

RELATÓRIO '25

BEM-ESTAR CORPORATIVO

wellhub 

Sumário Executivo

Na busca por novos clientes, as parcerias com serviços corporativos de bem-estar deixaram de ser meras ferramentas para publicidade ou benefícios legais de oferecer. Essas parcerias têm demonstrado ser propulsores estratégicos para o crescimento de academias, estúdios e apps de bem-estar no mundo inteiro. Com a concorrência cada vez mais acirrada e a constante evolução no comportamento dos consumidores, elas passaram a ser um elemento essencial para empresas que buscam sucesso sustentável.

O Wellhub conduziu uma pesquisa com mais de 600 líderes de academias, estúdios e apps de bem-estar em 10 países para entender essas mudanças e revelar como as parcerias com serviços corporativos de bem-estar influenciam o crescimento, a lucratividade e os planos para o futuro desses negócios.

Os resultados falam por si: essas empresas do setor têm colhido benefícios reais. As parcerias com serviços corporativos têm acelerado a captação de novos clientes, aumentado a retenção e proporcionado maior estabilidade financeira.



Principais dados

89%

afirmam que as taxas de retenção são maiores entre usuários provenientes de parcerias com serviços de bem-estar corporativo.

73%

afirmam que a lucratividade aumentou ou aumentou significativamente graças a essas parcerias.

83%

afirmam que o bem-estar corporativo é fundamental ou muito importante para o crescimento dos negócios.

92%

conhecem outras empresas do setor que tiveram sucesso em parcerias com plataformas de bem-estar corporativo.

84%

acreditam que parcerias com serviços de bem-estar corporativo são eficazes para captar novos clientes.

58%

apontam que o principal fator de retenção é um suporte de alta qualidade por parte das parcerias com serviços de bem-estar corporativo.

Contexto: a oportunidade no setor de bem-estar corporativo

A economia global do bem-estar cresceu. Hoje, já movimenta US\$ 6,3 trilhões, impulsionada pela praticidade do mundo digital, pelo maior foco na saúde preventiva e pela ascensão de academias e estúdios como importantes “terceiros lugares” nas comunidades. Nesse cenário, o mercado de bem-estar corporativo deve saltar de US\$ 70,4 bilhões em 2024 para mais de US\$ 106 bilhões até 2029, graças ao aumento do investimento das empresas no bem-estar dos colaboradores, visando elevar a produtividade, reduzir o absenteísmo e melhorar a retenção.

Como parte dessa transformação, as empresas têm migrado de programas de bem-estar fragmentados e isolados para plataformas integradas que ofereçam uma experiência mais holística e simples para suas equipes. Isso cria oportunidades significativas para as empresas do segmento de bem-estar se conectarem com uma carteira maior de empresas, em parcerias unificadas e eficientes.

Para academias, estúdios e apps de bem-estar, os benefícios comerciais dessas parcerias são evidentes. **Dados do Wellhub mostram que 90% dos clientes provenientes de plataformas de bem-estar corporativo são clientes totalmente novos; 75% destes se tornam usuários habituais após o cadastro inicial.** Em comparação com os clientes padrão, as empresas relatam que os clientes vindos de parcerias com serviços corporativos geram maior lucratividade, receita mais estável e maior valor por cliente ao longo do tempo, além de melhores taxas de retenção. Diante disso, as parcerias com serviços corporativos de bem-estar têm se tornado indispensáveis para empresas que buscam crescimento previsível, resiliência operacional e uma forte vantagem competitiva em um setor cada vez mais dinâmico.

Adoção e divulgação: quem faz parceria e por quê

Muitas empresas do setor têm feito parcerias com serviços corporativos de bem-estar, mas a estrutura desses relacionamentos nem sempre é a mesma. Enquanto alguns optam por se concentrar em uma única plataforma para maximizar a integração e a simplicidade, outros dividem seus esforços entre várias plataformas para expandir seu alcance para um público mais diverso. Os principais insights da nossa pesquisa indicam que:

- 32%** fazem parceria com uma única plataforma para melhorar a integração e simplificar as operações.
- 59%** trabalham com duas a três plataformas, buscando alcançar públicos corporativos variados.
- 39%** mantêm parcerias há mais de três anos, o que reflete uma confiança crescente e valor a longo prazo.

Quando se trata dos motivos que levam as empresas a buscar essas parcerias, o foco está claramente nos benefícios mensuráveis para o negócio. Dentre as principais razões, temos:

- 52%** apontam a melhoria na retenção de clientes, já que as parcerias corporativas ajudam a manter os usuários engajados por mais tempo do que canais tradicionais.
- 49%** valorizam o acesso a novos segmentos de clientes que dificilmente alcançariam.
- 46%** buscam maior visibilidade da marca nas comunicações e plataformas de bem-estar corporativo.

No entanto, essas empresas também precisam lidar com preocupações reais antes de fazer uma parceria com plataformas de bem-estar corporativo. Entre os principais desafios citados, temos:

- 46%** se preocupam em ter que competir com provedores semelhantes em plataformas saturadas.
- 44%** desconfiam que as plataformas possam priorizar as suas próprias ofertas internas, criando desvantagens competitivas.
- 36%** se sentem limitados pela falta de controle sobre como seus serviços são apresentados ou personalizados na plataforma.

Apesar dessas questões, muitas empresas têm bons resultados ao estabelecer uma colaboração próxima com plataformas de bem-estar corporativo, participando de iniciativas de marketing conjunto, oferecendo onboarding e treinamento personalizados, aproveitando insights de dados e mantendo ciclos regulares de feedback para garantir o sucesso mútuo.

Como superar barreiras: do discurso à parceria



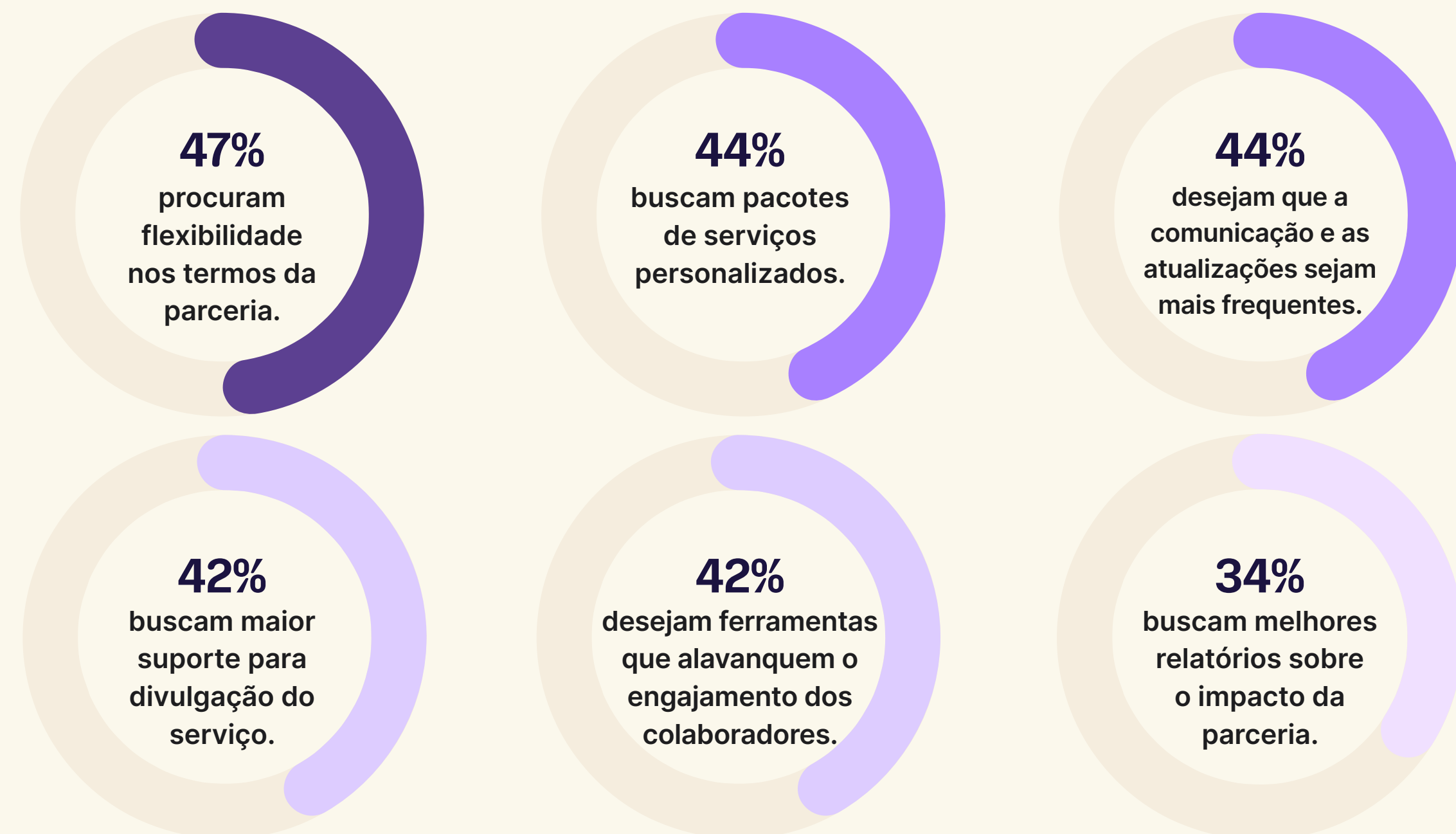
Embora muitas empresas do setor do bem-estar reconheçam os benefícios de uma parceria corporativa, elas também enfrentam desafios na hora de passar do interesse para a execução. Alguns temem que ingressar em uma plataforma de bem-estar corporativo seja algo complexo ou que demande muitos recursos. No entanto, nossa pesquisa mostra que muitas dessas barreiras são mais fáceis de superar do que se imagina. Dentre as principais dificuldades apontadas pelas empresas, estão:

- 56%** se preocupam com a necessidade de personalizar serviços para usuários corporativos, ainda que a maioria das plataformas permita que eles mantenham as ofertas existentes.
- 56%** mencionam a necessidade de comprovar valor e se destacar, enfatizando a necessidade de perfis de marketing fortes.
- 50%** sentem que não possuem recursos internos suficientes, mesmo que as plataformas tentem minimizar as demandas operacionais.
- 41%** enfrentam desafios na negociação de termos, ainda que os contratos flexíveis sejam cada vez mais comuns.
- 34%** têm dificuldade em identificar os responsáveis pelas decisões dentro das empresas, um problema que as plataformas geralmente solucionam, pois elas mesmas gerenciam os relacionamentos com seus clientes.

Apesar das preocupações iniciais, a maioria das empresas descobre que a integração é mais fácil do que haviam imaginado:

- 70%** afirmam que o onboarding é fácil ou extremamente fácil, graças aos guias claros e equipes responsivas.
- Apenas **6%** enfrentam desafios significativos, principalmente devido a sistemas mais antigos ou modelos de negócios específicos.

Essas empresas também apontaram áreas nas quais as plataformas podem agregar mais valor:



De forma geral, ainda existem alguns obstáculos, mas a maioria das empresas considera que, quando as plataformas oferecem suporte e colaboração personalizados, as parcerias com serviços corporativos de bem-estar são viáveis e valiosas.

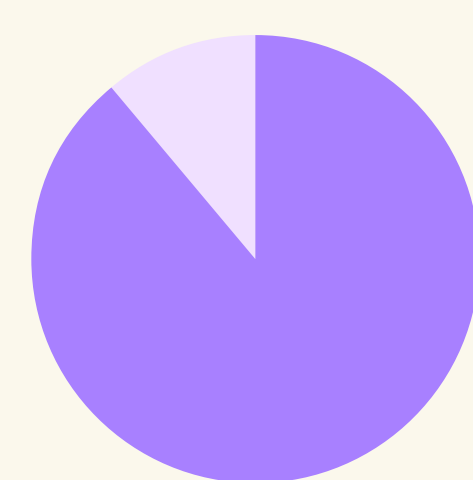
Impacto real: aquisição, retenção e receita

Após superar as barreiras iniciais, muitas empresas do setor do bem-estar alcançam resultados sólidos por meio de parcerias com serviços corporativos, com ganhos claros no crescimento de clientes, retenção e receita.

As parcerias com serviços corporativos de bem-estar têm impulsionado significativamente a aquisição de novos clientes, uma vez que ajudam as empresas a alcançar públicos antes inacessíveis e incorporar um fluxo confiável de clientes altamente interessados:



Além da aquisição, os clientes que vêm das parcerias corporativas têm se mostrado mais leais e engajados do que os adquiridos pelos canais padrão, criando fluxos de receita sustentáveis:

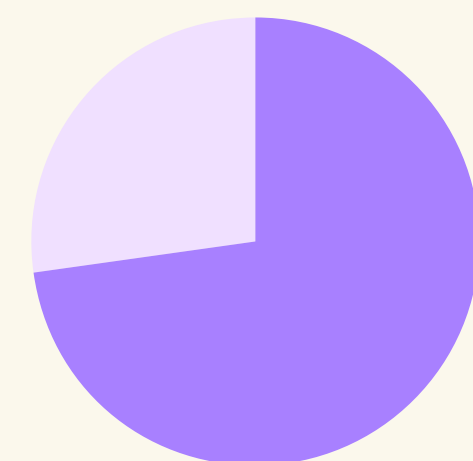


89%
das empresas relatam maior retenção de clientes corporativos em comparação com usuários padrão.

As principais explicações para a retenção são

- 1 suporte de alta qualidade (58%)
- 2 descontos exclusivos (46%)
- 3 desafios regulares (45%) (desafios de bem-estar, sequência de dias de atividade ou competições com rankings)
- 4 integração descomplicada com benefícios corporativos (39%)
- 5 um forte senso de comunidade (37%)

Do ponto de vista financeiro, essas parcerias ajudam as empresas a fortalecer seus modelos de negócios para lidar com a volatilidade econômica com maior estabilidade e confiança:

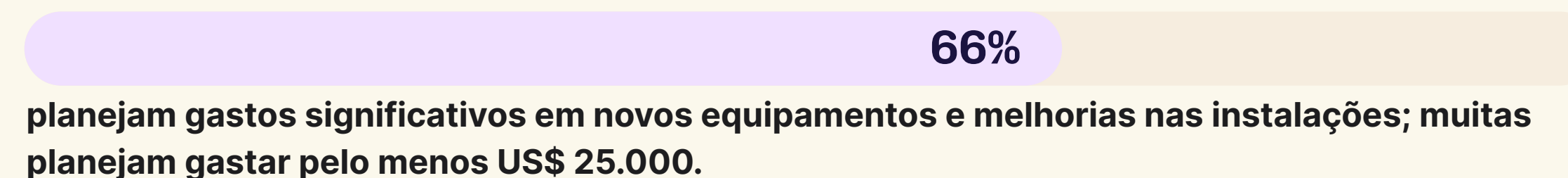
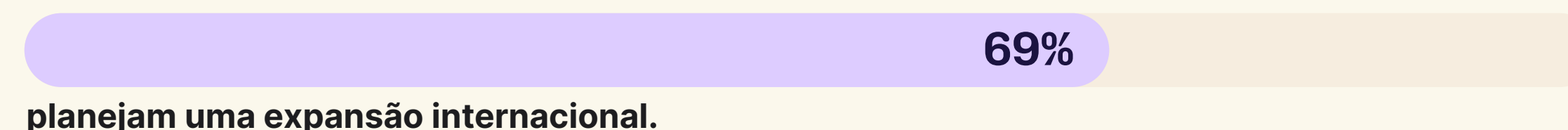


73%
delas relatam aumento na lucratividade graças às parcerias.

Os benefícios incluem

- 1 melhor aproveitamento da capacidade fora dos horários de pico (51%)
- 2 maior valor por cliente ao longo do tempo (50%)
- 3 melhor fluxo de caixa por meio de contratos garantidos (48%)

Pensando no futuro, as empresas têm reinvestido esse ânimo em planos de crescimento ambiciosos:



As parcerias com serviços corporativos de bem-estar têm se tornado a base para o crescimento sustentável, pois viabilizam crescer com mais confiança e resiliência financeira.

Como extrair o máximo da sua parceria com um serviço de bem-estar corporativo

Fazer parte de uma plataforma de bem-estar corporativo como o Wellhub é apenas o primeiro passo; o sucesso depende do engajamento dessas empresas com o ecossistema. Academias, estúdios e apps de bem-estar podem extrair muito mais dessas parcerias concentrando-se em três pilares:



1. Estabelecer uma presença forte



2. Oferecer experiências excepcionais aos clientes



3. Excelência operacional

Para melhores resultados, as empresas precisam criar um perfil completo e detalhado, com imagens de alta qualidade, descrições claras dos serviços oferecidos e horários de funcionamento corretos. É fundamental investir no treinamento da equipe, para garantir que os check-ins ocorram sem percalços e as primeiras experiências sejam positivas para os clientes. Os apps de bem-estar devem otimizar suas listagens com descrições atraentes, capturas de tela e integrações simples para facilitar o acesso dos clientes.

Proporcionar experiências excepcionais aos clientes impulsiona o engajamento e a retenção. Para as academias e estúdios, isso envolve manter instalações limpas e uma boa infraestrutura, oferecer instruções detalhadas e incentivar o feedback por meio de avaliações online e interações presenciais. Técnicas de alto engajamento, como aulas temáticas, desafios exclusivos para empresas e pequenos brindes personalizados, ajudam a fidelizar os clientes e fortalecer a reputação da marca. Para os apps, fluxos simples de onboarding, mensagens direcionadas e desafios digitais exclusivos para a empresa ajudam a impulsionar o uso diário e aprofundar a conexão.

Por fim, operações otimizadas garantem o impacto e a sustentabilidade das parcerias. As empresas podem designar agentes internos para supervisionar a comunicação com a plataforma e monitorar dados de desempenho, que podem ser utilizados para identificar oportunidades de otimização, e aproveitar os recursos de marketing da plataforma para impulsionar a visibilidade. Para apps de bem-estar, a coordenação multifuncional e o rastreamento analítico proativo permitem melhoria contínua e alinhamento com as necessidades dos clientes corporativos.



Não é necessário reformular o modelo de negócios para ter sucesso com as parcerias com serviços corporativos de bem-estar. O sucesso depende de demonstrar seus pontos fortes de forma profissional, proporcionar experiências positivas para os clientes de forma a manter o engajamento e aproveitar os recursos e dados da plataforma para a otimização contínua. Seguindo essas orientações, as empresas podem transformar os frequentadores e usuários derivados dessas parcerias em promotores leais, impulsionando o crescimento sustentável, comunidades mais fortes e resiliência do negócio no longo prazo.

Principais achados para o Brasil



75%

afirmam que a retenção é maior entre clientes provenientes de parcerias com serviços de bem-estar corporativo.

69%

afirmam que o bem-estar corporativo é fundamental ou muito importante para o crescimento dos negócios.

69%

dos participantes afirmam que parcerias com serviços de bem-estar corporativo são eficazes para captar novos clientes.

59%

afirmam que a lucratividade aumentou ou aumentou significativamente graças a parcerias com serviços de bem-estar corporativo.

93%

dos participantes conhecem outras empresas do setor que tiveram sucesso em parcerias com plataformas de bem-estar corporativo.

62%

dizem que o principal fator de retenção é um suporte de alta qualidade por parte das parcerias com serviços de bem-estar corporativo.

CRESCENDO MAIS FORTES JUNTOS

Leia o relatório na íntegra e confira tudo o que descobrimos, com dicas de especialistas e orientações valiosas.

Baixe o estudo na íntegra



wellhub 