

Владислав ВАВИЛОВ

Как продать 200 персональных тренировок

Киев
2016

УДК 005.32:[796.012.61+613.71
ББК 65.290-2+75.6
В12

Вавилов, Владислав.

В12 Как продать 200 персональных тренировок / Владислав Вавилов. — К. : Саммит-Книга, 2016. — 208 с.

ISBN 978-617-7350-54-4

«Как продать 200 персональных тренировок» — новая книга Владислава Вавилова, автора первой в Украине книги по управлению фитнес-клубами — «Fitness менеджмент».

В этой книге автор раскрывает секреты продаж персональных тренировок. Книга полна практических советов и рекомендаций. В каждой главе есть домашнее задание, которое поможет читателю достичь желаемой цели.

Автор подробно объясняет, почему клиенты приходят тренироваться в фитнес-клуб, что необходимо делать для того, чтобы их удержать и продлить свои персональные занятия. Сам автор — бывший персональный тренер с 15-летним стажем работы.

Применив советы Владислава Вавилова, вы сможете добиться желаемых показателей и продать 200 тренировок.

**005.32:[796.012.61+613.71
ББК 65.290-2+75.6**

ISBN 978-617-7350-54-4

2015 © Владислав Вавилов

СОДЕРЖАНИЕ

Вступление	5
Раздел 1. Что такое фитнес	7
Разновидности фитнес-тренировок	8
Раздел 2. Продажа персональных тренировок	26
Кто продает персональные тренировки	26
Фитнес- или велнесс-тестирование? Преимущество, которое вы не используете	34
Начинаем продавать персональные тренировки. Вы готовы?	36
Как грамотно знакомиться с клиентом	61
Раздел 3. Определение потребностей клиента	70
Что такое потребность	70
Виды потребностей, мотивы покупки и типы клиентов	72
Чего хотят клиенты на разных направлениях в фитнес-клубе	79
Какие вопросы необходимо задавать клиентам	82
Виды вопросов	85
Секретная методика СПИН	89
Что делать, когда у клиента нет потребности	97
Раздел 4. Что такое презентация	100
Техники презентации фитнес-услуг	101
Методы красивой манипуляции клиентами в клубе	104
Грамотная универсальная презентация	121
Раздел 5. Ненавистные возражения	125
Что делать, если клиент говорит «нет»?	125
Типы возражений	128
Страхи клиента	128
Работа с возражениями. Техники аргументации	130
Методы работы с возражениями в зависимости от типа вопроса	132
Раздел 6. Завершение продажи персонального тренинга	136
Завершение продажи	136

Как грамотно завершать первую персональную тренировку	139
Как грамотно оформлять клиенту клип–карту на десять занятий.	143
Как грамотно продлевать первый клип из десяти занятий	145
Раздел 7. Правдивые типы клиентов	150
Как работать с подростками	150
Как работать с девушками.	152
Как работать с дамами старше 40.	154
Как работать с мужчинами 30–40 лет	157
Как работать с мужчинами старше 50.	159
Как работать с политиками и чиновниками	160
Как работать со звездами.	163
Как тренировать сына президента	165
Что делать, если у тебя роман с клиентом фитнес–клуба?	167
Раздел 8. Секретные советы	170
Покоряем первую высоту 100 тренировок	170
Смелее: вот и 150–180? Осталось совсем немного	173
Советы по работе с клиентами, или Как же все–таки сделать 200 тренировок без вреда для здоровья и личной жизни	176
Мотивационный блок.	180
Рекомендации по продаже тренировок в аквазоне	181
Стили продаж	189
Одиннадцать убийц продаж.	191
А как провести 300 персональных тренировок? Реально ли это?	193
Фитнес тесты, которые помогут Вам продавать персональные тренировки.	196
Индекс физического состояния	196
Тестирование контрэкс–2	196
Антропометрические данные и тестирование физического состояния организма	202
Тест на определение мышечного дисбаланса	203
Заключение	206

ВСТУПЛЕНИЕ

Перед вами, дорогой читатель, лежит практическая книга, которая поможет вам продавать больше персональных тренировок. А некоторым из вас эта книга просто поможет начать продавать свои услуги в фитнес–сфере. Не так важно, в какой сфере фитнеса вы работаете, важно, что у вас есть желание зарабатывать больше денег и проводить больше персональных тренировок, которые принесут результат клиенту. Советы и подсказки, которые вы прочтете, могут использовать абсолютно все тренеры, занимающиеся с клиентами на воде, в тренажерных залах или студиях групповых программ, и достигать заветной цифры 200 в месячном отчете для начисления заработной платы.

Я начинал свою карьеру с работы простым инструктором в маленьком фитнес–клубе, состоявшем из двух комнат. Там был один орбитрек и десяток старых тренажеров. Однако даже в таком неприспособленном помещении я умудрялся проводить персональные тренировки. В течение пятнадцати лет я тренировал разных клиентов — от простых школьников до сына президента. Об этом я расскажу в книге, которую вы только что взяли в руки, открою все самые потаенные секреты.

В конце каждой главы будет практическое задание. Большая просьба выполнять задание безукоризненно. Договорились, да? Ну что ж, помните: мы с вами заключили устную сделку и за свои слова нужно отвечать.

Если вы занимались спортом, то знаете, что для достижения результата необходимо выполнять упражнения, развивать свои навыки, хорошо спать и кушать. Ах да! И тренера слушать. С продажей персональных тренировок дела обстоят точно так же. Необходимо совершенствовать свои коммуникативные навыки, выполнять специальные упражнения и применять их на практике, а не дома перед девушкой (или парнем). Кстати, если вторая половинка сейчас рядом с вами — поцелуйте ее (его). Это будет первое задание.

На своих семинарах я всегда говорю, что если клиент говорит, то он покупает. А говорить он должен по телефону не с подругой, а с вами.

Приятного чтения! И жду выполненное домашнее задание на почту.

И помните: дорогу осилит идущий.

До встречи в конце пути — на отметке «200».

Раздел 1

Что такое фитнес

В сознании каждого инструктора и тренера понятие «фитнес» имеет свою особенность. Каждый, исходя из своего опыта, трактует это определение с только ему присущим элементом. До кого-то это — спорт. Серьезно, они думают, что фитнес — это спорт. Для кого-то это — общение, для кого-то — усложненный вариант утренней гимнастики. С вашего позволения, я дам некое усредняющее определение, что такое фитнес, не претендуя на правду в последней инстанции.

По версии Википедии, фитнес — это оздоровительная методика, позволяющая изменить формы тела, его массу и надолго закрепить достигнутый результат. Она включает в себя физические тренировки в сочетании с правильно подобранной диетой. И упражнения, и диета в фитнесе подбираются индивидуально — в зависимости от противопоказаний, возраста, состояния здоровья, строения и особенностей фигуры.

В нашем обиходе фитнес применим почему-то только к групповым программам. А словосочетание «персональная фитнес-тренировка» — это что-то вообще невообразимое. Еще с фитнесом не до конца разобрались, а тут еще и тренировка. Однако рынок фитнес-услуг довольно быстро развивается и показывает хорошую динамику, чего, к сожалению, не скажешь об инструкторах по фитнесу. Поверьте мне, открыть фитнес-клуб, управлять им и продавать персональные тренировки — это разные вещи. Самой простой из которых является открытие фитнес-клуба. Мы живем в век фитнеса и здорового образа жизни. И если есть сфера услуг, то в ней просто обязан быть обслуживающий персонал, который может и должен предоставлять свои услуги клиентам.

РАЗНОВИДНОСТИ ФИТНЕС-ТРЕНИРОВОК

Что такое персональные тренировки и какие виды их бывают

Существуют разные определения этой дополнительной услуги, которую предлагают клиентам в фитнес-клубе. В некоторых фитнес-клубах такая услуга просто отсутствует. Поверьте мне, мои глаза расширились, как и ваши, когда мне такое сообщали. Если мы берем классическое определение персональной тренировки, то:

Персональная тренировка — это занятие, которое инструктор проводит лично для вас с учетом ваших целей, физической формы, индивидуальных особенностей и пожеланий. Ваш персональный тренер — проводник в мир здоровья, прекрасного самочувствия и отличной формы.

В каждом фитнес-клубе в понятие персональной тренировки входит набор собственных прописанных услуг. Все зависит от клуба, его формата, наличия разных фитнес- и аквазона и от продвинутости персонала и/или собственника, о чем клиенту желательно честно сообщить. Я открыто призываю всех инструкторов, которые читают эту книгу, передать ее своим собственникам. Поверьте, они потом вам скажут спасибо.

Я хотел бы, чтобы вы определили конкретно в своем фитнес-клубе или фитнес-студии, что такое персональная тренировка для ваших клиентов, чтобы потом не было недоразумений.

По длительности она может быть базовой, 60 минут, либо половинной — 30 минут. Вы, наверное, смеетесь, а вот мне не смешно, когда инструктор тренирует клиентов по 120 минут (два часа!). Причем никакой силовой тренировки там нет, просто нагрузка на мышцы языка. При этом инструктор теряет и свой доход, и прибыль фитнес-клуба, в котором он работает. Так вот, я воспринимаю персональную тренировку длитель-

ностью именно 60 минут. Некоторые из вас, милые читатели, являются выпускниками ВУЗов физического воспитания и спорта, и там вас учили разным дисциплинам, одна из которых — проведение персональных тренировок. Кого не учили, не смертельно. Меня не учили, поэтому, видимо, я и решил написать эту книгу. Прочитав один из учебников, я увидел там вот такой вариант: тренировка в зале с отягощениями — 60 минут, из которых 15 — разминка, 30 минут — основная часть, 15 минут — заминка. А вот теперь признайтесь, кто-то из вас хоть раз так делал?

Еще раз хочу сказать, что длительность тренировки зависит не только от степени подготовленности клиента и его целей, но и от вида фитнес-нагрузки, которую вы ему даете. Бывают такие занятия, где после 60-минутной нагрузки клиента сразу в морг повезут.

Поэтому давайте возьмем за основу эти 60 минут. Договорились?

Что касается видов тренировок, то тут все просто: есть персональные тренировки на одного клиента, есть персональные тренировки на двоих, есть персональные тренировки на троих. Все зависит от вида фитнес-нагрузки и правил клуба, в котором вы работаете. Ну а про фантазию я уже тоже говорил.

Также есть персональное фитнес-сопровождение — лазейка, которую нашли немного ленивые инструкторы и тренеры тренажерного зала.

Мне встречались семейные тренировки, когда приходили папа, мама и ребенок. Но это красиво только на фотографии, в жизни это просто дико неудобно — как сплит-тренировка двух подруг с разными целями и фигурами в большом тренажерном зале.

Одно могу сказать точно: слово «персональный» означает — касающийся только данного или одного лица. Поэтому групповая персональная тренировка — это не совсем корректно и не есть хорошо.

Но, с другой стороны, встречаются разные типы клиентов. И, как всегда, актуальна фраза — лучше я буду тренировать двоих, чем не буду тренировать никого.

Тренируйте на здоровье, но тренируйте персонально, максимально уделяя внимание каждому клиенту и его потребностям. Помогайте ему достичь поставленных результатов.

Отличие персонального тренинга от простых инструктажей и персональных сопровождений

Если вы — начинающий инструктор тренажерного зала, то этот вопрос у вас вызовет дополнительное внимание. Если вы опытный инструктор, то вы просто улыбнетесь, читая эти строки. Но, тем не менее, прошу вас их прочитать.

В фитнес-индустрии существует очень интересная подмена понятий. Когда клиент приходит в фитнес-клуб и ему предлагают пройти ознакомительный инструктаж, то сколько в вашем городе фитнес-клубов — столько и вариантов этого чудо-инструктажа может пройти простой клиент. Можно встретить самые невероятные разновидности и виды подач, с комплексом упражнений, который написан в чудо-тетрадке. Сразу вспоминаю один смешной случай:

В одном фитнес-клубе клиентам после приобретения клубной карты выдавали тетрадку, в которую необходимо было записывать свои успехи в тренировках. Девочкам выдавали розовую, мальчикам — синюю, все, как положено. На первой странице был комплекс упражнений, и самое веселое, что для девочек и для мальчиков он был одинаковым. Хотя, по сути, этот комплекс был больше направлен на проработку ягодич и пресса. Возможно, кто-то из тренеров пошутил, и теперь в том клубе все мужики — с накачанными ягодичами.

Однако для полной картины нам необходимо заглянуть в историю. Ну не то чтобы совсем в давние времена, когда спортсменов мазали маслом с полной уверенностью, что они так будут быстрее бегать и не будет сопротивления воздуха. Мы вернемся в 80-е годы XX века. Некоторые читатели скажут, что их тогда еще не было. Мол, я родился в 90-х. Так вот, в 80-е занятия в тренажерных залах были запрещены. Ведь в те времена любое неповиновение власти воспринимали очень болезненно и наказывали. И бодибилдинг тогда назывался «атлетическое позирирование», либо «силовой атлетизм». Залов было очень мало. А те, что были, напоминали страшные подвалы, и на весь зал был один большой «качок» — этакое «чудо фитнес-центра», который всем клиентам показывал упражнения, причем одновременно. А еще предлагал порошки и детское питание в раздевалках. Кстати, я сам пил детское питание в надежде вырасти и стать таким, как Арнольд. Гадость редкая. Но что не сделаешь ради большого бицепса бедра! :) Хотя я, вроде, не такой и старый.

Начиная с тех времен все фитнес-клубы, точнее «качалки», имели такое негласное правило: мол, купил абонемент — и тебе там все покажут. Так уж повелось, и эта традиция глубоко укоренилась в сознании наших родителей и первопроходцев фитнес-бизнеса. А так как большинство собственников фитнес-клубов родом из 80-х, они пытались привить подобную схему работы и у себя в клубах. До тех пор, пока не стали с пацанами и телочками выезжать за бугор, где увидели чудо — персональные тренировки и инструктажи.

В результате, у нас произошло изменение в подходе к работе с клиентом. Насмотревшись заграничных примеров, наши стали делать точно так же, а именно: клиент, покупающий абонемент, получает ознакомительное занятие с тренером. Поначалу это правило применялось во избежание поломки бешено дорогих (особенно по сегодняшнему курсу доллара) беговых

дорожек и орбитреков. Выглядело это, да и выглядит сегодня, вот так: покупаешь абонемент, и тебе показывают тренажерный зал: как включать саму беговую дорожку. Хотя большинство клиентов с ходу начинают жать красную кнопку и шагать на полусогнутых ногах, смешно загоняя колени под торпеду беговой дорожки. Было? Ну признайтесь, было у вас такое пару раз? Знаю точно — было.

Если брать простое определение инструктажа в тренажерном зале, то это — ознакомление клиента с тренажерами и возможностями вашего тренажерного зала. Все правильно. Но от такого ознакомления клиент не купит персональные тренировки. Да и клиент, который дико напуган, вряд ли запомнит, что где стоит и, тем более, как что делать. Вот вы бы запомнили с одного раза?

Некоторые хитрые администраторы во время презентации клуба, показывая зал, говорит клиенту: «Вы не переживайте, наши тренеры вам все покажут и составят комплекс упражнений» (некоторые говорят, что это входит в стоимость клубной карты). А в это время тренеры стоят с лицом, перекошенным от ожидания такого бескорыстного чуда. А что администраторам или менеджерам? Им важно продать карту и обещать, как народные депутаты, — как можно больше. И вдогонку они сообщают, что тренеры составят рацион питания и порекомендуют БАДы (биологические активные добавки). Этими последними словами обычно ставя в ступор неопытных клиентов, которые после такого рассказа начинают искать БАДы в тренажерном зале, предполагая, что это какой-то чудо-станок или тренажер.

Многие директора фитнес-клубов уже начинают понимать, что от простых слов «вот наша беговая дорожка, и вот так она включается» персональную тренировку никто не купит, и начинают применять схему увеличения количества инструктажей. Мол, а давайте их будет два? Чтобы клиента можно было уговорить. У вас в фитнес-клубе может быть по-другому. Неко-

торые небольшие фитнес-клубы живут по старинке. Пришел, получил базовый комплекс, и все. Персональные тренировки — это типа дорого, а вот новый iPhone даже в самом небольшом городе найдется у многих. Значит, не дорого, просто вы продавать не умеете.

А теперь постараюсь описать, как это, на мой взгляд, должно быть. Неважно, как это занятие называется у вас в клубе, но инструктаж — это колоссальный шанс заарканить себе нового клиента. Обычно все инструктажи проводят дежурные инструкторы, и это единственное, по их мнению, преимущество дежурств. И понятно, что они с надутой мордой смотрят на своего менеджера, который говорит, что инструктаж не оплачивается. Об оплате напишу чуть ниже.

Инструктаж — это инструмент, который никто не использует. Хитрые инструкторы и фитнес-менеджеры из простого инструктажа делают подарочную персональную тренировку, даже если она не оплачивается. И всеми правдами и неправдами уговаривают клиента купить персональные тренировки. В процессе инструктажа демонстрируют все свои знания и умения, показывая просто идеальную тренировку. Вы можете сказать, что это не совсем правильно, мол, обманывать нехорошо, да и вообще плохо не выполнять распоряжения руководства: сказано «инструктаж», а мы тут проводим тренировку. Еще могут заподозрить в левых тренировках!

Отчасти с вами соглашусь, но в желании быть первым иногда стоит нарушать правила, при этом не забывая, что всю полноту ответственности вы берете на себя.

Виды инструктажей

Обычно в среднестатистическом клубе есть просто инструктаж, который длится 30 минут. Рекомендую его проводить следующим образом.

Перед началом инструктажа вам следует задать три вопроса своему клиенту:

1. Есть ли у вас опыт занятий в фитнес-клубах?

2. Есть ли у вас ограничения? (Прошу заметить: не нужно спрашивать, есть ли у клиента травмы или были ли у него в детстве вши. Такие вопросы очень оскорбляют клиентов, у которых есть ограничения, и, стесняясь, они обычно ничего не говорят). Задавая этот вопрос, важно добавить, что вам эта информация необходима исключительно для того, чтобы не навредить клиенту. Ведь мы — как доктора.

3. Какие вы ставите цели или чего хотели бы добиться, тренируясь в зале? (Это просто важно знать перед началом ознакомительного инструктажа).

Теперь, получив первичные знания о клиенте, вы можете провести инструктаж, который бы подкупил клиента. Ключевая задача инструктажа — дать клиенту возможность почувствовать мышечные группы, которые он хотел бы подкорректировать, уменьшить или увеличить, либо привести в тонус.

То есть, если клиент говорит «я хочу, чтобы у меня были большие руки», желательно дать ему пару упражнений на те мышечные группы, которые он просит. Ведь часто бывает, когда клиент просит плечи, а ему дают упражнения на грудь.

Клиент должен почувствовать, что он получает нагрузку.

Помните: на инструктаже нельзя ни в коем случае клиента перегружать, а уж тем более дать нагрузку, которая вызовет сумасшедшую крепатуру.

Когда я проводил инструктажи, зачастую клиенты говорили, что им этого веса мало и можно было бы больше. На что я им возражал: если в следующий раз у вас не будет крепатуры (открыто намекая, что следующий раз будет), я вам обязательно

добавлю вес. Обычно второй раз увеличить нагрузку никто не просил.

В процессе проведения инструктажа вы никоим образом не должны оскорбить или обидеть клиента. Речь не идет о фразах: «Да ты слабак!» и «Моя мама сильнее тебя жмет!», речь идет о нагрузке, которую тренер определяет своему новому клиенту. И тут вы должны знать, что клиенты-мужчины — максималисты, и они обычно берут самые тяжелые гантели, а вот дамы, наоборот, боятся «накачаться». Поэтому вводный инструктаж (замаскированная тренировка) должен быть легким и сложным одновременно. Он должен дать клиенту понять, что ему нужна будет помощь тренера. Обычно я даю базовые упражнения на тренажерах. Во-первых, их легче выполнять, а во-вторых, мы не тратим время на постановку техники, только на дыхание. Но обычно после пятой-седьмой тренировки клиенты начинают дышать. Правильно дышать.

Нагрузка должна быть на 80% от того, что может клиент.

Если вы проведете инструктаж слишком легко, то клиент вряд ли купит тренировки. Как и в случае, если вы проведете его слишком тяжело.

И, как вы думаете, клиент после такого чудо-ознакомления сразу бросится к администратору с криком: «Дайте мне этого мужнину, я хочу от него сына, тьфу ты, персональные тренировки»? Мол, ваш вид и накачанные бицепсы его убедят совершить такой шаг? А вот и нет.

Не стоит учить клиента тренироваться

Клиента не стоит учить самостоятельно тренироваться — с этого я начинаю свои семинары для инструкторов фитнес-клубов. Некоторые после этой фразы смотрят на меня с недоумением, мол, я не прав. Ведь клиенты приходят в фитнес-клуб, чтобы научиться тренироваться. Накачать себе руки

и ноги. Я обычно добавляю: и потом выступить на чемпионате мира. Шучу.

Мы более детально поговорим о потребностях клиента в следующих разделах. Важно помнить, что учить клиента не стоит. Его необходимо грамотно тренировать.

Персональный тренинг — это микс внимания тренера, его знаний и достигнутых результатов.

Есть ребята, которые начинают с первой тренировки учить клиентов пользоваться кардиооборудованием и выстраивать технику выполнения жимов и приседаний. Вы большие молодцы, но после 20–30 тренировок клиент вряд ли захочет купить новую клип-карту. Ведь он уже все умеет, и вы его научили базовым упражнениям. Да, все упражнения он сразу не выучит. Но если вы его будете учить, то скоро ваш арсенал знаний будет исчерпан. Согласны?

А это — мой фитнес-друг, или Чем опасна фитнес-дружба

— Дружище, а что мне сегодня сделать? Думал плечи прокачать.

— Стоимость одной персональной тренировки — 15 USD, и я отвечу на все ваши вопросы. Дружище.

Так обычно происходит в большинстве фитнес-клубов. Клиенты начинают дружить с тренерами в тайной надежде, что они им будут бесплатно подсказывать, что надо тренировать и как.

Лично мне очень обидно такое отношение. Ведь тренерство — это тоже труд. Ты едешь на семинар, осваиваешь новые техники упражнений. А тут, бац, — дружище, подскажи!

Можете сказать: ну и что, мне сложно один раз подсказать? Что от меня отпадет? Ведь, правда, не отпадет. И один раз можно и нужно подсказать. Но если вы видите, что происходит не совсем ладное, и если подсказки не приносят желанный ре-

зультат в виде персональных тренировок, то подсказывать не стоит. Это не ударит по сервису и кошелечку, но это — ваша недополученная прибыль.

Есть хорошая поговорка: дружба не должна мешать прибыли. И ничего личного: это — бизнес. Так что все «дружищи» могут купить персональные тренировки и не жлобиться. Ведь в ресторане они платят за себя, и машину бензином заправляют. И заправщику не говорят: дружище, залей два литра по дружбе. А в зале, значит, можно?

Нет, нельзя.

Хотя дружба дружбе рознь. Есть клиенты, которые любят своих тренеров и привозят им сувениры, магнитики, бутылки и футболки из разных стран, поздравляют с днем рождения. И ведут себя, как нормальные воспитанные люди. Но надо помнить, что вы тут — на работе, и если дружба не позволяет вам провести заветные 200 тренировок, то нужно делать выбор. Рекомендую делать его в пользу тренировок.

Я — спортсмен и хочу, чтобы мои клиенты выступали

А хотят ли они этого?

Я — чемпион и тренирую своих клиентов, как меня учил мой тренер Михалыч — по-взрослому. И когда мы тренируем, они бегут блевать в туалет. Это очень большое заблуждение, которое мешает продавать персональные тренировки и грамотно работать с клиентами. Спорт к фитнесу не имеет никакого отношения. И клиенты приходят в фитнес-клуб развивать себя, а не качать огромный бицепс и приседать 300 кг (важно не только присесть, но и потом встать :)).

Понимаю, что многие тренеры пришли на работу в фитнес-клубы из большого спорта. Я сам в прошлом — спортсмен, впрочем, признаю, что не мегауспешный. Но знаю, как при-

ятно, когда надевают медаль и выдают грамоту. При этом мои собственные тренировки никогда не имели ничего общего с программами и тренировками моих клиентов.

Не скрою, есть клиенты, которые, кроме своей юридической практики, не прочь выступить по жиму штанги в категории «ветераны и соболезнающие». Но, согласитесь, таких очень мало, и они сами вас попросят их куда-то подготовить.

Спортивное прошлое обычно очень позитивно сказывается на работе персонального тренера. Но важно помнить, что клиент и его потребности являются ключевыми в работе тренера.

Плюс помните, что некоторые клиенты не до конца понимают, на что вы их уговариваете. Мол, немного поприседаем, и тут — бац! — клиент в специальном трико уже приседает 250 кг. Мы ответственны за тех, кого приручили. И, не желая того, вы из простого бухгалтера сделаете атлета. Вопрос, а хотел ли он этого?

Групповая персональная тренировка — правильно ли это?

Согласитесь, словосочетание «групповая персональная тренировка» звучит довольно смешно. Все привыкли к тому, что клиент на персональной тренировке — один, ведь в этом и есть смысл персональной, то есть индивидуальной тренировки. Но есть старые дружбаны, которые привыкли везде ходить вместе. Я даже часто шучу, что такие ребята женятся в один день и на сестрах-близняшках. Обычно групповые тренировки называют сплит-тренировками. С одной стороны, тренеру выгодно, ведь за 60 минут рабочего времени можно заработать в полтора раза больше, да и клиенты, вроде, довольны. Можно подтрунивать над хлипеньким другом. Возникает один вопрос: а что будет, если один из пары не пришел? «Ничего страшного, — скажут тренеры, читающие эту книгу, — мы им выйдем

полтренировки». И получите за один час работы меньше денег, чем если бы тренировали одного клиента. Знаю, что такое бывает не часто, но я хочу в своей книге рассмотреть все варианты и инструменты, которые помогут вам выполнить заветные две сотни тренировок.

Поэтому я бы, может, и не внедрял сплит-тренировки, дабы не создавать странных прецедентов. Ведь некоторые из вас скажут, что если один из пары не пришел, то все равно выбивается тренировка. Мол, это проблемы тех, кто не приходит, а не проблема суперответственного тренера.

Если же мы говорим о сплит-тренировке в групповых программах, отбросив все сложности с проведением в отчете половинчатых тренировок, то мы можем на этом зарабатывать, ведь с подружкой иногда веселее скакать на степях. Плюс по факту будет дешевле, и «ничего страшного, что тренер будет уделять внимания нам двоим, мы переживем». Говорили вам такое клиентки? Знаю, что да.

Персональные тренировки в разных подразделениях, или кому в фитнес-клубе жить хорошо

Некоторые из читателей этой книги работают в групповых программах или, например, в сквоше. И у них глаза становятся, как у выпавшейся совы, когда им озвучивают цифру 200, обозначая минимальное количество персональных тренировок, которые нужно провести в течение месяца. Многие сразу скажут: «Проще меня пристрелить!»

Я, как и вы, прекрасно понимаю, что физически невозможно провести 10 тренировок в зале групповых программ, скача, как горная коза, по степу и показывая позитивный настрой клиенту. Но кто вам мешает освоить работу тренажерного зала и тренировать в тренажерном зале? Мешает ваша лень. Ведь в тренажерном зале тренировки проводить проще, и их можно

проводить больше. После этой фразы тренеры тренажерного зала вздохнули и сказали: «Нам тут работы самим не хватает, а тут еще разные групповики будут ошиваться по залу». Обычно это вызывает большое сопротивление. Причем оно очень просто объясняется: ребята просто боятся конкуренции, и никто не хочет развиваться. Хотя, признаться, лет девять назад я тоже так думал, будучи тренером в тренажерном зале. Но потом поменял свое мнение.

В каждом департаменте есть свои правила и нормы. В групповых программах обычно начинают с двадцати тренировок, потом проводят под пятьдесят. Начиная со специфических клиентов, которые посещают групповые программы. А обычно это либо ограниченные в деньгах ребята, либо товарищи, которые любят стадо — чтобы было много людей, «а то мне стыдно». И провести 100 персональных тренировок там будет очень сложно. Ну, как я говорил выше, собирайте вещи в сумку, идите учиться на персонального тренера первой категории и проситесь работать в тренажерный зал. И вы суммарно в конце месяца сможете выйти на цифру 200, при этом ваши тренировки будут интереснее простых «качковских» однотипных сетов. Вы же можете миксовать и делать 50 на 50 — 50% в тренажерном зале, 50% в студии групповых программ. Пробуйте. А те, кто так делает, улыбнитесь: вы — большие молодцы. Но нет пределам совершенства.

Чуть легче ребятам из бассейна. Обычно это худые парни либо девушки с широкими плечами, которые шаркают своими шлепанцами, постоянно хотят спать и много кушают. Они обычно тренируют деток. Бассейн — это детский рай. И их тренировки могут заключаться в простой прогулке по бортику. А если совсем маленькие детки, тогда приходится переодеваться в купальник. Обычно мужики, которые просто плавают, в это время начинают плавать энергичнее, ведь увидеть сексуаль-

ную девушку-тренера в купальном костюме — это, я вам скажу, зрелище не для слабонервных. И тренер в воде проводит занятие для малышей. Поверьте мне, это очень сложно. Сам наблюдал, как тренируют моего сына. Я бы так не смог. Рассказывать, что нужно делать, под детскую истерику — это очень сложно. Но эти ребята могут проводить по десять тренировок в день. Часть — на бортике с часами, и словами «быстрее гребите, плывешь как мешок с навозом», часть — в купальнике или шортиках в бассейне. Знаю ребят, которые проводят по 200 тренировок только в бассейне. Да, это нереально круто! Но у нас же остается тренажерный зал. Уверен, «тренажерщики» меня уже невзлюбили: чуть что — сразу в тренажерный зал. Не переживайте. Будет стимул посещать семинары и читать книги, а не отнекиваться, что вам некогда и нет времени. Я вот эту книгу пишу по ночам. И нормально себя чувствую.

Если инструктор из бассейна изъявит желание тренировать своего подопечного в тренажерном зале либо давать ему нагрузку в зале функционального тренинга, я в этом ничего страшного не вижу. Посещение обучающих курсов и прохождение внутренней аттестации — и вперед, за орденами!

Подобная ситуация обстоит и с инструкторами по единоборствам. Суровые дядьки в кимоно с разными поясами, надеюсь, после этих слов меня не отлупят. Так вот, эти ребята могут проводить определенное количество тренировок в зале единоборств. Но им снова никто не мешает проводить со своими клиентами тренировки в тренажерном зале. Чтобы потом не было их любимых разговоров: «Да ты зажатый и перекачанный». Прошу, покажите, как надо тренироваться в зале ребятами, которые хотят классно драться. А тренироваться в зале — необходимо.

**Персональное фитнес-сопровождение —
три-шесть человек одновременно —
смерть персонального тренинга**

В начале книги я хочу уделить особое внимание такому парадоксу, как персональное сопровождение. Ведь данный вид полу-персональных тренировок продолжает пользоваться спросом.

Что такое персональное фитнес-сопровождение? Это — услуга, которую предлагает тренер в тренажерном зале, которая включает в себя программу тренировок и одновременную персональную тренировку с тремя- семью клиентами, при этом тренер просто говорит, что им делать, и клиенты приходят, когда им удобно. Некоторым читателям поплохело после такого абзаца. Некоторые клиенты попадают в свою юность, когда они ходили в подвальный зал, и их там тренировал местный «качок». Времена и нравы меняются. Тренеры, которые читают эту книгу, сразу задались вопросом: «А может, и мне попробовать?» Не смейте. Если глубже копнуть, то по факту тренер может одновременно тренировать много клиентов и зарабатывать деньги. Как ему кажется, большие деньги. Никакого персонального и индивидуального подхода. Все тупо что-то тренируют и даже немного довольны. Обычно такие клиенты говорят: «У меня сложный рабочий график, и я не знаю, когда смогу прийти на тренировку, поэтому мне так проще, плюс это же на порядок дешевле». А то, что тренер еще шестерых тренирует, точнее, им тоже подсказывает, так это я переживу.

Некоторые менеджеры и директора клубов ведутся на такой «шведский стол». По-другому я это даже назвать не могу. Часть тренеров стесняются показать клиентам, кто главный в семье.

Сразу вспоминается анекдот. Приходит друг к товарищу домой, звонит в дверь. Дверь открывает жена, он спрашивает:

— А где Андрей?

— Он в комнате, — отвечает жена.

Друг заходит в комнату и видит, что его друг лежит под кроватью. Удивленный друг спрашивает у жены:

— А что Андрей делает под кроватью?

— Он хозяин в доме, где хочет, там и лежит, — отвечает довольная жена.

Так и во взаимоотношениях с клиентом. Если вы не будете настаивать и диктовать свои условия, то будете лежать под кроватью.

Если вдруг вы вздумаете после прочтенного попробовать такую услугу у себя в клубе, вы должны знать, что при этом есть много рисков.

Во-первых, тренер, который не может записывать заранее клиентов и регулировать их график, никогда не сможет выполнять план и приносить прибыль фитнес-клубу. Он не будет знать, сколько он может заработать в день, в месяц или за смену. Это будет не фитнес-бизнес, а фитнес-лотерея.

Во-вторых, клиенты рано или поздно захотят персонального внимания и уйдут из этой хаотичной группы. Скорее всего, уйдут в другой клуб.

В-третьих, такие тренировки вряд ли принесут ощутимый результат клиентам и скорее всего они будут недовольны работой клуба, а это — удар по репутации всего бизнеса.

И в-четвертых, зачем платить больше, а именно за персональные тренировки, которые обычно стоят процентов на 70 % дороже? То есть и клуб, и тренер будут зарабатывать меньше — гораздо меньше, чем зарабатывали бы от персонального тренинга.

Говоря по-одесски: зачем мне такие нервы?

Мне этот вид тренировок напоминает короткие маленькие шальные деньги, которые раз и навсегда перекроют доступ к

качественному тренингу, сервису, довольным клиентам и доходу.

Надеюсь, вы меня услышали.

Знаю, что легко об этом говорить на страницах книги и на своих семинарах, гораздо сложнее воплотить это в жизнь. Ведь клиенты, которые платили две копейки и получали хоть какое-то внимание, после изменений и приостановки предоставления такого сопровождения устроят революцию. Поверьте, некоторые клиенты, если у них хоть что-то отобрать, ведут себя не совсем адекватно. Поэтому рекомендую не рисковать и не внедрять всякие глупости, которые потом вылезут боком.

Практические задания для самостоятельного выполнения

Разменяйте немного денег, так, чтобы хватило на пять-семь человек, и попробуйте подойти на улице и просто вручить незнакомому человеку деньги. Только не объясняйте ему, что это задание. Подходите и говорите: «Это вам». И смотрите на реакцию. При этом не следует сразу уходить. А на расспросы простых испуганных людей отвечайте, что хотите просто дать денег и все. Попробуйте так сделать, жду отзывов на мою почту w.wawilow@gmail.com.

Если вы считаете себя мегакоммуникабельным, попробуйте попросить денег у прохожих. Как бы странно это ни казалось! Ведь вы же — гуру установления контакта. Верно? Тогда попробуйте не раздавать, а брать. Слабо?

Жду ваши письма с ответами:

Сколько людей взяли у вас деньги?

Какие вы испытывали чувства, отдавая деньги?

Как реагировали люди?

Сколько ушло, не взяв деньги?

Какие ошибки вы совершили, устанавливая контакт?

Это упражнение для следующего раздела. Контакты нужно устанавливать непосредственно в тренажерном зале и с незнакомыми клиентами.

Задание — установите первичный контакт с как можно большим количеством людей.

Сколько у вас получилось за семь дней?

Что вы для этого делали?

Фильм «Американцы» / «Дельцы», Glengarry Glen Ross

Раздел 2

Продажа персональных тренировок

КТО ПРОДАЕТ ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ТРЕНИРОВКИ

Вынесенный в заголовок вопрос — самый любимый на моих тренингах для администраторов фитнес-центров. А кто вообще должен продавать персональные тренировки?

И начинаются варианты ответов. Кто-то думает, что тренировки продают только инструкторы в тренажерном или фитнес-зале. Другие ребята говорят, что тренировки должны продавать все, кто работает в клубе, даже уборщицы. Я позволю себе согласиться с последним утверждением коллег. Персональные тренировки зачастую — это чистая прибыль клуба, и их важность для любого клуба сложно переоценить. А если это так важно, то неужели этот вопрос не будет важен для всех сотрудников без исключения?!

Я люблю приводить примеры из футбола. Напомню вкратце условия игры: основная задача — забить мяч в ворота соперника, не нарушая правил. И вся команда играет на победу, но непосредственно забивает мяч обычно нападающий. Скажу больше: мне иногда даже обидно, когда хвалят только одного — того, кто забил. А другие игроки в это время что делали? Они создавали условия для того, чтобы нападающий забил гол. Такая же ситуация происходит и в фитнес-клубе. Весь клуб, все его сотрудники работают, чтобы тренер заключил сделку по продаже тренировки. Абсолютно все, начиная от администратора и заканчивая уборщицей. Причем от последней зависит

не меньше, чем от администратора: если в клубе будет грязно или в раздевалке — скользко, то клиент может поскользнуться и не прийти на тренировку из-за травмы или просто обиды. Не будем о плохом, но я хочу, чтобы все помнили об этом. Тренеры, читающие эту книгу, дайте почитать эту главу администратору и уборщицам. Потому что лично меня их слова о том, что от них ничего в клубе не зависит и, типа, все решает директор, честно говоря, бесят. Я при всякой возможности им апеллирую и привожу массу примеров. После этого обычно они меняют свое мнение.

Основные сотрудники, которые принимают участие в продаже персональных тренировок, это — персональные тренеры фитнес-направлений и тренажерных залов, администраторы рецепции, менеджеры по продаже, менеджеры фитнес-направления, фитнес-директоры и управляющие.

Не стоит удивляться написанному, ведь не во всех клубах, имеющих совершенно разные размеры и структуру, есть вышеуказанные должности. Но при этом цель — одна, независимо от условий: высокие продажи дополнительных услуг и увеличение клиентской базы. Согласны? Тогда вперед, к следующим вершинам! Вы готовы?

Возникает еще один важный вопрос: мотивация продажи персональных тренировок. Мотивация тренера понятна, и мы ее максимально детально рассмотрим в следующих разделах. Как мотивировать остальных сотрудников? Ведь все хотят не только похвалы и пахлавы, но и денег.

Сейчас будем разбирать этот пикантный вопрос, а то вершины и победы — это хорошо, но на хлеб их не намажешь и зимой на ноги не оденешь.

Администратор и его роль в продаже персональных тренировок

Начнем разбор полетов с администраторов. Эти милые и приветливые девушки и парни встречают клиентов на рецепции и впоследствии эти клиенты именно им жалуются на все, происходящее в клубе, — на горячую воду и ее отсутствие в душе, на тренера, который, по их мнению, был уволен из гестапо за жесткость. Так вот, иногда администраторы могут быть клиентам ближе, чем их инструкторы.

Роль администратора в продаже персональных тренировок очень велика: они первые (если у вас нет менеджеров по продажам) сообщают клиентам о том, что в вашем клубе можно тренироваться самостоятельно и персонально и у вас работают квалифицированные инструкторы. В некоторых фитнес-клубах администраторы получают процент от проданных тренировок. Обычно они получают процент от первого проданного клипа (десять или двадцать занятий в абонементе) — и все.

Есть клубы, в которых роль администратора минимизирована до телефонных переговоров и выдачи ключей, а остальные функции выполняют менеджеры по продажам, велнесс-консультанты и медицинский департамент. Я считаю, что администраторов необходимо мотивировать. Есть даже смешные примеры, когда инструкторы путем коррупции и подкупа с помощью шоколадок получают расположение администраторов, и те рекомендуют этих инструкторов как тренеров... На какие только уловки не идут ребята, которые хотят проводить 200 тренировок. Некоторые специально постоянно отираются возле рецепции, чтобы отловить нового клиента, который выходит из раздевалки.

По моему убеждению, администратор должен формировать первое восприятие у клиента. Ведь никто не отменял правило трех контактов с сообщением, которое вы хотите донести до клиента.

Некоторые из вас скажут, что, мол, не нужно ничего клиенту рассказывать, он и так все знает и понимает. Снова позволю себе не согласиться и приведу пример продажи автомобиля. Обычно покупатель приходит выбирать автомобиль гораздо более подготовленным, чем за клубной картой в фитнес-клуб. Согласны? И перед ним появляется менеджер, который ему начинает продавать машину, причем иногда бывает, что клиент уезжает на машине не той модели, которую выбрал перед приходом в салон, а на другой, и помогает в выборе ему менеджер. Поэтому, каким бы умным и опытным ни был клиент, с ним необходимо работать и подсказывать, что в вашем клубе есть персональные тренировки.

При этом администратор должен знать, а главное — попробовать все виды фитнес-тренировок, которые представлены в вашем фитнес-клубе. Я об этом постоянно говорю на своих тренингах. Администратор должен потренироваться с каждым тренером, ведь у каждого тренера — свой почерк ведения тренировки. Посетить все фитнес-классы. На тренинге для администраторов я спрашиваю: вы посещали классы? Какой вам больше всего нравится? А в ответ получаю: «У нас нет времени даже в туалет сходить, какие уж там классы!» Меня это жутко расстраивает, и я задаюсь вопросом: куда смотрит директор этого клуба?

Незнающий и бестолковый администратор — это большой минус. Не нужно быть мудрецом, чтобы понимать: чем больше клиентов в клубе, тем больше возможности продать им персональную тренировку. А некорректная работа администратора может лишить этой возможности тренеров.

Менеджер по продаже и его роль в продаже персональных тренировок

Роль менеджера по продажам, по моим оценкам, соизмерима с ролью тренера. Ведь менеджер уговаривает и убежда-