

ПСИХОЛОГИЯ ПРОДАЖ РАБОТА С КЛИЕНТОМ ЛИЧНЫЙ БРЕНД

**GRANTELO
FITENSS
SCHOOL**

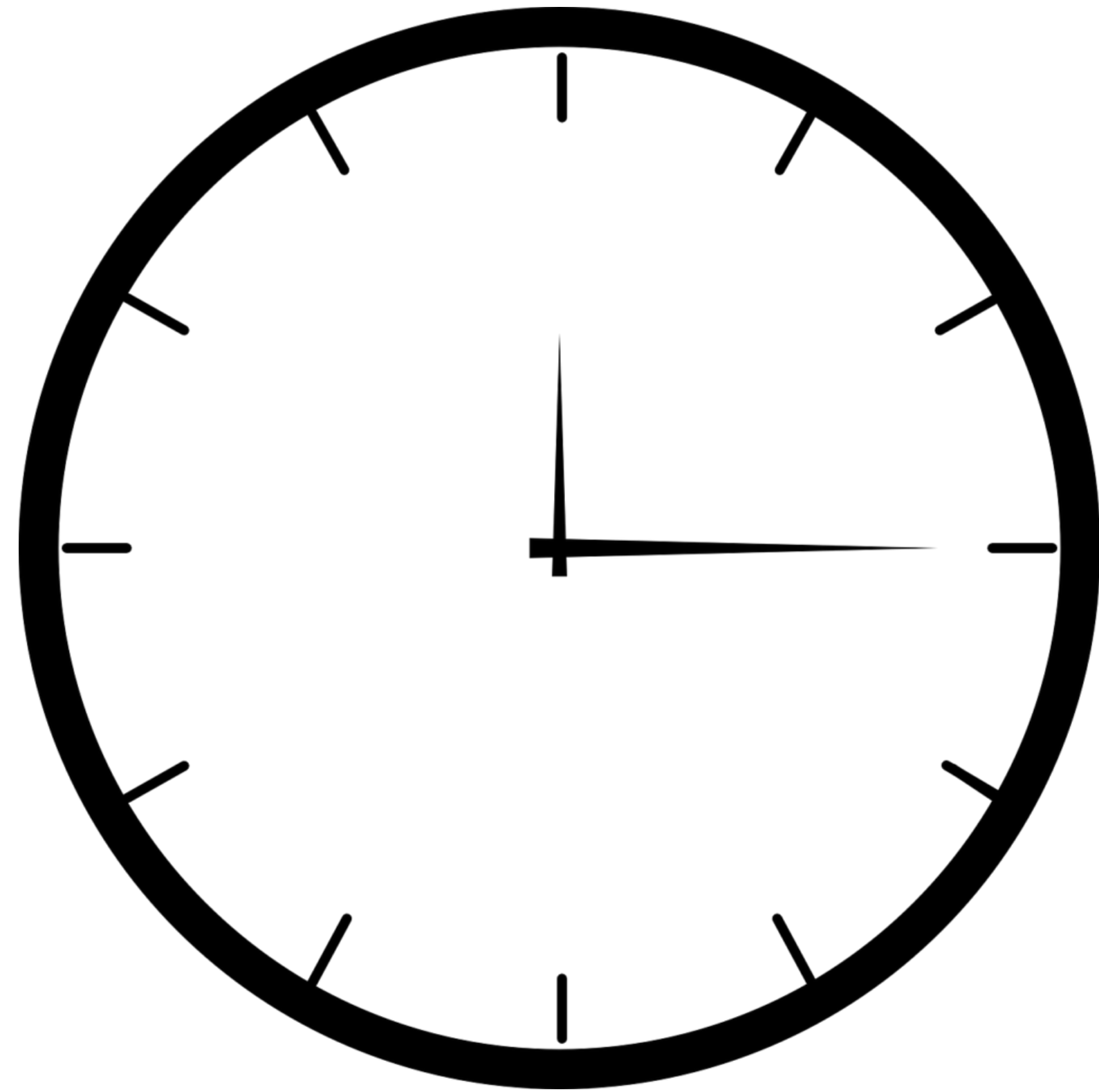




Что мы продаем?

ПЕРСОНАЛЬНАЯ ТРЕНИРОВКА- ЗАНЯТИЕ,
КОТОРОЕ ПРОВОДИТ ИНСТРУКТОР ДЛЯ
КЛИЕНТА С УЧЕТОМ ЕГО ЦЕЛЕЙ,
ФИЗИЧЕСКОЙ ФОРМЫ, ИНДИВИДУАЛЬНЫХ
ОСОБЕННОСТЕЙ И ПОЖЕЛАНИЙ

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ И ВИД ПЕРСОНАЛЬНОЙ ТРЕНИРОВКИ



60 МИНУТ
90 МИНУТ



ОДИН ЧЕЛОВЕК
СПЛИТ ТРЕНИРОВКА
МИНИ-ГРУППА



**СЛОВО «ПЕРСОНАЛЬНЫЙ» -
ОЗНАЧАЕТ КАСАЮЩИЙСЯ
ТОЛЬКО ДАННОГО ЛИЦА
ПОЭТОМУ ГРУППОВАЯ
ПЕРСОНАЛЬНАЯ ТРЕНИРОВКА-
ЭТО НЕ СОВСЕМ КОРРЕКТНО**





Инструктаж -это важный инструмент, который мало кто использует, а также подарочная персональная тренировка

Стандартная длительность 30 минут

Перед началом инструктажа (тренировки)
вам следует задать три вопроса:

1. Есть ли у вас тренировочный опыт?
2. Есть ли у вас ограничения?
3. Какие цели вы ставите?



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

Если вы проведете тренировку слишком легко, то клиент вряд ли придет снова. Как и в случае, если проведете тяжело.

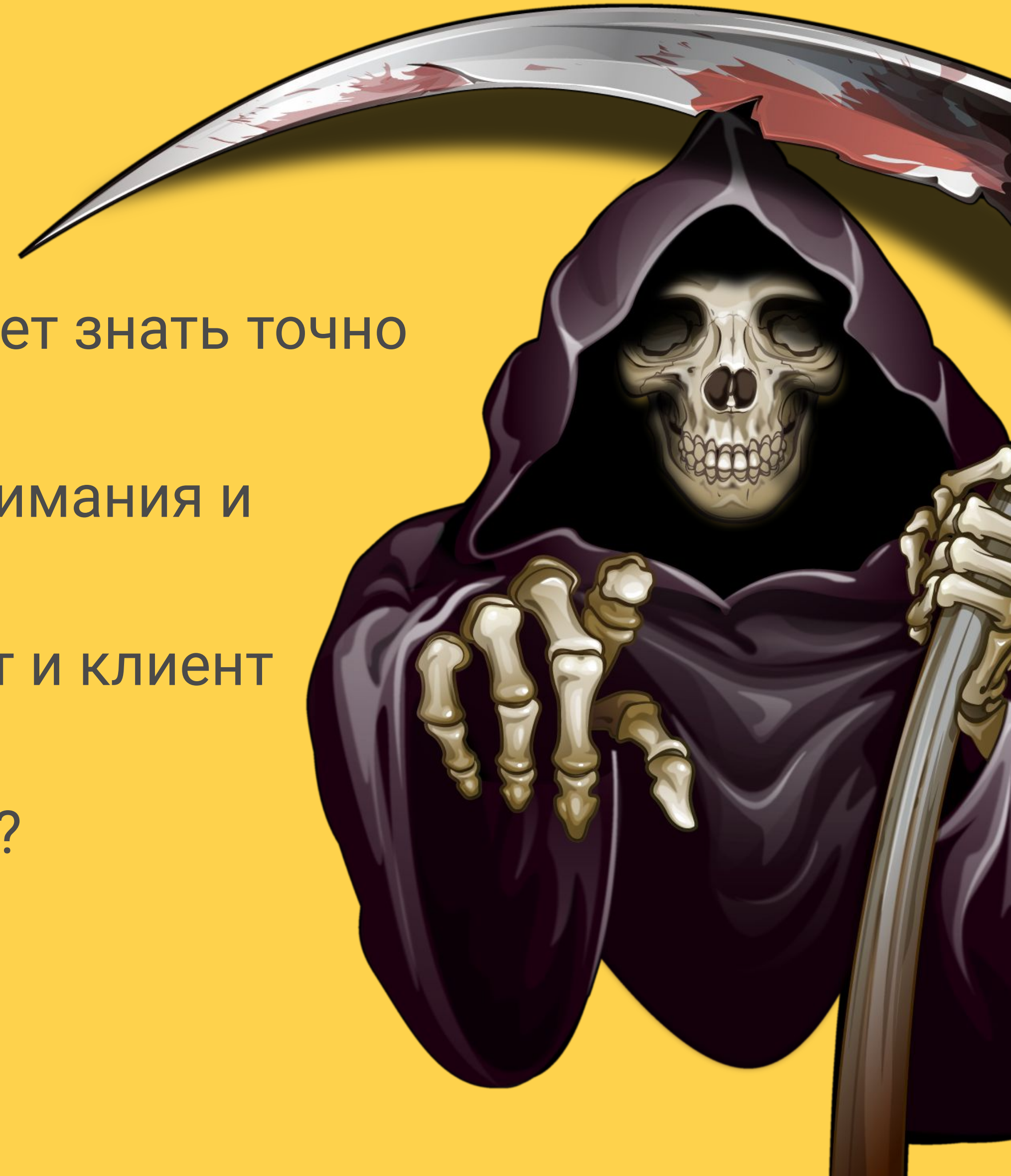


Важно!
**Спорт к фитнесу не имеет
никакого отношения**

Как правило, клиенты приходят
развивать себя, а не приседать со
штангой 300 кг.
А как вы думаете?

Пять-шесть человек одновременно- смерть персонального тренинга

1. Тренер не сможет контролировать график и не будет знать точно , сколько зарабатывает.
2. Клиент рано или поздно захочет персонального внимания и уйдет из группы.
3. Такие тренировки не принесут ощутимый результат и клиент будет недоволен.
4. Зачем платить больше, если можно ходить самому?





Абсолютно все,
это командная работа

ОСНОВНЫЕ СОТРУДНИКИ:

- Персональные тренеры
- Администраторы рецепции
- Менеджеры продаж
- Фитнес директора
- Управляющие



Они первые сообщают о том, что в клубе можно тренироваться персонально и у вас работают квалифицированные сотрудники

При этом администратор должен сам попробовать все виды тренировок

Ваша роль



-Установить зрительный контакт

-Попадаться чаще на глаза

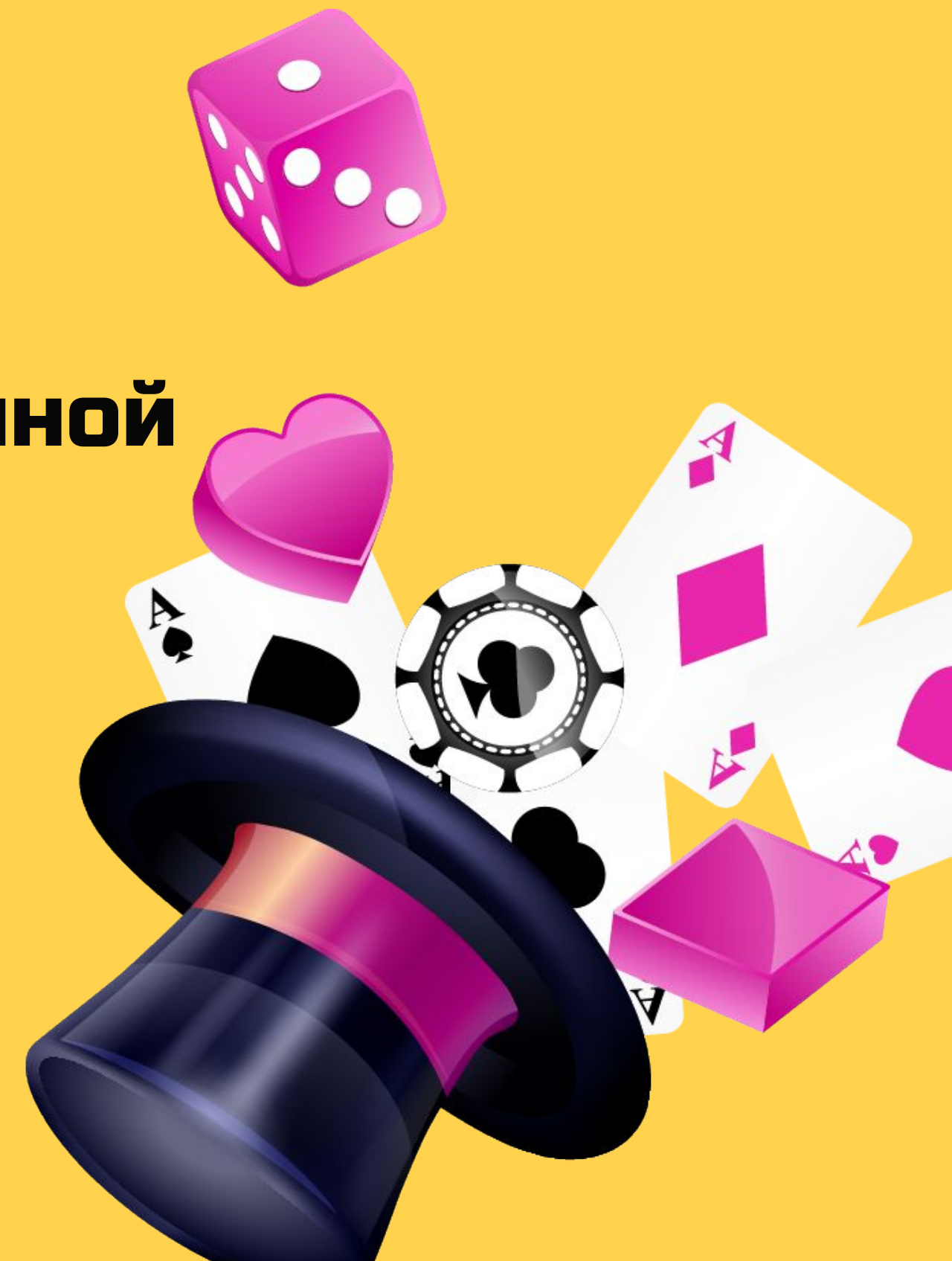
-Узнать имя

-Сделать комплимент (уместный)

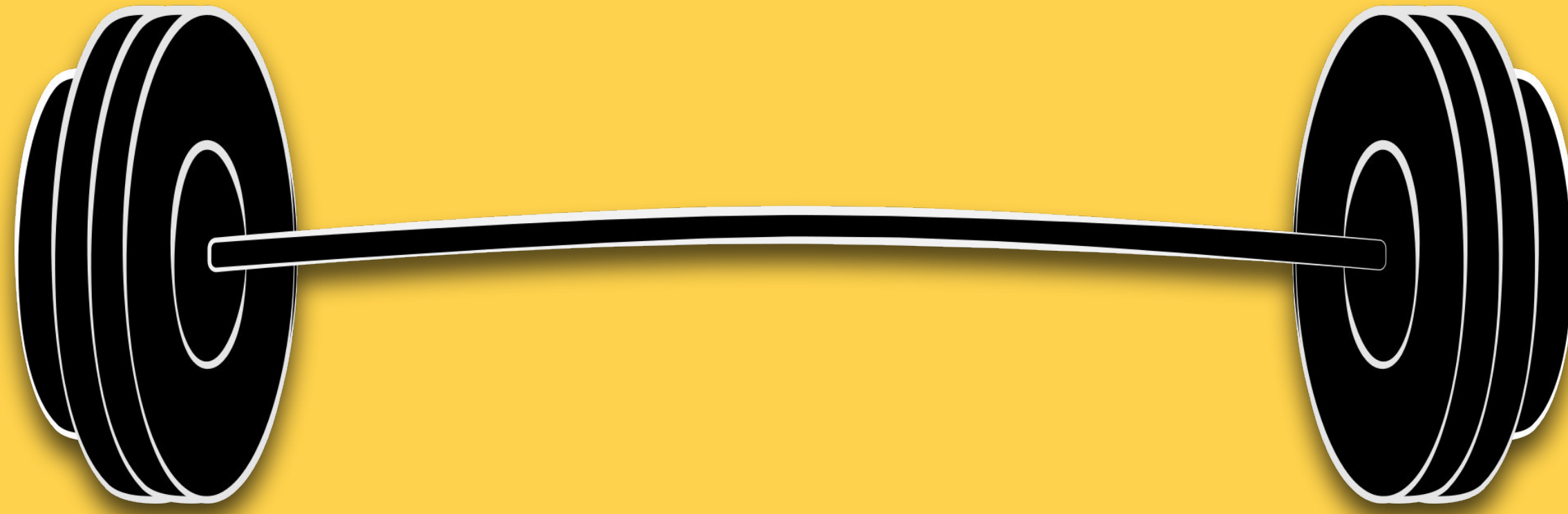
(Важно помнить, что у всех разное чувство юмора)

Маленькие хитрости

- Говорите только то, во что верите сами , многие чувствуют фальшь**
- Комплименты не должны быть стандартными**
- Комплимент должен соответствовать вашей дистанции**
- Не флиртуйте**
- Выбирайте нейтральные темы: погода, события общественной жизни, результаты спортивных соревнований.**



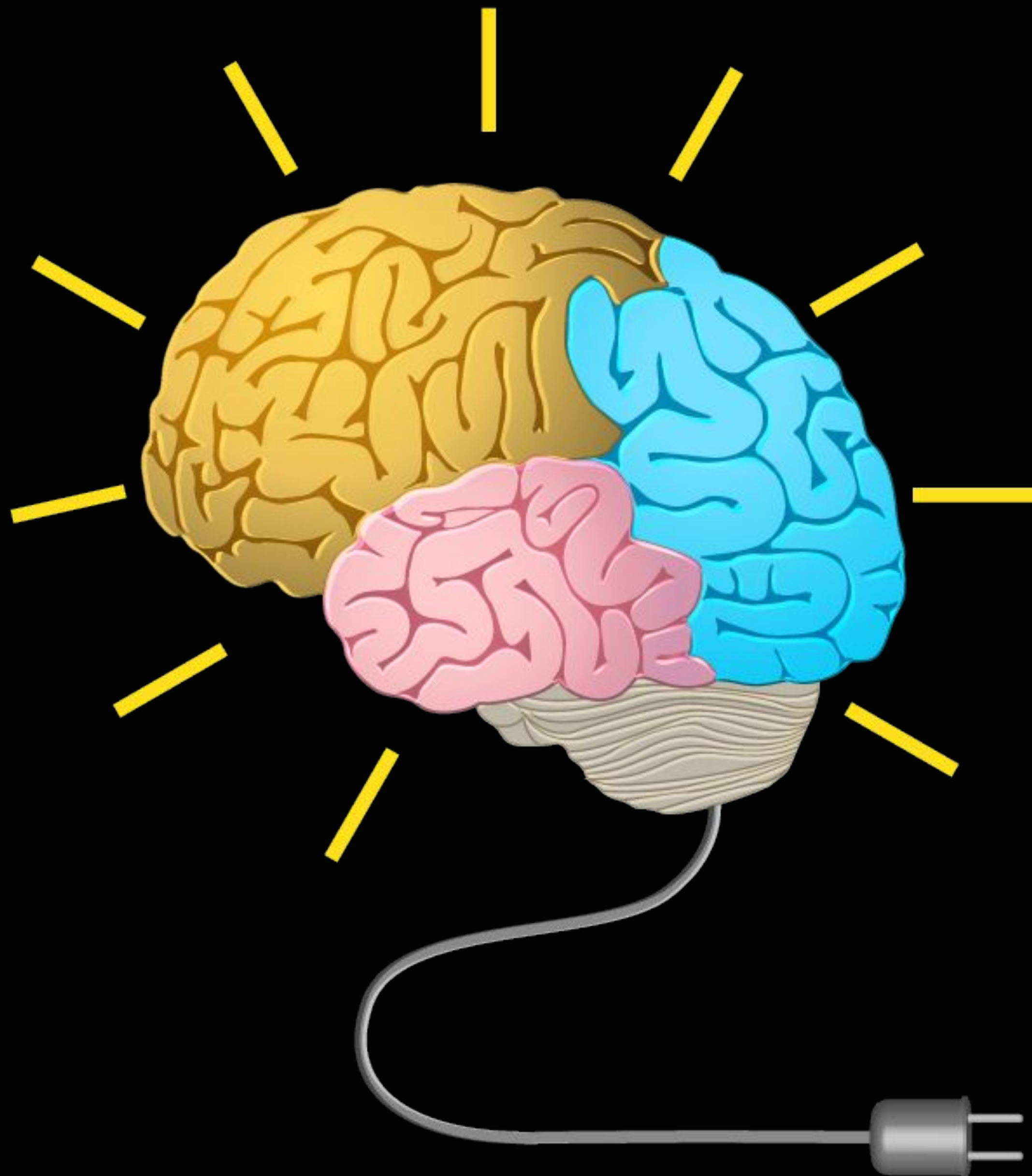
- **Не стоит подходить к клиенту и говорить ему: «Чем я могу помочь?» , если конечно его не прижала штанга**



**!Не бойтесь выделяться и быть лучше,
чем остальные!**

МНЕМОНИКА-

это способы запомнить
информацию путем смены
типа информации



- Фраза, сокращение или образ
- Ассоциации
- Повторение
- Рифма



Потребности клиента

Проблема фитнес-индустрии состоит в том, что у клиента редко спрашивают ,чего хочет он. Ему предлагают то, что есть .

У клиента есть потребность к изменениям, которая может быть вызвана чем угодно-начиная от желания понравиться и заканчивая просто спонтанными желаниями

МОТИВЫ ПОКУПКИ КЛИЕНТА

- Надежность (нужны гарантии, нужны чьи-то отзывы)
- Экономия (вопросы о скидках, акциях, бонусах)
- Комфорт (знают чего хотят, выбирают массовые популярные сервисы)
- Престиж (уникальность, эксклюзив)
- Новизна (любят новинки, креатив)



Психотип клиента

- **Аудиал (Как это звучит? Давайте послушаем)**
- **Визуал (Покажите мне; Как это должно выглядеть?)**
- **Кинестетик (Какие ощущения? Что вы сейчас чувствуете?)**
- **Дигитал (Цифры, числа, графики)**



Чего хотят клиенты?

1. **Коррекция веса тела (похудеть или набрать)**
2. **Решить проблемы по здоровью**
3. **Потому что это модно**

P.S. не бойтесь отправлять клиентов к другим тренерам



Секретная методика СПИН



**Применяется как метод продаж ,
в основе которого лежит четыре
типа вопросов, благодаря
которым можно выявить
потребности покупателя.**

**Важным моментом является
последовательность вопросов, а
именно:**

СПИН



- **Ситуационные (сбор базовой информации и прояснении ситуации)**
- **Проблемные (изучение проблем клиента и его недовольства)**
- **Извлекающие (изучение последствий признанных клиентом сложностей)**
- **Направляющие (вопросы , формирующие в сознании клиента ценность выгод, стимулирующие к принятию «нужного» решения)**

Техника презентации фитнес услуг

Помните: больше половины времени должен говорить клиент .

Ваша задача разговорить клиента, узнать его потребности и заинтересовать его.

Проще говоря, нужно говорить, что получит клиент от персональной тренировки , а не какой вы крутой тренер.



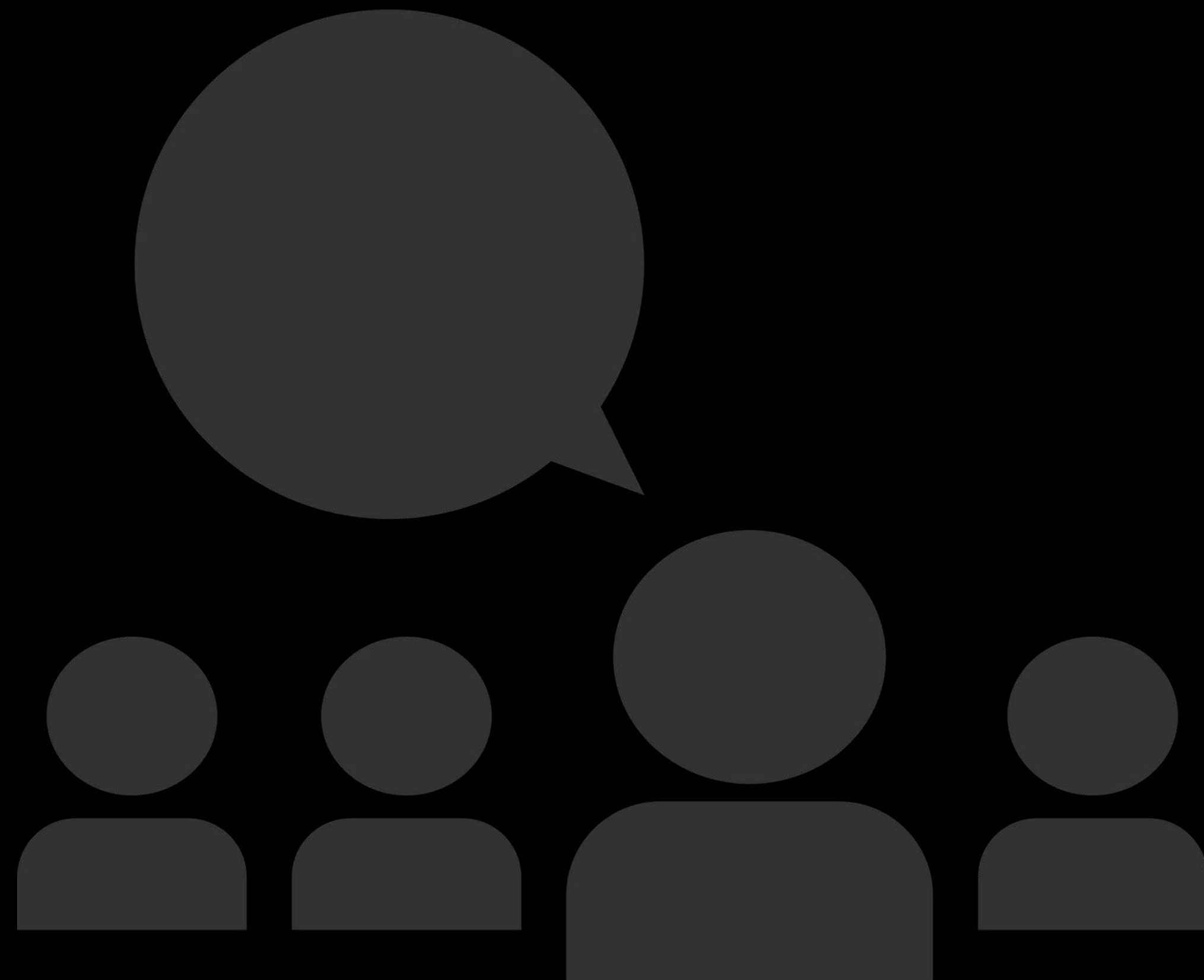
Важно!



- **Не думать , что персональные тренировки слишком дороги для клиентов**
- **Если вы ощущаете подобное в своей работе , то либо вы не правы, либо ваше руководство завышают стоимость услуг**

Что делать, если клиент говорит «нет»?

- Нет, скорее всего сейчас
- Не понимает своих выгод
- Чего-то боится



Страхи клиента

- **Боязнь менеджера по продажам**
- **Страх сделать ошибку**
- **Страх заплатить слишком много**
- **Страх, что его обманут**
- **Страх неизвестности**
- **Страх, вызванный плохими отзывами знаком**



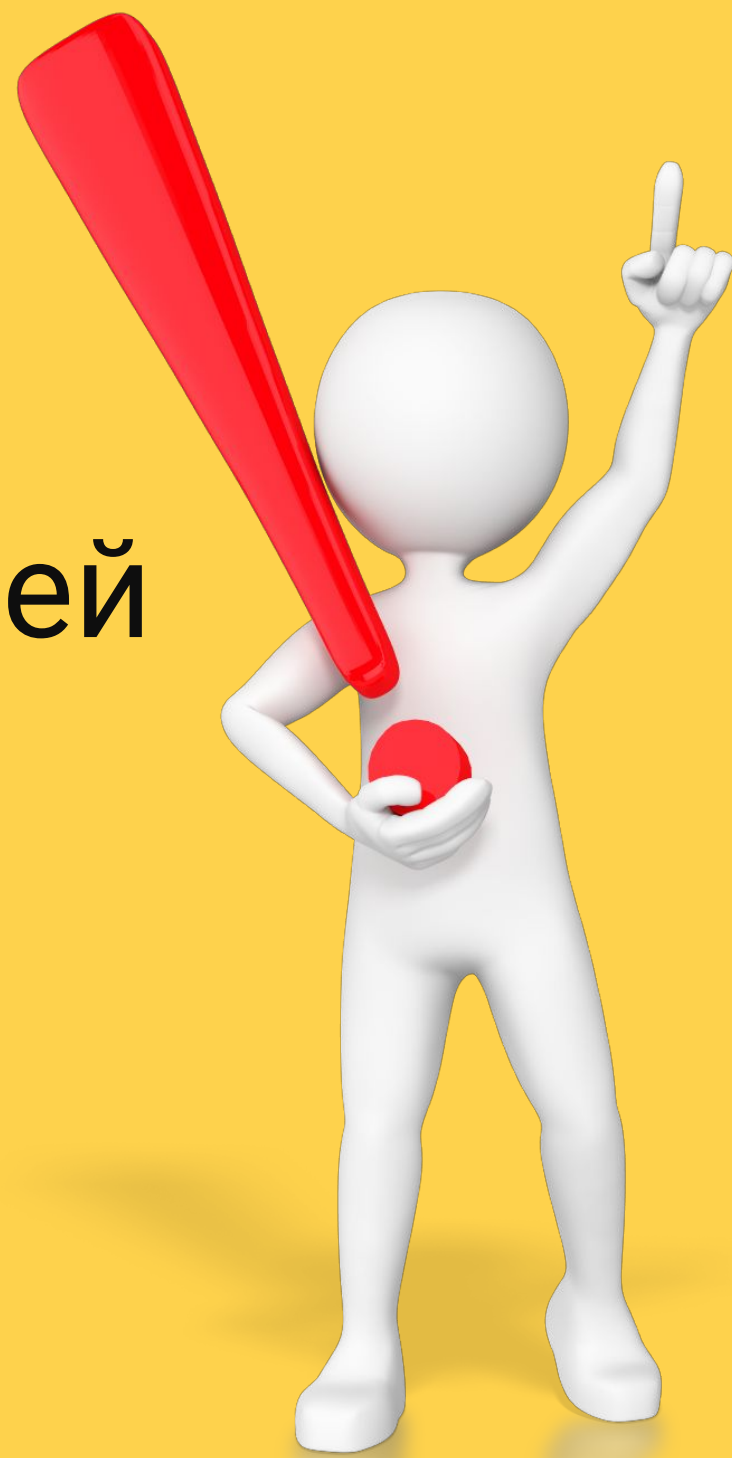
Работа с возражениями клиента

1. Я подумаю

2.Я хочу сравнить цены

3.У вас дорого

Возражая, покупатель хочет, чтобы мы решили его проблему- продали ему качественный товар, помогли сэкономить деньги, время, сделали его более привлекательным в глазах других людей

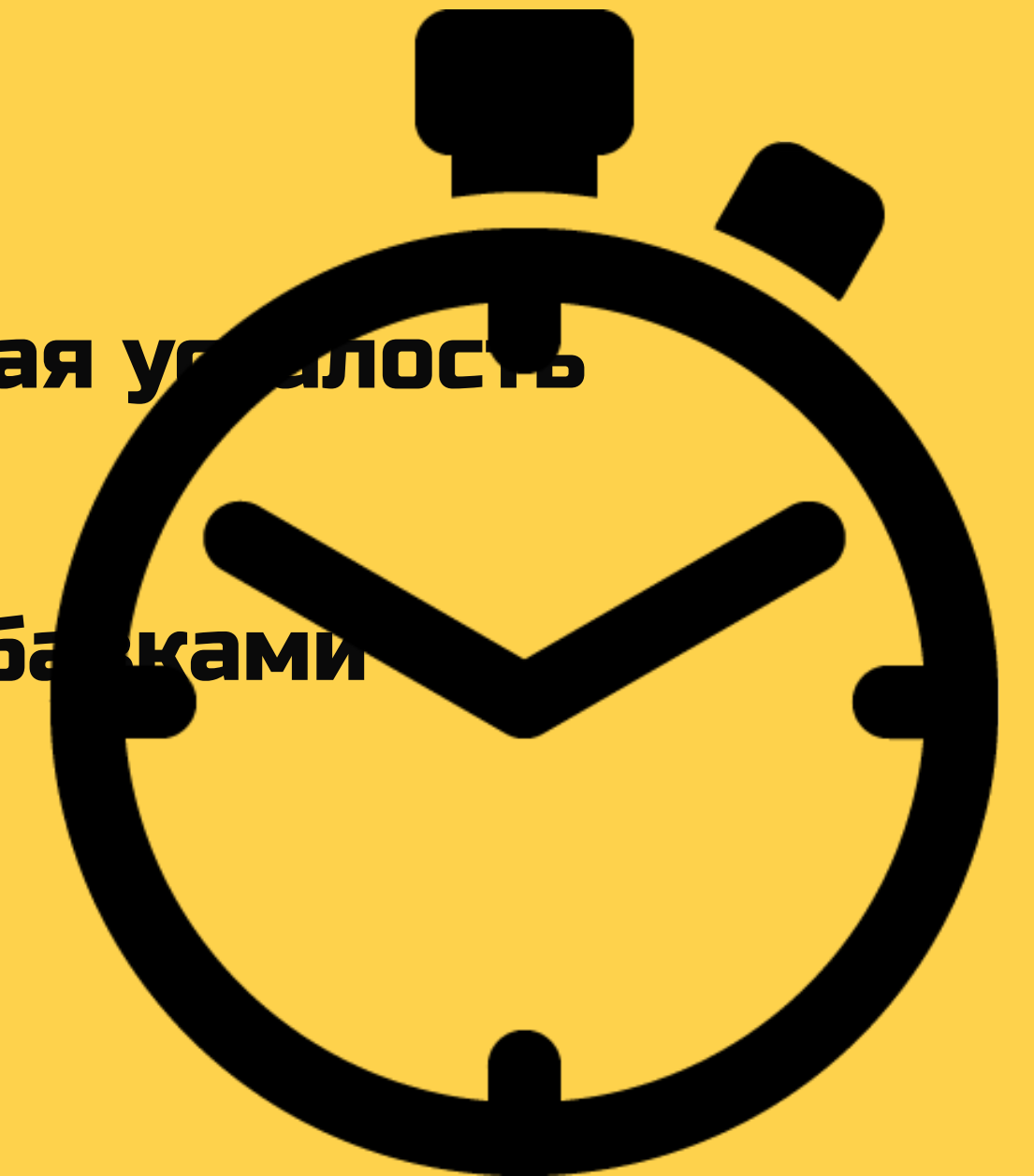




Как правильно провести первую тренировку?

Важно :

- **Имидж формируется в течении двух-трех месяцев**
- **Записывайте показания в блокнот**
- **Применяйте таймер, это помогает в процессе работы**
- **Первая тренировка не должна быть тяжёлой**
- **Клиенты часто врут**
- **Не стоит грузить клиента сразу здоровым питанием и новыми добавками**



Как работать с подростками



1. Обычно тренируют мужчины

2. Их нужно удивлять

3. Стать для них авторитетом

4. Не поддаваться уговорам

5. Стать хорошим приятелем

**6. Делать комплименты,
мотивировать**



Как работать с девушками

1. Девушки постоянно худеют

2. Давать нужно упражнения на любимые зоны

3. Вести хорошую коммуникацию, но не флиртовать

4. Разнообразить тренировочный процесс

5. Предупреждать, что результата не будет, если не тренироваться





Как работать с женщинами 40 +

- Они четко знают, чего хотят
- Вам нужно им понравиться
- Чаще давать упражнения, которые у них получаются
- Много разговаривать
- Не перегружать на тренировке



Как работать с мужчинами 30-40 лет

- У них есть деньги и время, поэтому ходить они будут 2-4 раза в неделю
- Можно смело предлагать Сплит тренировку, любят ходить с друзьями
- Привязаны к силовым результатам
- Предлагайте приводить девушку/ жену
- Узнать, как форма тренировок нравится именно ему

Как работать с мужчинами старше 50



- **Мотивированы двумя факторами :
молодая жена или здоровье**
- **Крайне дисциплинированы**
- **Знают , чего хотят**
- **Старайтесь давать не сильную нагрузку**
- **Любят кардио**
- **На праздники дарят подарки**

Важные советы

- 1. Будьте универсальными**
- 2. Коммуницируйте**
- 3. Будьте активными**
- 4. Говорите о достижениях**
- 5. Учитесь всегда**
- 6. Будьте внимательны**
- 7. Выходите в онлайн**



Уметь отреагировать, помочь клиенту-это порой важнее, чем привести нового человека к себе на тренировку.
Потому что доверие одного клиента всегда порождает привлечение новых.
А чем более развит инструктор и шире его кругозор-тем он интереснее.
Поэтому никогда не останавливайтесь !

Инстаграмм как главный инструмент продаж



Ваша страница

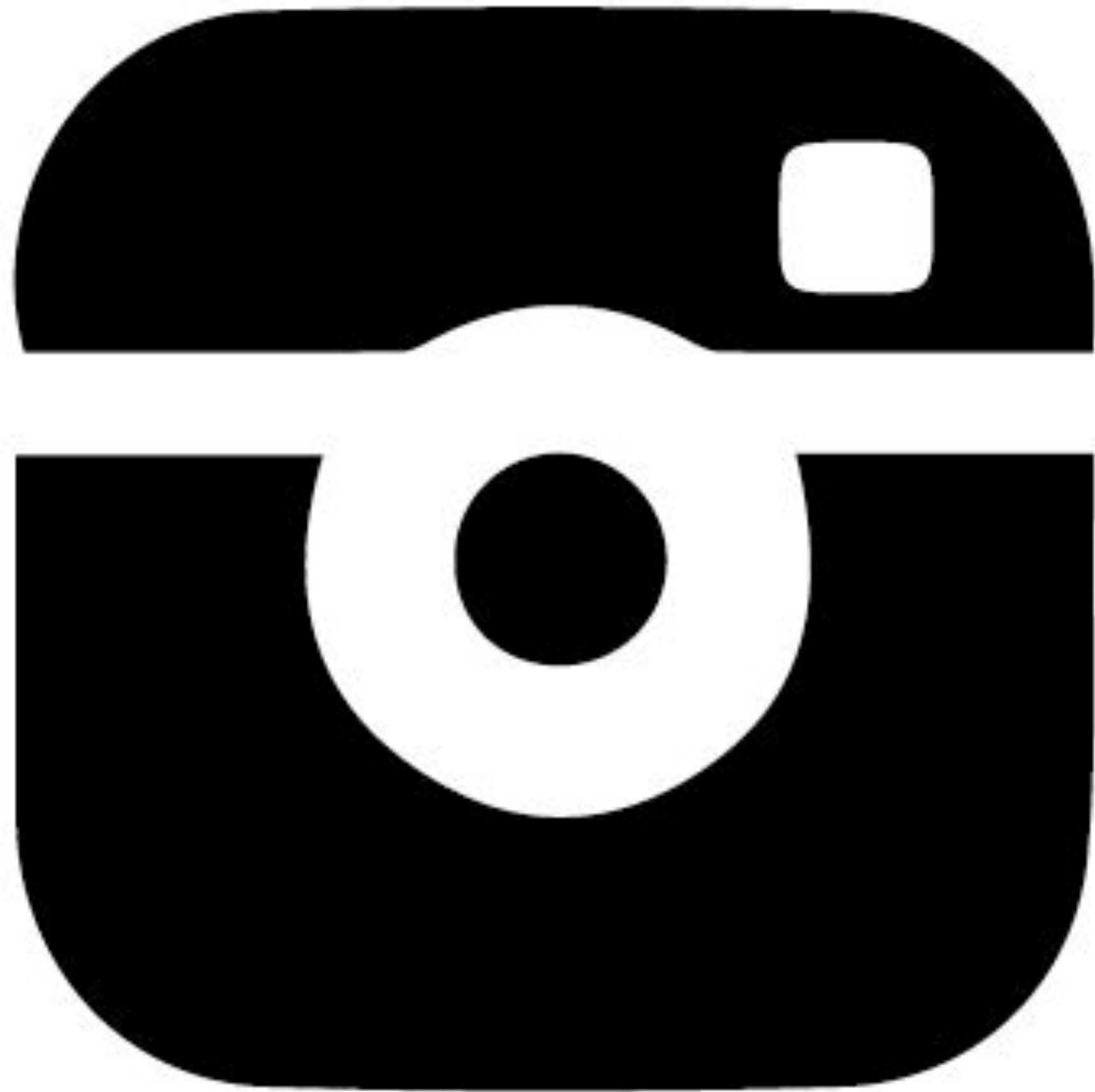
1. НИК

Не нужно добавлять никаких банальных FIT, SPORT, STRETCH

Самый лучший вариант – ваши фамилия и имя

2. АВАТАРКА

Убедитесь, что по вашей аватарке можно понять то, чем вы занимаетесь и как вы выглядите





3. ШАПКА ПРОФИЛЯ

Задача сделать так, чтобы новому человеку за 10 секунд стало понятно кто вы, что он может у вас взять и почему он должен подписаться .

4. ХАЙЛАЙТС

Не нужно пичкать только результатами и отзывами, делитесь своей жизнью, своими мыслями, своей историей, своим методом работы.

5. ВИЗУАЛ

Ваше лицо, это то, на что в первую очередь обращает внимание новый человек, зайдя в ваш аккаунт.

6. ПОСТЫ

Должны отражать вас, ваш путь и боль ваших клиентов

7. СТОРИС

**Главное правило - не делать вбросы (вот я поел/а, погулял/а)
Рассказывайте истории, делитесь эмоциями, мыслями и воспоминаниями .**

8. НЕ ЗАБЫВАЙТЕ ПРО ДРУГИЕ СОЦСЕТИ

THE END

Нам будет приятно получить от вас отзыв в нашем аккаунте в ИНСТАГРАМ
[@grantellofitnessschool](https://www.instagram.com/grantellofitnessschool)