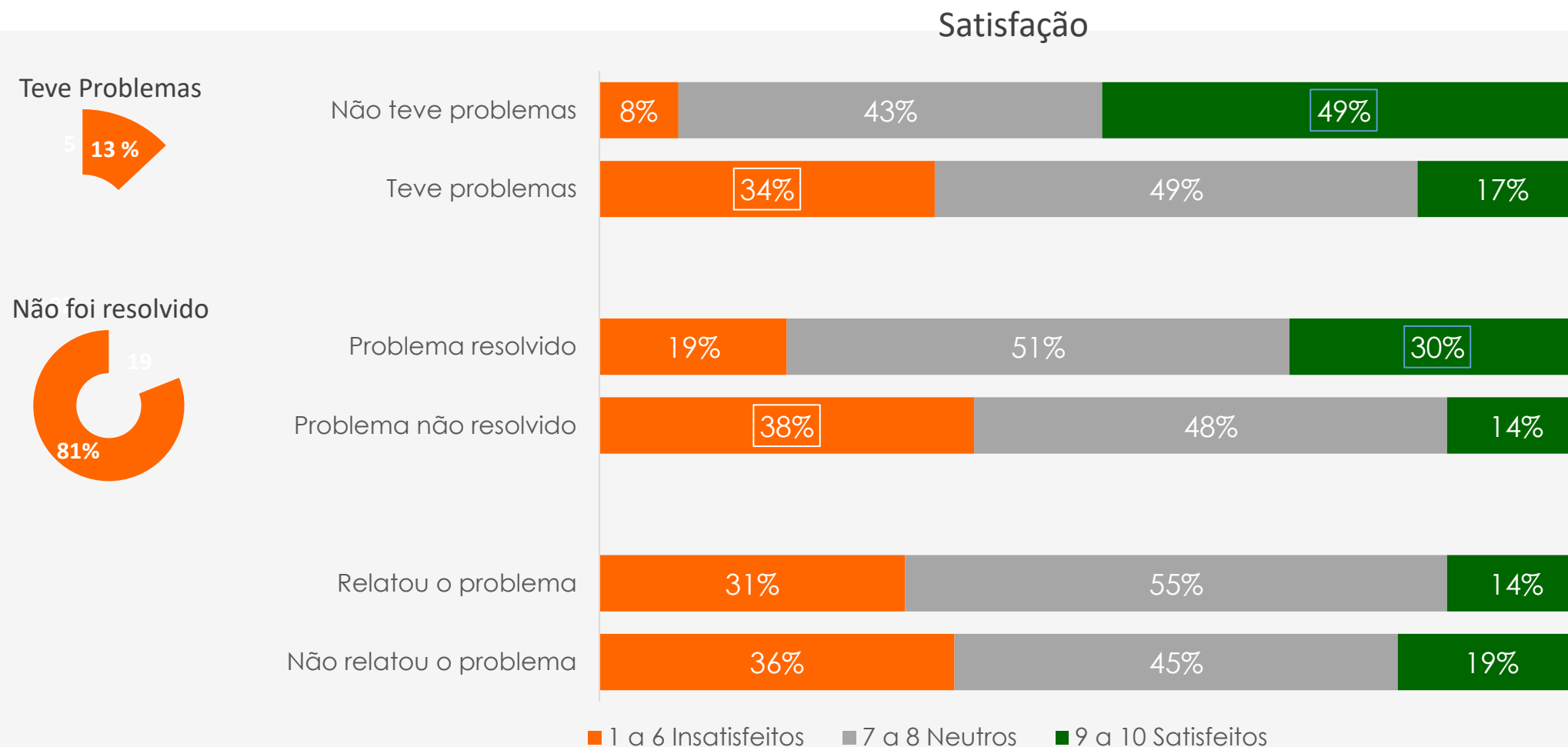


Base: 279

Satisfação – Incidência de Problemas



Ter problema impacta a satisfação dos sócios, ainda que eles tenham sido solucionados. Relatar ou não os problemas não parece alterar a experiência.



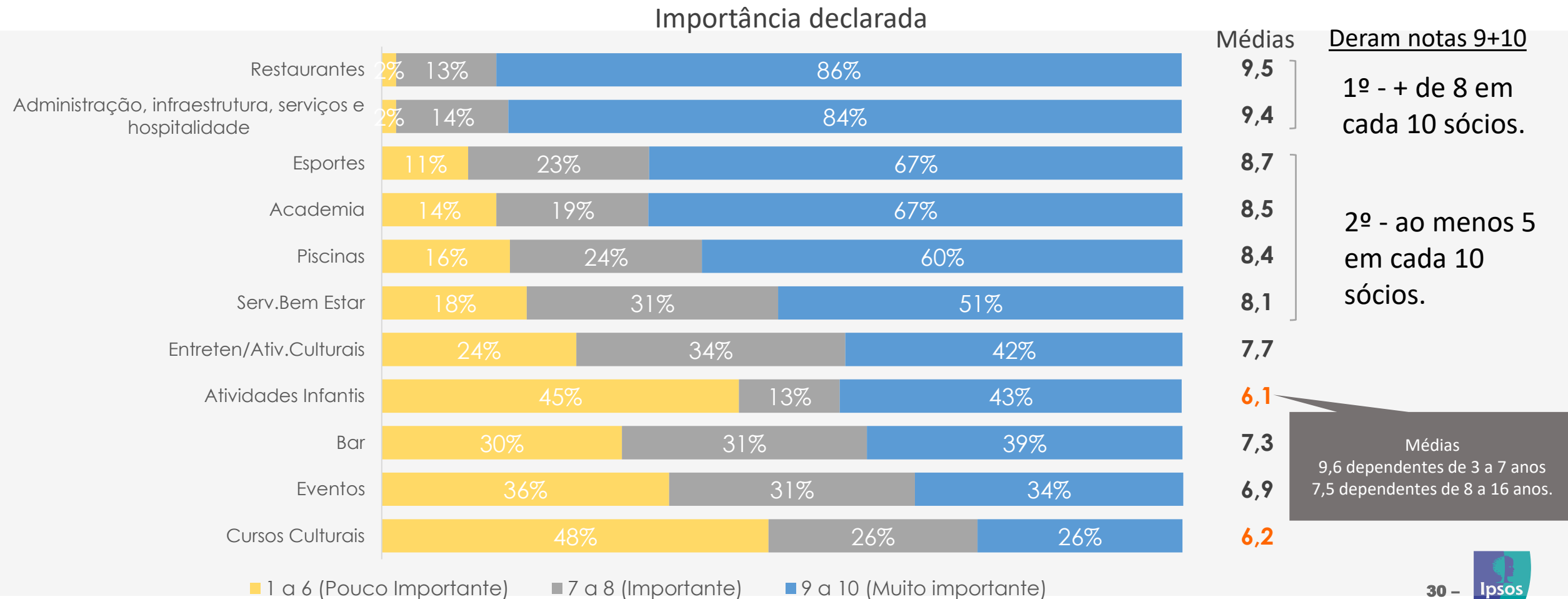
SATISFAÇÃO COM ÁREAS AVALIADAS

4

Importância das Áreas



Os sócios declaram que o “conceito do produto” Club Athletico Paulistano (Administração, Estrutura, Serviços e Hospitalidade) e os Restaurantes são os aspectos mais importantes. Isoladamente, a oferta de Esportes, Academia, Piscina e Serviços de Bem-Estar, são relevantes para mais da metade dos sócios. Atividades Culturais e Infantis apresentam as menores médias, mas deve-se dar atenção pois, para quem tem filhos pequenos, as Atividades Infantis são bastante importantes.



Base: 2110.
Q.20; Q.21; Q.22; Q.23; Q.24; Q.25; Q.26; Q.27; Q.31; Q.28; Q.30. Quanto a [ÁREA] é importante para você?

Importância das Áreas



Menor importância

Maior importância

Esporte, piscinas, eventos e atividades infantis são mais importantes para as faixas etárias mais novas (<50 anos) e menos importantes para os mais velhos (> 70 anos).

Academia têm maior importância para aqueles até 39 anos e sua importância tende a reduzir conforme maior a faixa-etária.

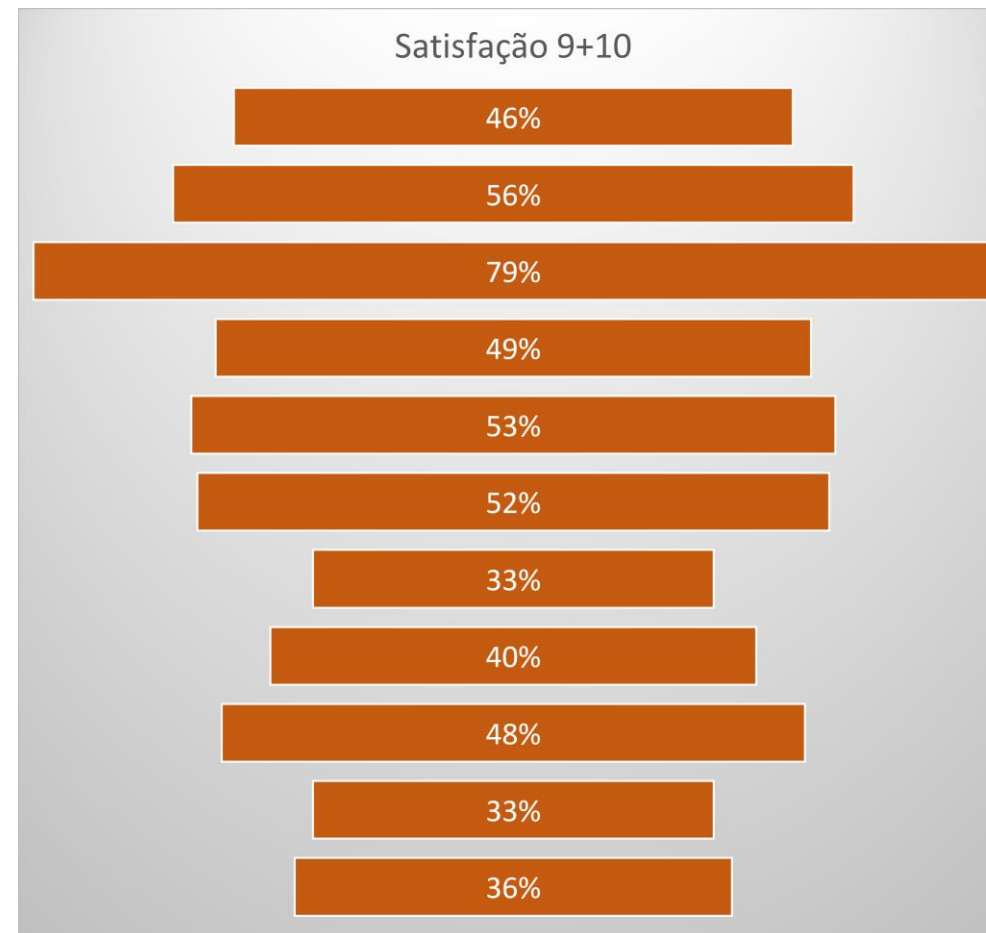
Já Atividades Culturais e Cursos Culturais, ocorre o contrário, são mais importantes para os mais velhos.

	Até 39 anos	40 a 49 anos	50 a 59 anos	60 a 69 anos	70 anos ou mais
Restaurantes	9,6	9,5	9,5	9,5	9,5
Administração, Infraestrutura, serviços e hospitalidade	9,4	9,4	9,5	9,5	9,4
Esportes	9,1	9,2	8,9	8,6	7,9
Academia	9,0	8,8	8,8	8,5	7,5
Piscinas	8,8	8,8	8,2	8,3	7,9
Servs. Bem Estar	8,2	7,7	8,1	8,3	8,2
Entretenimento / Ativ.Culturais	7,1	7,5	7,7	8,0	8,0
Atividades Infantis	6,9	7,7	4,9	5,4	5,9
Bar	7,1	7,5	7,2	7,5	7,0
Eventos	7,1	7,3	6,9	6,8	6,3
Cursos Culturais	5,8	6,1	6,1	6,4	6,2

Análise do desempenho



As áreas de maior importância declarada não sustentam os índices elevados de satisfação. O desempenho da Academia indica o nível de encantamento que os serviços podem entregar. Estimular o uso da Piscina e dos Serviços de Bem-Estar, pode contribuir para compor uma melhor experiência com o clube.

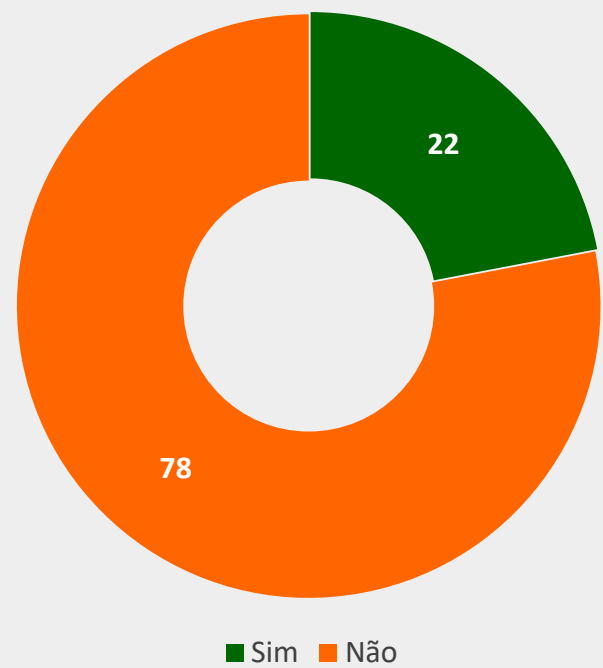


Frequência - Esportes



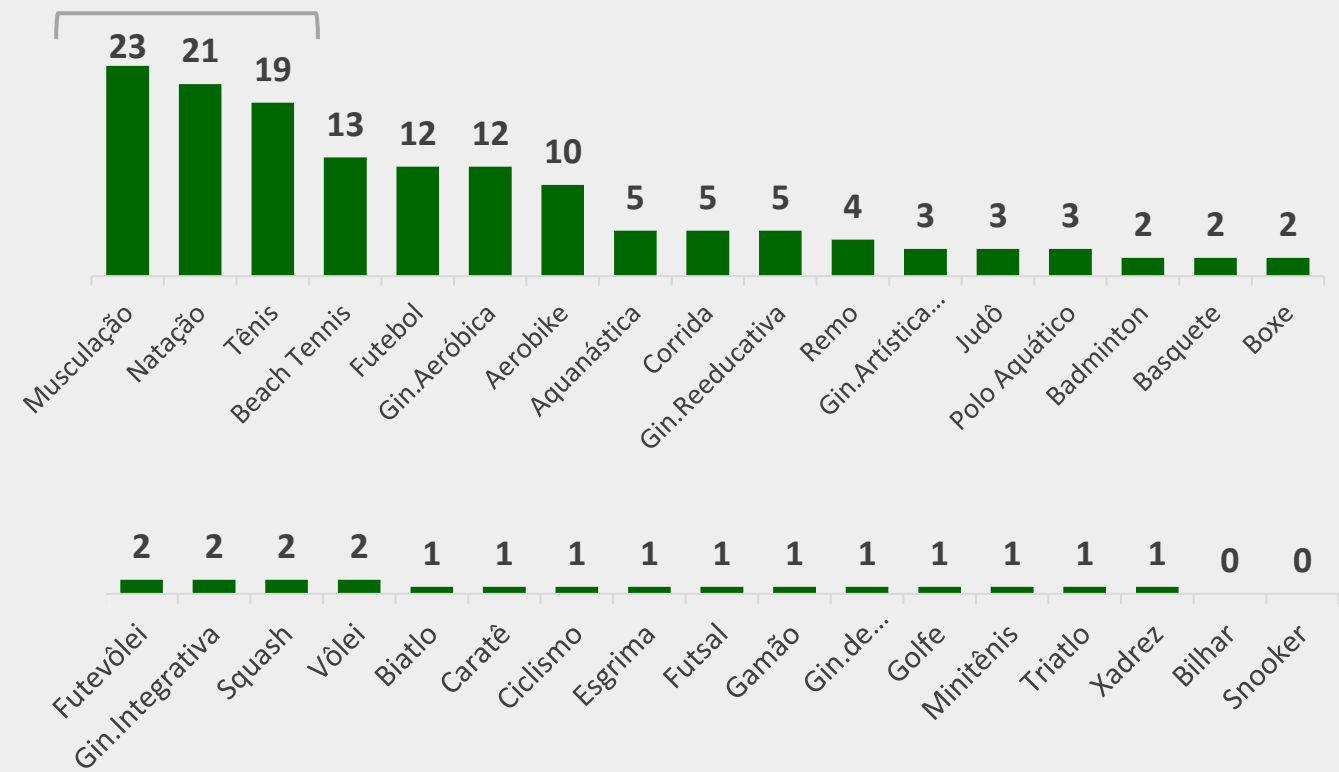
Quase 8 em 10 respondentes estão matriculados em algum esporte no Clube. Entre a ampla gama de esportes oferecidos , musculação, natação e tênis são os esportes mais frequentados.

ESTÁ MATRICULADO? (%)



Base: 2110

EM QUAIS? (%)



Superposição de 1,6

Base: 465

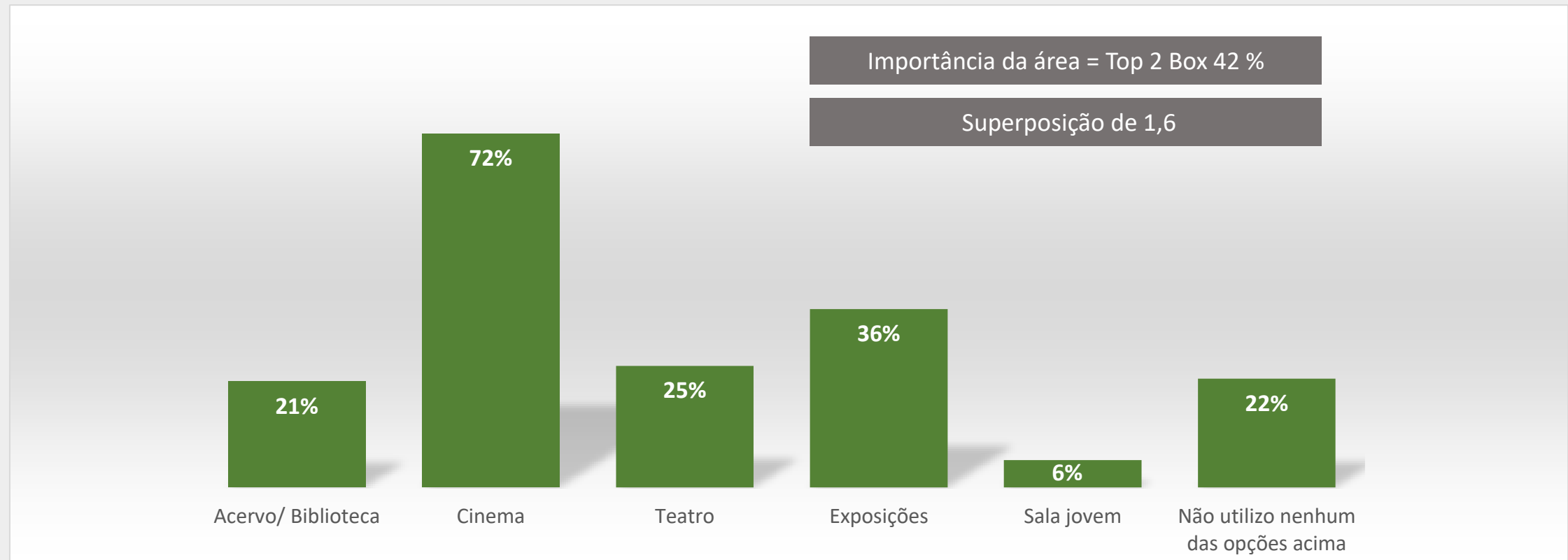
Utilização dos Espaços Culturais - Entretenimento



Quase 3/4 dos sócios vão ao Cinema e pouco mais de 1/3 frequenta as exposições.

Também pouco mais de 1/5 não frequentam os espaços culturais.

ESPAÇOS UTILIZADOS? (%)



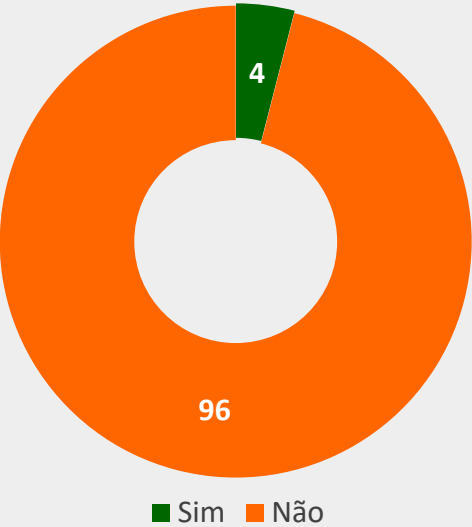
Base: 2110

Matrícula – Cursos Culturais



A oferta de cursos é grande, mas são poucos os matriculados e alta a dispersão;

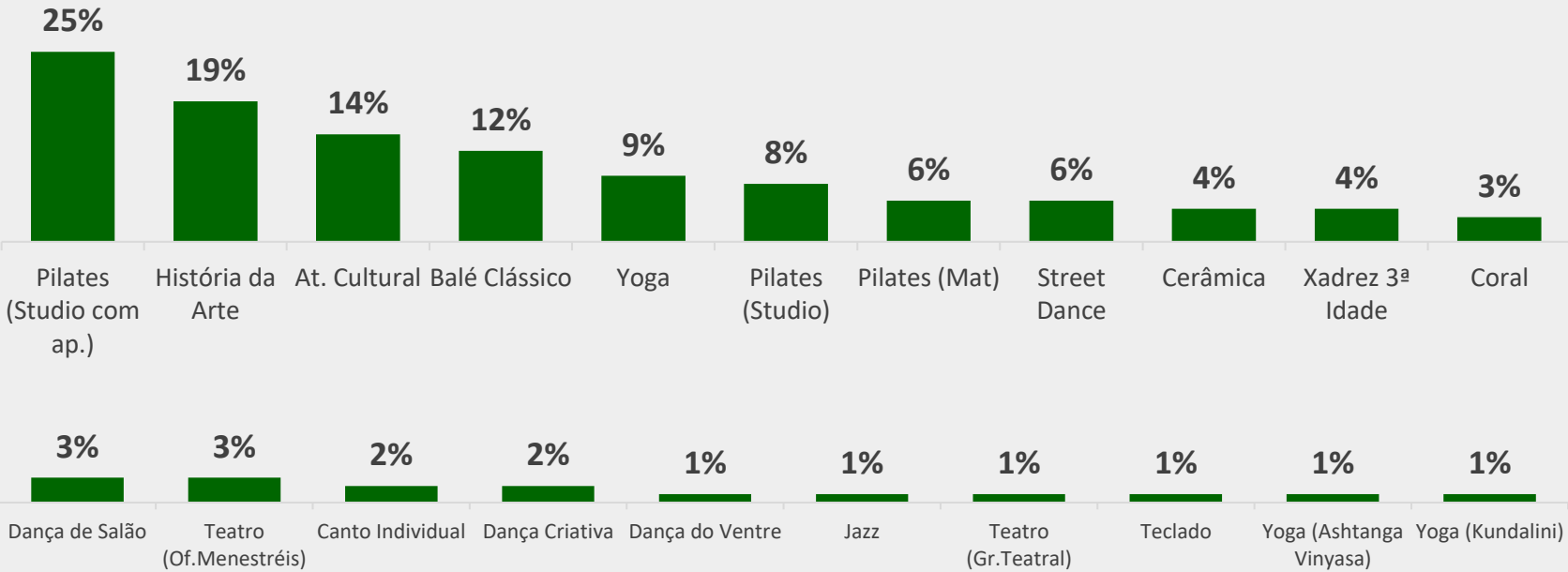
ESTÁ MATRICULADO? (%)



Base: 2110

EM QUAIS? (%)

Superposição de 1.3

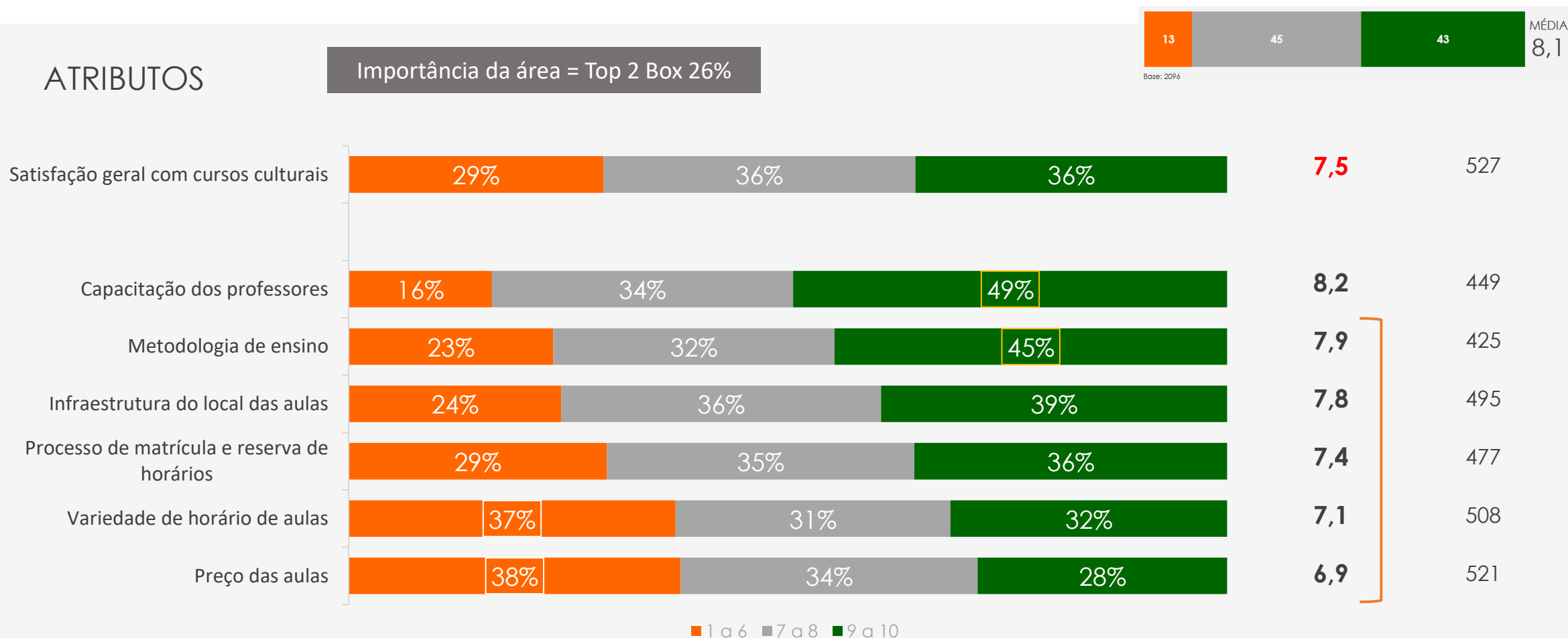


Base: 91

Satisfação – Cursos Culturais



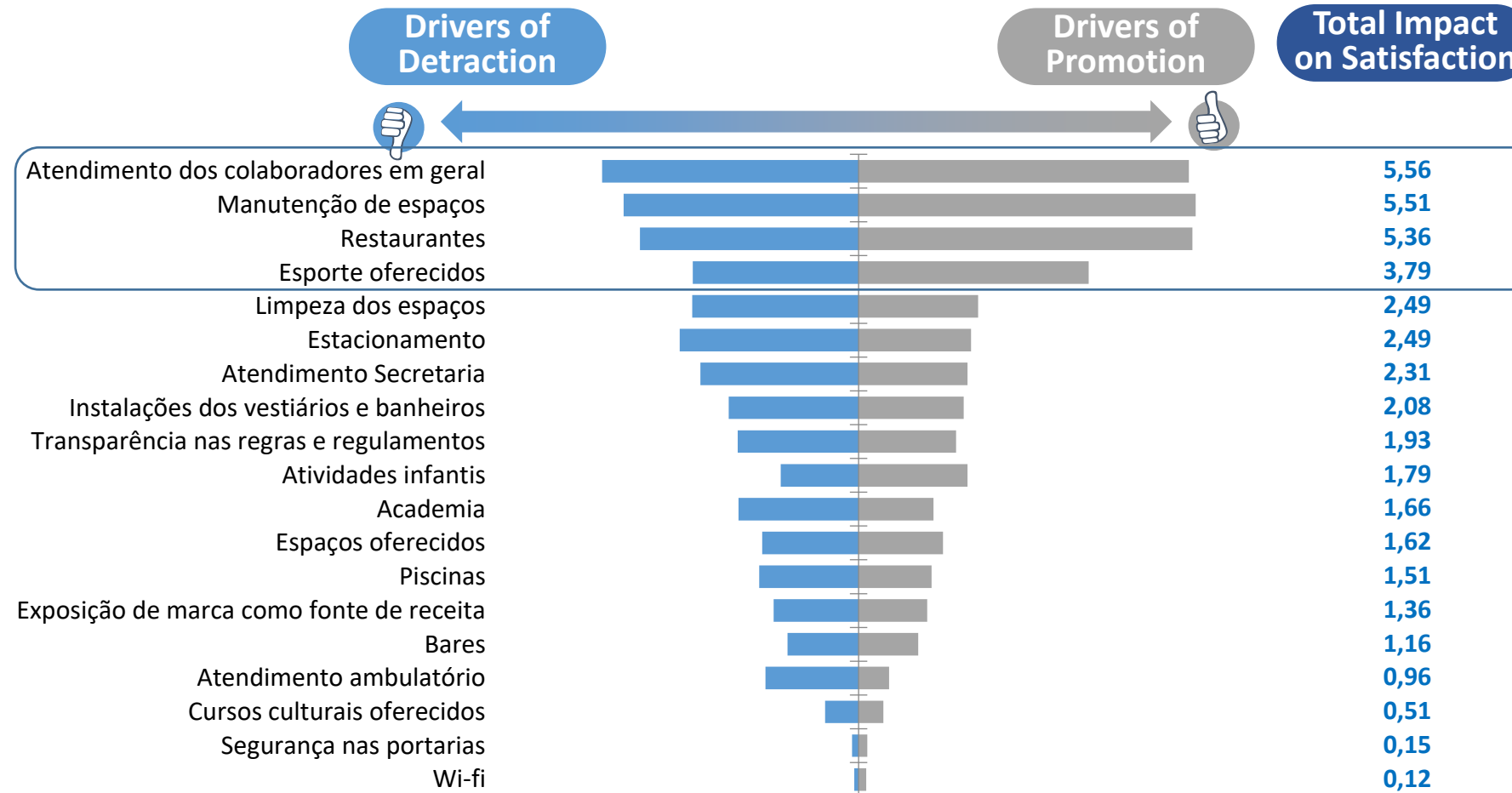
A satisfação com cursos culturais também é baixa. A capacitação dos professores e a metodologia de ensino geram satisfação, mas preço, agenda e processo de matrícula, têm percentual de desagrado elevado, sendo, talvez, dificultadores para acompanhar os cursos.



Prioridades

5

Matriz de prioridade



* The impact on Satisfaction refers to the net increase Satisfaction based on a simulated 10% increase in the mean of a driver

Matriz de prioridade



Matriz de prioridade

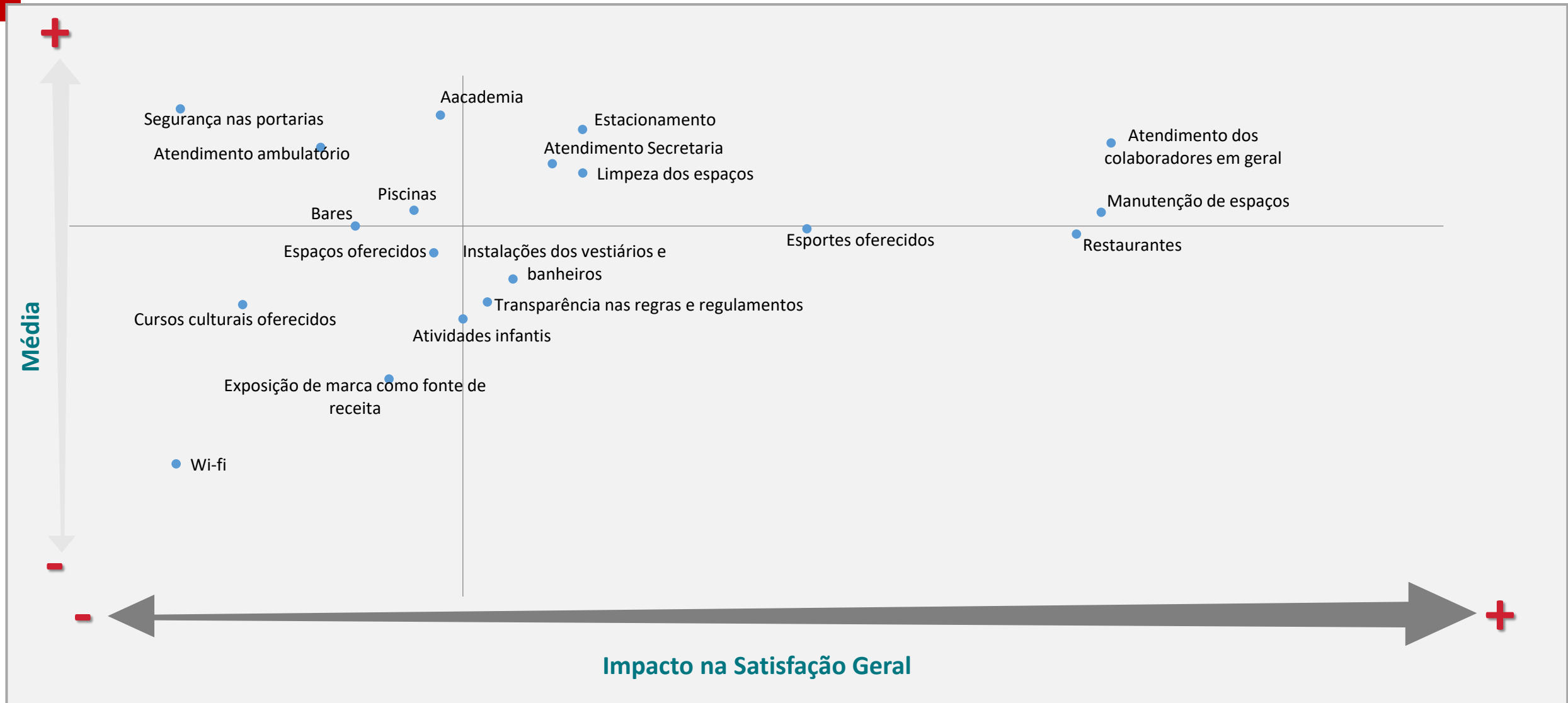


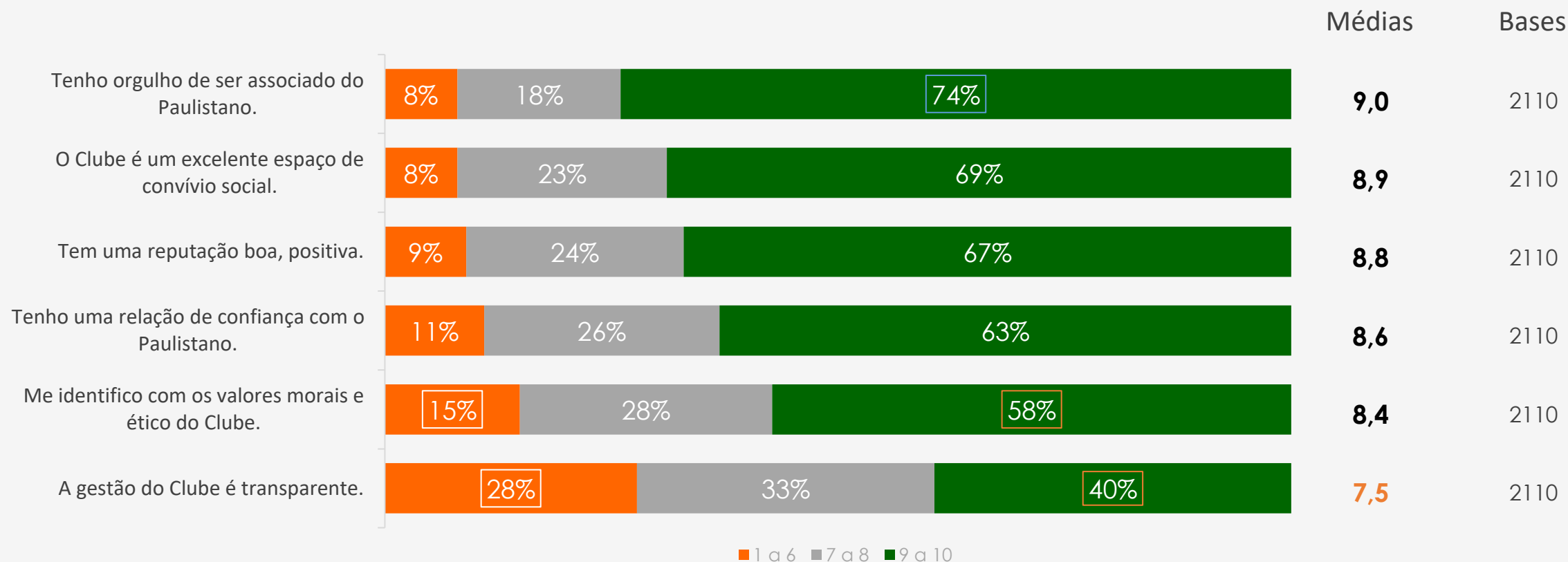
IMAGEM E CX FORCES

6

ATRIBUTOS DE IMAGEM - CONCORDÂNCIA

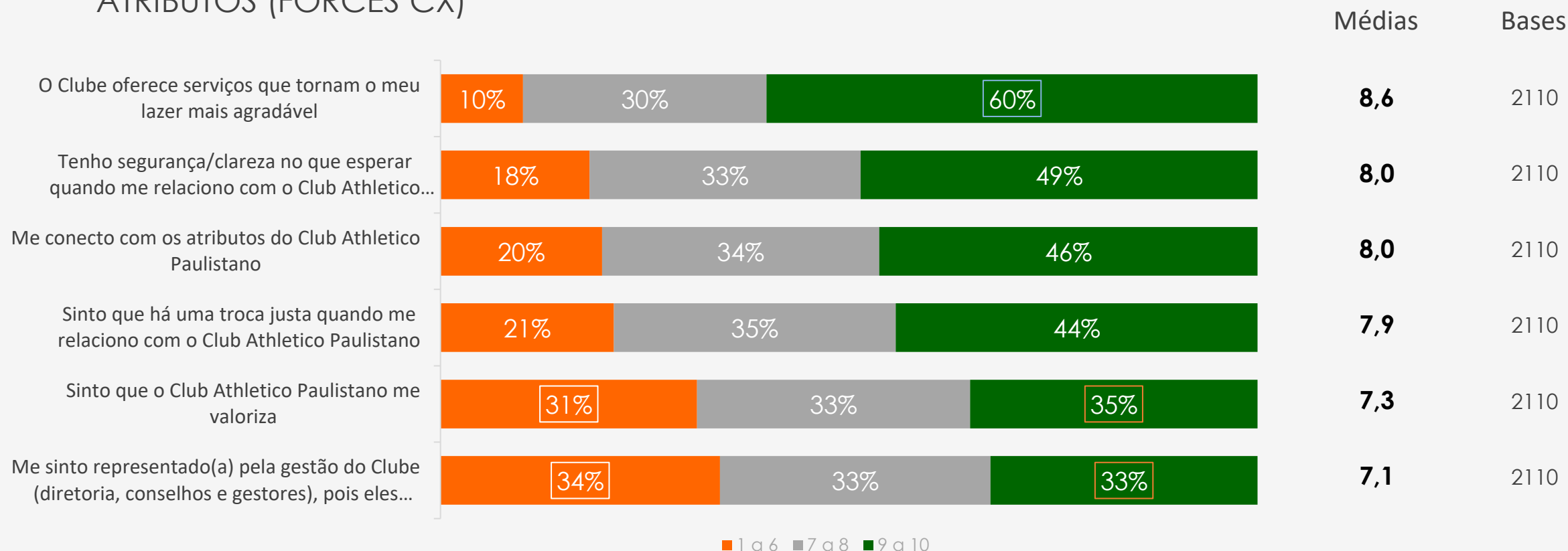


O orgulho é o sentimento de destaque, e os sócios têm uma percepção positiva do ambiente e da reputação do clube. Percebem pouca transparência na gestão, e a identificação com valores morais e éticos também não é elevada.



Os aspecto emocional que fortalece o relacionamento com o Paulistano é o de agradabilidade, seguido pelo sentimento de pertencimento e segurança, porém já com menor intensidade.

ATRIBUTOS (FORCES CX)



Quais são as 6 forças de CX?



6 dimensões foram traduzidas em 6 atributos simples



Tratamento Justo
Sinto que a [empresa] **me trata de forma justa**

Valorização
Sinto que a [empresa] **me valoriza**

Segurança
Tenho **segurança/clareza** no que **esperar** quando me relaciono com a [empresa]

Pertencimento
Me conecto com os valores da [empresa]

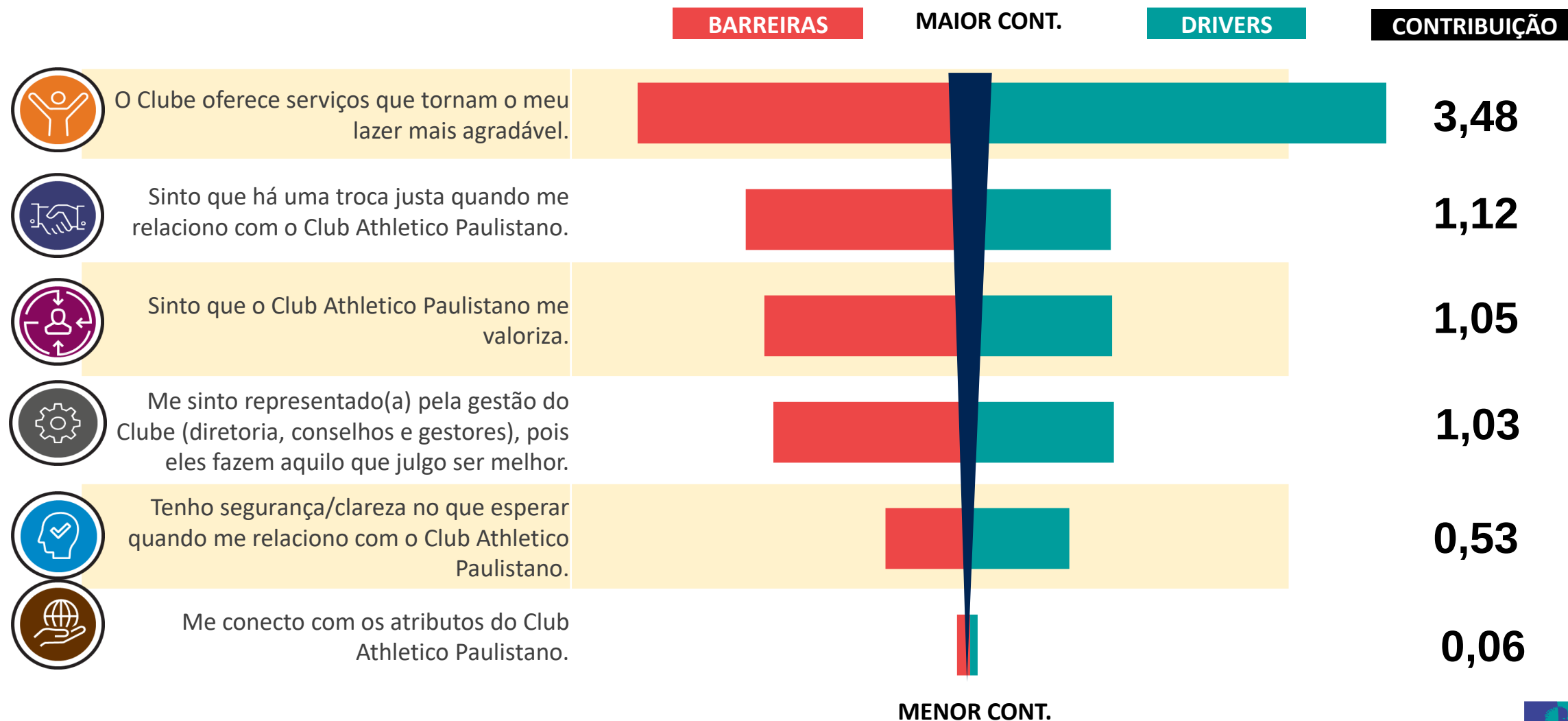
Controle
Me sinto no controle quando me relaciono com a [empresa] (fazem aquilo que julgo ser melhor)

Facilita a vida
A [empresa] oferece serviços que me permitem **aproveitar mais a vida**

Impacto das forças na Satisfação

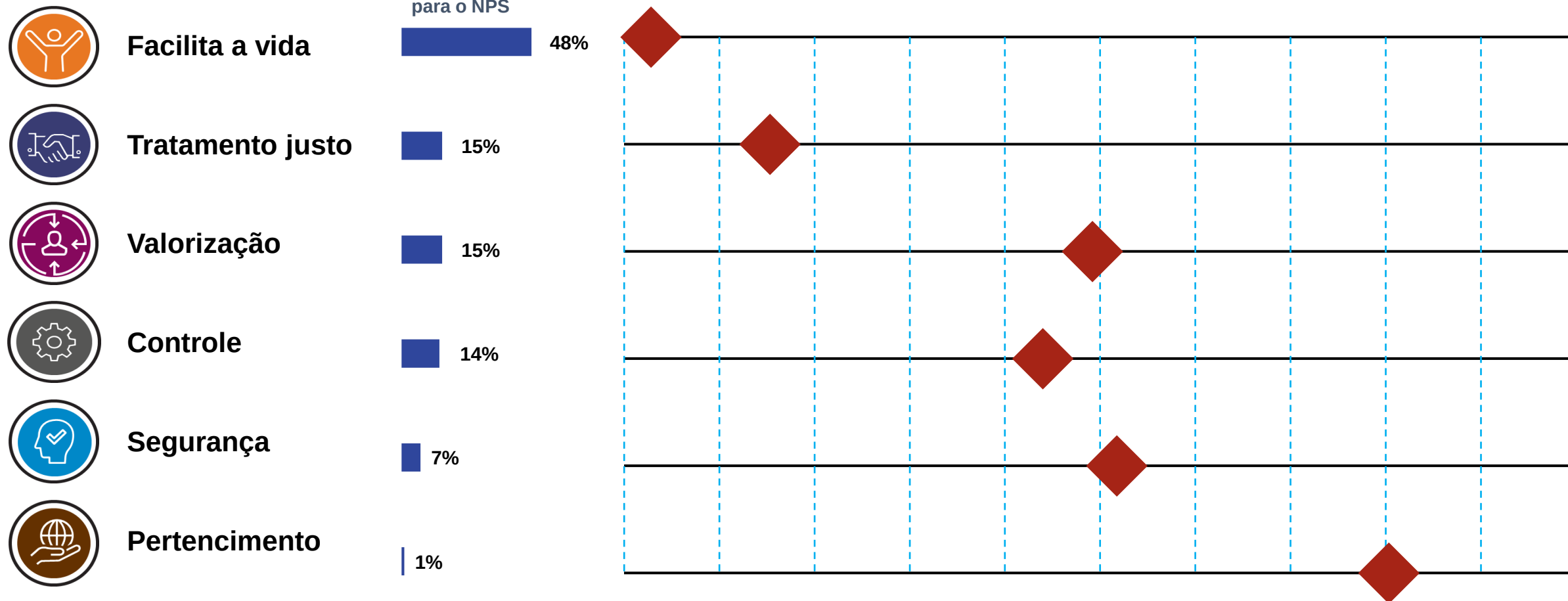


O que os clientes mais buscam



MENOR CONT.

Impacto das forças na Satisfação



CONCLUSÕES

7

Conclusões



O Club Athletico Paulistano apresenta **boa satisfação**, com média de 8,1 e contribuem para esse desempenho:

- a percepção de um local que oferece uma **diversidade de atividades esportivas** e de outras naturezas, relevantes para os sócios, além da **qualidade de instalações e serviços**. Eles apreciam o espaço e estão alinhados às propostas do clube;
- o atendimento que recebem dos colaboradores que é bem avaliado de forma geral.

Conclusões



Apesar desse resultado positivo, há um grande contingente de sócios em uma **faixa intermediária de satisfação**, menos encantados, que revelam **necessidades de melhorias** próximas às mencionadas pelos detratores, indicando alguma fragilidade para o Clube. Nesse contexto, há muitos desafios:

- ✓ Mais espaço, hoje ocupados pela presença de um número de sócios maior que o adequado para alguns, o que torna atualmente a experiência menos leve e fluída.
 - ✓ Sentem dificuldade para frequentar restaurantes, usar piscina e outros locais, encontrar vagas para matrículas, etc.
 - ✓ Sentem falta de espaços específicos para esportes.
 - ✓ Se queixam da infraestrutura, que necessita de mais cuidados e modernizações, além de ser melhor aproveitada.
-
- ✓ O grupo menos satisfeito de sócios está na faixa de 40 a 49 anos. São heavy users do Paulistano, pois são assíduos e se utilizam de muitas das atividades e serviços disponíveis. Têm, inclusive, maior proporção filhos matriculados no recanto infantil, sendo impactados também por questões relacionadas à essa área, para a qual há boa demanda por melhoria.

Conclusões



Sentem orgulho por serem associados, valorizam o convívio social proporcionado pelo Paulistano e a reputação do mesmo, e também confiam na relação. Porém, demonstram necessidade de que o vínculo emocional seja mais fortalecido, ampliando os sentimentos de pertencimento, segurança e identificação com a gestão.

Como **prioridade** o Paulistano pode focar nos **restaurantes e esportes**, que têm maior potencial contribuir para alavancar a satisfação geral e que são espaços amplamente utilizados. Mudar a percepção de **tempo de atendimento** nos restaurantes e implantar **novidades no cardápio**, cuidar da percepção de preço, entender a **demanda pelos espaços esportivos** e **facilitar a inscrição/matricúla**, são ações que atenderiam às necessidades amplamente explicitadas.

Embora sem grande impacto para a satisfação geral, atuar nas atividades e área infantil poderá contribuir para a satisfação do público de 40 a 49 anos.

Manter a qualidade de contato com os colaboradores é fundamental, pois é a sustentação do encantamento dos sócios.

THANK YOU