

METODO E ANALISI

DELLA PRODUTTIVITÀ IN SALA FITNESS



IL CONTROLLO
DI GESTIONE
IN PALESTRA
È IMPORTANTE
ANCHE PER

LA SALA FITNESS PER
ADOTTARE UN PRECISO
METODO DI LAVORO
E MIGLIORARLO NEL
TEMPO GRAZIE AD
UN MONITORAGGIO
COSTANTE



Purtroppo, in fase di vendita, gli addetti tendono a creare delle aspettative di servizio oggettivamente difficili da rispettare al 100%, promettendo un livello di assistenza difficile da realizzare.

Evitare l'assistenza a vista

In moltissimi casi l'assistenza in sala fitness viene fatta a "vista" e rischia di concentrarsi troppo sulle persone più conosciute, simpatiche ed esigenti lasciando troppo spazio all'improvvisazione.

Il trainer si trova quindi a "girare" per la sala con l'intento positivo di fare del proprio meglio e soddisfare tutte le richieste ma senza un metodo che dia maggiori risultati sia in termini di fidelizzazione sia di sostenibilità economica.

La regola dell'80/20

Rischia di avverarsi al 100% nell'operatività in sala fitness con i trainer che dedicano l'80% di tempo ed energie solamente al 20% dei clienti frequentanti e auto motivati.

Avere un metodo di lavoro

È fondamentale avere un metodo di lavoro ben codificato, coerente con i prezzi di servizio proposti e costantemente monitorato, per raggiungere maggiori risultati in termini di attrattiva, fidelizzazione e marginalità.

Le procedure in sala fitness possono prevedere un mix di incontri strutturati inclusi nell'abbonamento acquistato ed altri servizi (personal training, nutrizionista ecc...) a pagamento con cui fare cross selling. Ogni trainer deve avere ben chiari i suoi compiti, gli obiettivi da perseguire e specifici KPI al pari di chi si occupa delle vendite.

Rilevare le presenze in sala

Un primo dato utile da rilevare è il numero di presenze in sala a ogni ora (o mezz'ora) attraverso l'uso di tecnologie o anche semplicemente in modo manuale riportandolo poi in un foglio di calcolo insieme ad altri indicatori.

Questo dato è utile per:

- ottimizzare le risorse umane a disposizione;

- valutare la preferenza dei clienti;
- valutare se gli investimenti effettuati (attrezzature) sono sufficienti;
- valutare se la produttività del trainer è adeguata.

Il mansionario del trainer

Ad un trainer di sala fitness dovrebbero essere ben chiare almeno queste attività:

- accoglienza dei nuovi clienti per l'ascolto e l'attribuzione di un programma personale (scheda + corsi consigliati);
- assistenza post iscrizione dei clienti che ha accolto;
- recupero dei clienti non frequentanti per aiutarli a riprendere l'attività interrotta, spesso per mancanza di motivazione e/o risultati raggiunti;
- vendita di servizi extra come il personal training.

Indicatori di produttività

In ciascuna di queste aree è quindi possibile ricavare degli indicatori di produttività (KPI).

La tecnologia e lo sviluppo di appositi software e device hanno dato vita a sistemi che possono facilitare e digitalizzare molto il lavoro del trainer e l'analisi della produttività attraverso i seguenti parametri:

- **Numero nuovi clienti accolti:** è il numero di persone accolte in sala fitness per la prima volta. Anche se c'è una preferenza a frequentare i corsi di gruppo, è una buona regola fissare un 1° appuntamento con un trainer di sala per avere un riferimento tecnico nel tempo. Se il metodo di lavoro prevede, ad esempio, 2/3 incontri iniziali, è bene poterli differenziare in un apposito report in modo da verificare la % di attuazione del metodo, le capacità organizzative del trainer e l'apprezzamento del metodo stesso.

- **Numero nuovi ospiti accolti:** molte palestre, in modo più o meno strutturato e strategico, offrono la possibilità di frequentare gratuitamente per uno o più giorni. La gestione degli ospiti è una procedura che deve essere curata nel modo più scrupoloso possibile affinché ci sia la più alta % di iscrizioni grazie anche alla collaborazione e scambio di informazioni con il reparto commerciale.

- **Numero cambi programma:** è un indice quantitativo che ci dà una misura dell'efficacia nel portare avanti il programma di assistenza dichiarato al momento della vendita, nel caso sia compreso nell'abbonamento.

- **Numero di interventi tecnico/relazionali:** oltre ai consigli tecnici un bravo trainer deve essere anche un ottimo coach e valutare costantemente la motivazione dei clienti, indagando su necessità e difficoltà anche per dare alla direzione importanti informazioni qualitative sul servizio a 360°.

- **Numero di telefonate ai non frequentanti:** questa è un'attività a cui i trainer faticano a dare la giusta importanza non dando sufficiente valore alla relazione tra l'indice di frequenza e il tasso di fidelizzazione.

- **Numero di riattivazioni:** sono gli appuntamenti fatti effettivamente con i non frequentanti, da misurare e mettere in relazione al n° di telefonate fatte.

- **Numero sedute di personal training:** il persona trainer spesso è un servizio poco "venduto", proprio perché non c'è un metodo preciso ed un'adeguata formazione commerciale dei trainer.

È un dato fondamentale sia per incrementare i ricavi aziendali che per motivare e fidelizzare i trainer stessi con maggiori guadagni e più consapevolezza del ruolo professionale ricoperto.

Da tutti questi dati, riportati su appositi gestionali e/o fogli di calcolo, è possibile ricavare molti indici numerici da monitorare costantemente su base giornaliera, settimanale e mensile, permettono alla direzione di prendere le migliori decisioni che riguardano, il marketing, le vendite, il metodo tecnico, la fidelizzazione, le capacità tecniche e commerciali dei trainer e il potenziale economico della vendita di altri servizi, oltre all'abbonamento.

Il valore delle informazioni

Grazie alle informazioni raccolte e opportunamente strutturate, si possono ricavare indici come:

- il numero di contatti medi orari totali;
- la % di clienti che desiderano un programma personalizzato;
- la % dei clienti che frequentano solo corsi di gruppo;
- la % di attuazione dell'iter tecnico;
- la % di ospiti accolti e quelli iscritti;
- la % dei non frequentanti riattivati;
- il numero di sedute personal in assoluto ed in relazione ai clienti seguiti.

Il controllo di gestione riguarda quindi anche l'operatività dei trainer di sala fitness sia dal punto di vista tecnico che relazionale.

Attraverso il loro prezioso lavoro la raccolta dei dati e l'analisi la direzione può adattare e migliorare tutte le strategie con l'obiettivo di perseguire un risultato economico positivo e sostenibile ottimizzando tutte le risorse a disposizione. ■



Patrizio Viani

Consulente aziendale con oltre 25 anni di esperienza nel settore del fitness. Cofondatore della Business Unit Strategy4Fitness by AKSILIA Srl (consulenza fiscale e gestionale per centri fitness) autore di "Tutti i numeri del Fitness".
p.viani@aksilia.com



LA PALESTRA.it

DAL 2005 LA GUIDA PER I PROFESSIONISTI DEL FITNESS

RiminiWellness 2023

Torna l'appuntamento
imperdibile per tutti
gli amanti del fitness
da giovedì 1
a domenica 4 giugno

Technogym svela le ultime novità

Una gamma completa di esperienze
di allenamento connesse grazie
al **Technogym Ecosystem**
Open Platform

Claudia Fink

Osteopata, Atleta e Formatrice
Senior del Metodo
STOTT PILATES® nel mondo

“La Palestra Meet Up”

Venerdì 2 giugno - RiminiWellness

Un evento gratuito volto a mostrarvi
come migliorare le prestazioni
del vostro centro fitness