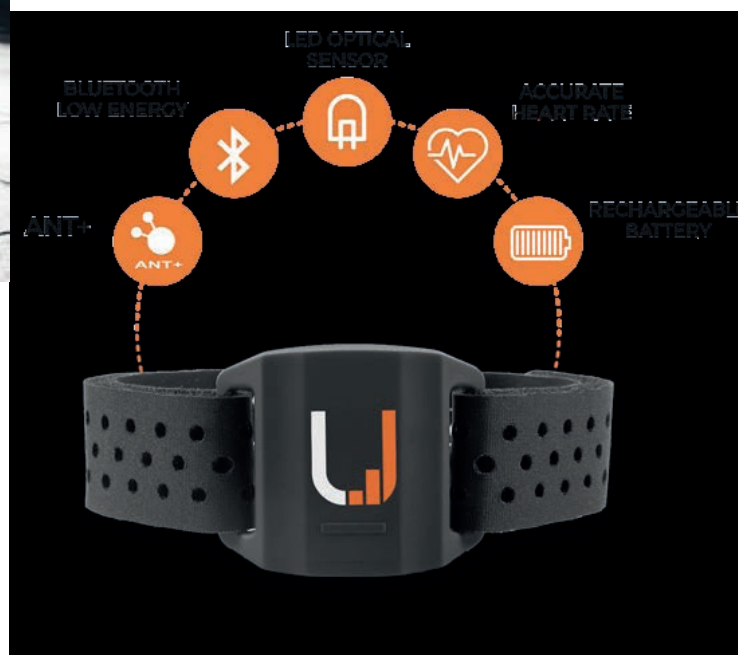
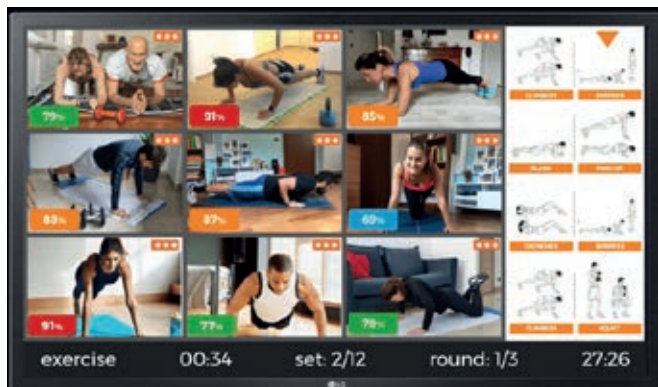




UPTIVO ZET GAMIFICATIE IN VOOR FITNESS EN MARKETING

Uptivo breidt zijn integraties uit om sportscholen te voorzien van een volledig gamificatie- en marketingsysteem. Het Italiaanse bedrijf verzamelt gegevens van een reeks wearables, gedragen in fitnessclubs of in andere omgevingen. Deze gegevens worden gebruikt om gamificatie te personaliseren en marketingactiviteiten te stimuleren, met een softwaresysteem gemaakt door Uptivo.

“Wij leveren bruikbare gegevens voor de clubs”, zegt Fabrizio Colciago, die het systeem vier jaar geleden in Milaan creëerde. “Het wordt gebruikt voor gamificatie en input voor klantrelatiebeheer.”

Zoals Colciago uitlegt, analyseert het systeem de gegevens die via het systeem worden verzameld en komt met suggesties voor gerichte marketingactiviteiten. Met het systeem kunnen clubmanagers parameters voor analyse instellen, wat helpt bij het identificeren van leden die mogelijk extra betrokkenheid nodig hebben. “Het produceert zeer aanpasbare en gemakkelijk te begrijpen dashboards”, zegt hij.

In de clubs kan het Uptivo-systeem worden gebruikt in groepsoefeningen. Net als Myzone gebruikt het een bord met voor elke deelnemer een gekleurde tegel, gebaseerd op persoonlijke gegevens rond hart en inzet.

Colciago zei dat het volledig compatibel is met merken als Polar, Garmin en Myzone. Het open systeem van Uptivo maakt directe connectiviteit mogelijk met wearables van dergelijke merken, waardoor realtime hartslaggegevens naar het systeem kunnen worden gestreamd en op de borden kunnen worden weergegeven.

Maar Uptivo heeft ook zijn eigen draagbare arm- en borstbanden die clubpartners helpen meer omzet te genereren. Deze wearables worden rechtstreeks via clubs en Amazon verkocht en hebben geen scherm, maar laten wel de kleurzone van de hartslag zien.

Uptivo werkt ook met sensoren, voor fietsen of bokshandschoenen. Ze zijn een paar weken geleden gelanceerd en meten stoten, hun snelheid en impact. Dit helpt bij het creëren van competities en andere uitdagingen.

Colciago zei dat Uptivo met ongeveer 500 fitnessclubs werkt, waarvan de meeste kleine en middelgrote exploitanten zijn. Ongeveer 70% bevindt zich in Europa en de rest in de VS, maar dat aandeel zou volgend jaar kunnen groeien, aangezien Uptivo van plan is in het tweede kwartaal van volgend jaar een eigen kantoor in New York te openen.

Uptivo hanteert twee prijsniveaus, variërend van € 93 per maand voor studio's met maximaal 60 leden, en € 123 per maand voor grotere sportscholen.

“Ze gebruiken het als een hulpmiddel om de betrokkenheid van klanten te vergroten”, aldus Colciago. “Ze vertellen ons dat leden meer naar de club gaan en dat ze meer verlaten omdat je in het echte leven een sociaal netwerk creëert.”

Het bedrijf werd in 2015 opgericht door Colciago, na de verkoop van een bedrijf in beveiliging en slimme camera's. Vervolgens zocht hij naar een andere sector waar technologie productief ontwikkeld kon worden.