



Директор фитнес-центра / фитнес-клуба

Срок обучения: 3

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1. Особенности организации деятельности фитнес-центра

Маркетинговые исследования

- Текущая ситуация в отрасли
- Факторы, влияющие на отрасль
- Тенденции развития отрасли
- Объем рынка, потенциальная емкость рынка
- Структура рынка. Сети. Одиночные клубы
- Ценообразование на рынке. Различные ценовые стратегии
- Конечные потребители
- Потенциальные потребители услуг
- Сегментация потребителей. Критерии сегментации. Оценка сегментов потребителей

Сертификация и лицензирование (необходимые и достаточные документы для работы)

Разработка концепции фитнес-клуба

Определение оптимального набора основных и дополнительных услуг

- Формирование технологии комплексных программ с сопутствующим сервисом и опциями услуг и обслуживания
- Обеспечение учета логистики передвижений клиентов, внутренней маркетинговой коммуникации, сопутствующего сервиса
- Определение ценовой политики, маркетинговой стратегии клуба, принципы формирования видов клубных карт

Требования к планировочному и технологическому проекту

- Расчет единой пропускной способности клуба
- Контроль соответствия с проектом всех этапов строительства, оснащения клуба и материально-технического снабжения

Подбор и спецификация оборудования

- Фитнес-зона
- Холл, рецепция
- Сауна и зона отдыха
- Фитнес-бар
- Подбор программного обеспечения

Практикум: Кейс «Разработка концепции фитнес-клуба определенного ценового сегмента»

День 2. Управление фитнес-центром

Организационная структура

- Объем управления
- Иерархия: вертикальные и горизонтальные организации
- Централизация и децентрализация
- Специализация
- Регламентация
- Единоначалие и двойное подчинение
- Коммуникации
- Типы организационных структур и их применение в фитнес индустрии: функциональные, по типу продукта или услуги, по географическому признаку, проектные команды, матричные, смешанные

Оперативное управление фитнес-клубом

- Взаимосвязь стратегического и оперативного управления
- Оперативное управление. Оперативное планирование. Оперативный учет и контроль. Получение оперативной информации при оперативном управлении
- Коммуникации и сети связей внутри организации

- Организация рабочего времени руководителя. Тайм-менеджмент. Делегирование полномочий. Проведение совещаний
- Личные и профессиональные качества руководителя, необходимые для успешного оперативного руководства
 - должностные обязанности руководителя
 - управление командой
 - виды управленческой деятельности
 - взаимодействие с внутренним окружением
 - взаимодействие с внешним окружением

Практикум: Упражнение по оперативному планированию и тайм-менеджменту

Управление финансовой деятельностью фитнес-центра. Управление расходами

- Эффективное использование разного рода ресурсов
- Внутренний контроль как основной элемент управления расходами. Пять основных целей внутреннего контроля
- Бюджетирование в фитнес-клубе. Годовые, квартальные, ежемесячные бюджеты
- Типичные причины, ведущие к снижению эффективности процесса бюджетирования
- Некоторые схемы составления бюджетов
- Детализация расходов
- Оптимизация расходной части бюджета
- Из чего состоит бюджет. Фиксированные (неизменяемые) непроизводственные расходы. Управляемые производственные расходы

Доходы в фитнес клубе. Управление доходами

- Доход фитнес-клуба. Факторы, влияющие на доход
- Планирование доходов
- Категории доходов в фитнес клубе
- Управленческая отчетность: для чего нужна и как составляется. Некоторые примеры управленческих отчетов. Отличия управленческой и финансовой отчетности

Практикум: Кейс «Планирование бюджета на месяц (с выдачей планов отделам продаж, ресепшн, тренажерному залу и т.д.)»

Подбор и обучение персонала

- Проведение тестирования и отбор персонала
- Проведение обучающих семинаров и тренингов ведущих менеджеров
- Проведение обучающих семинаров и тренингов персонала по отделам и департаментам: фитнес-департамент, отдел продаж, рецепция, мервисная служба, врачи
- Создание команды

Система мотивации персонала фитнес-клуба

- Выявление основных мотиваторов сотрудников
- Мотивационная критика
- Как удержать ценных сотрудников?

Практикум: Упражнение по составлению карты мотиваторов сотрудников.

Организация работы рецепции

- Делопроизводство и документооборот
- Стандарты сервиса. Качество сервиса и способы контроля
- Психология общения с разными типами клиентов

День 3. Продвижение и продажи фитнес-услуг. Технологии управления сервисом

Организация системы продаж

- Корпоративное членство. Схема работы с компаниями
- Индивидуальное членство
- Техника аргументирования и преодоления возражений. Как грамотно продавать?
- Ценовая политика

Маркетинг и реклама фитнес-центра

- Структура планирования маркетинга и рекламы
 - планирование рекламной кампании: от этапа подготовки до мониторинга результатов и анализа эффективности
 - модель подготовки и проведения рекламной кампании. Анализ рынка. Задачи маркетинга. Задачи коммуникативной стратегии. Как формировать бюджет рекламной кампании. Современные рекламные стратегии и коммуникативные ошибки
- Стратегия и тактика размещения рекламных сообщений
- Модели рекламного воздействия. Реклама в прессе, на ТВ, на радио
- Акции по стимулированию продаж в фитнес-центре, сезонные рекламные кампании
 - стимулирование продаж в системе маркетинговых коммуникаций
 - распространенные ошибки в маркетинговой стратегии
 - маркетинг летом или как продавать вне сезона?
- Оценка эффективности рекламных кампаний

Успешные сервисные технологии фитнес-центра

- Система сервисного менеджмента
- Введение клиента в структуру клуба. Сопровождение клиента
- Этикет клуба и стандарты сервиса. Использование технологий преемственности
- Процессный менеджмент. Осуществление перехода от функционального менеджмента (доминирующего на российском рынке услуг) к процессному управлению (менеджмент качества)
- Стандартизация процессов. Взаимозаменяемость. Мониторинг процессов

Практикум:

- Задание по описанию заданного бизнес-процесса
- Кейс «Основные этапы технологии продажи членства в соответствии с заданными параметрами клуба и заданными стандартами сервиса»



Инновации в фитнес-бизнесе

- Разработка авторских клубных программ и их закрепление на базе клуба
- Соответствие нововведений финансовым ожиданиям

Внутренний и внешний PR. Развитие конкурентных преимуществ

- Понятие PR. Основные целевые аудитории PR. Функции PR. Сходство и различие понятий PR, маркетинг, реклама
- Внутренняя и внешняя среда клуба
- Внешняя, внутренняя политика клуба
- PR внутри компании
- Соответствие миссии компании кадровой политике предприятия
- Укрепление коллектива и наращивание внутреннего потенциала клуба. Работа с потенциалом сотрудников

Практикум: Написание плана работы PR-отдела