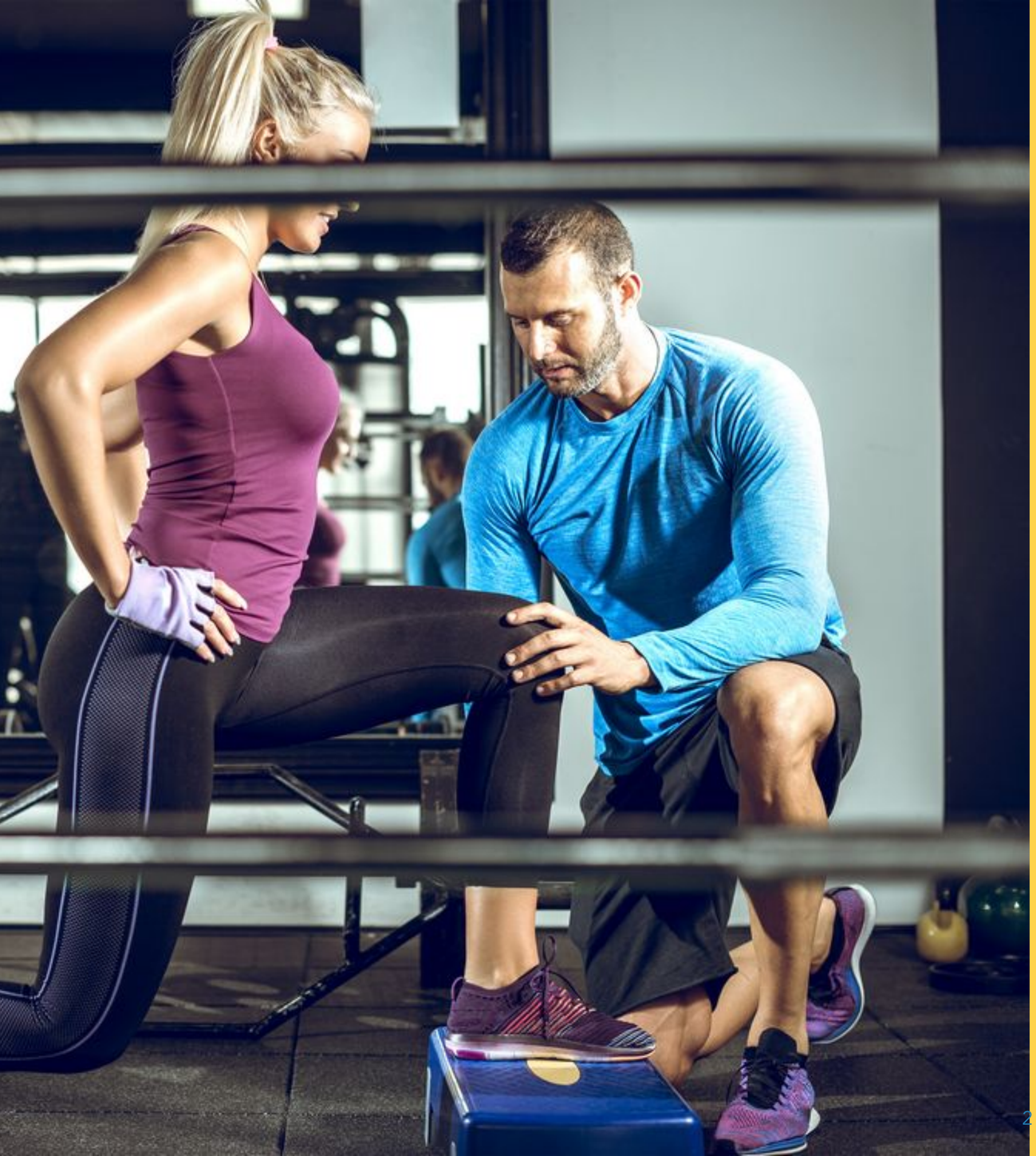
GRANTELLO
FITENSS
SCHOOL

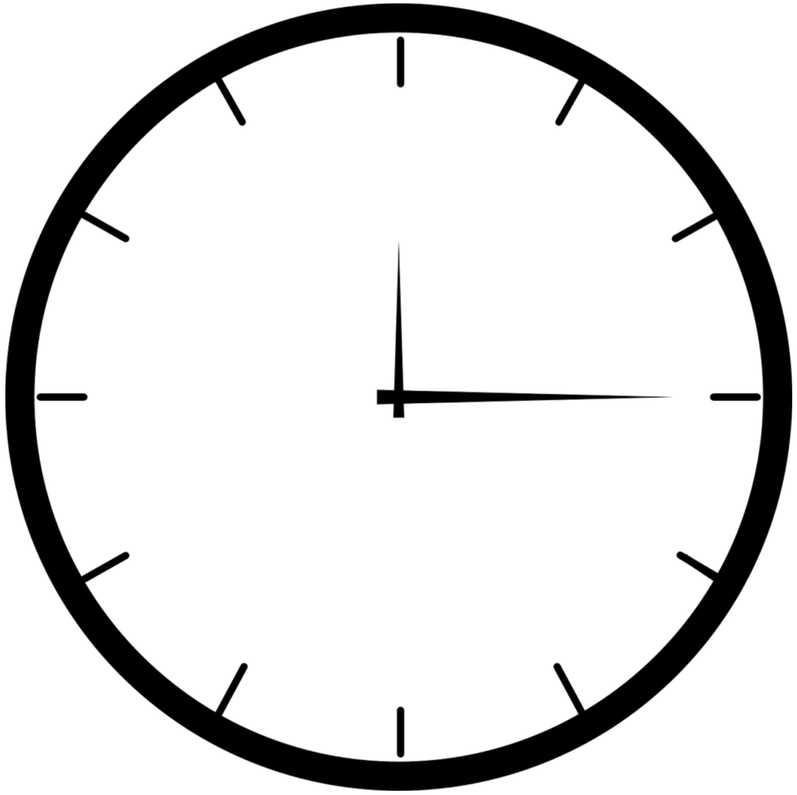
ПСИХОЛОГИЯ ПРОДАЖ
РАБОТА С КЛИЕНТОМ
ЛИЧНЫЙ БРЕНД



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 иструктажа (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 заработает.

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 директоры
-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

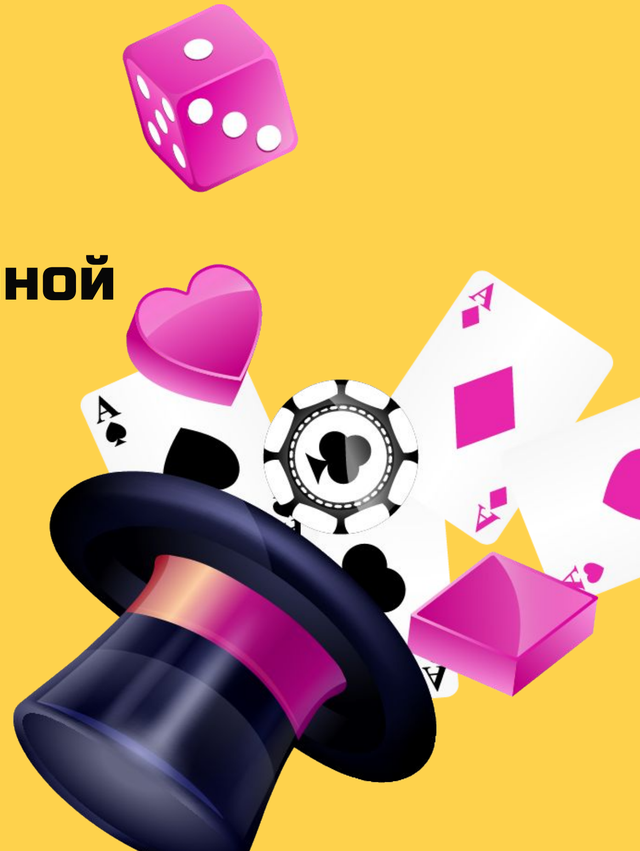
-Говорите только то, во что верите сами , многие чувствуют фальшь

-Комплименты не должны быть стандартными

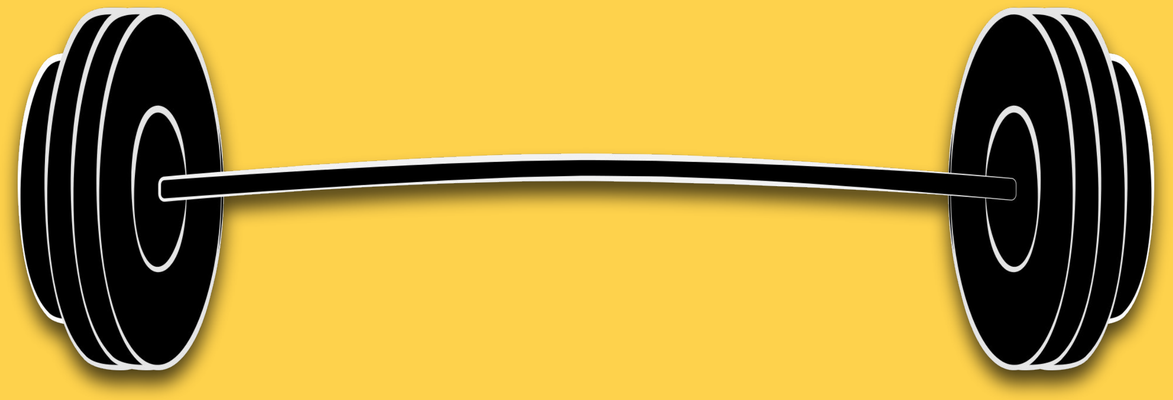
-Комплимент должен соответствовать вашей дистанции

-Не флиртуйте

-Выбирайте нейтральные темы: погода, события общественной жизни, результаты спортивных соревнований.



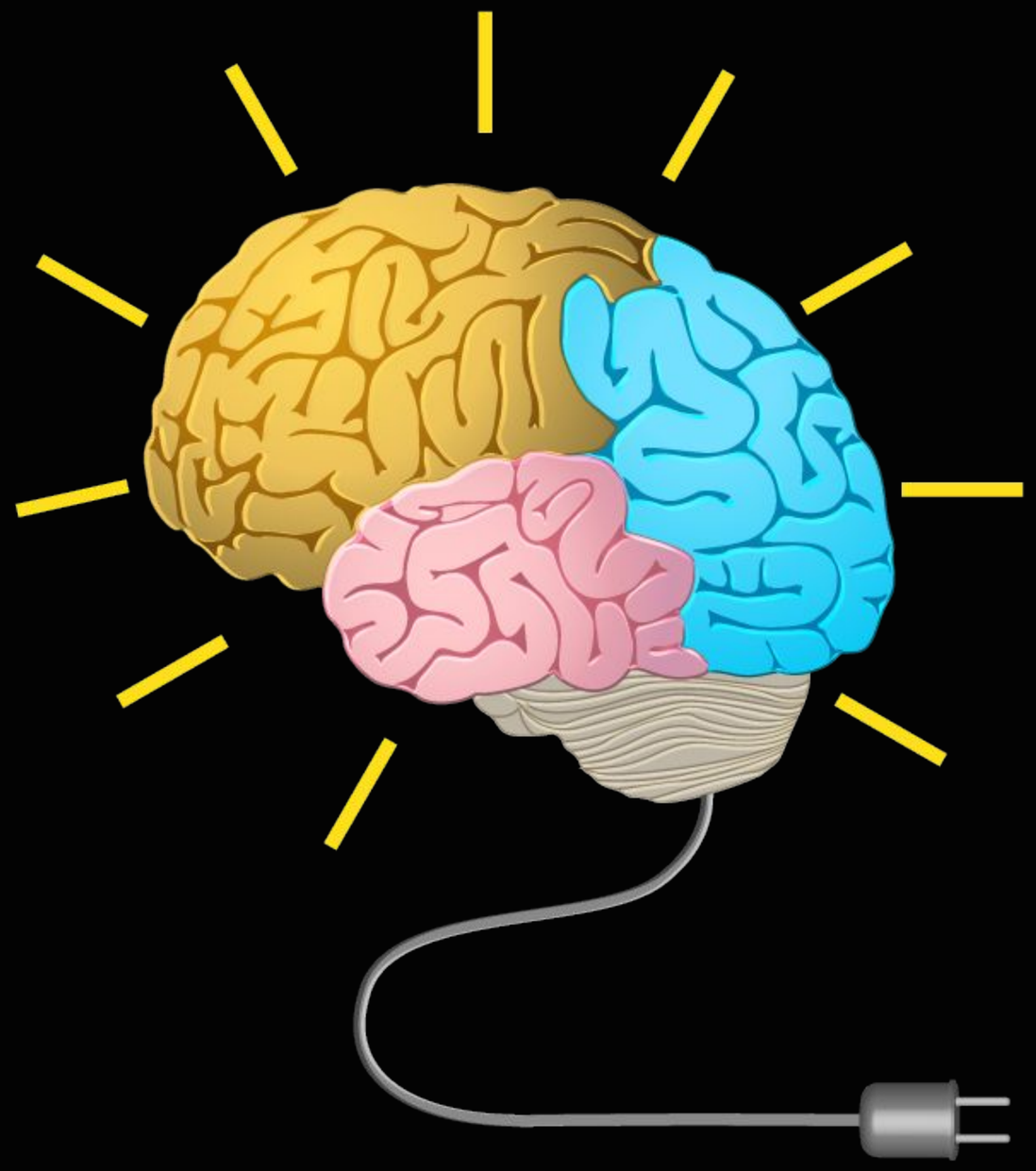
- **Не стоит подходить к клиенту и говорить ему: «Чем я могу помочь?» , если конечно его не прижала штанга**



!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 [redacted])
- Экономия (вопросы о скидках, акциях, бон[redacted])
- Комфорт (знают чего хотят, выбирают масс[redacted]ных сервисов)
- 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 чувст
- 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.

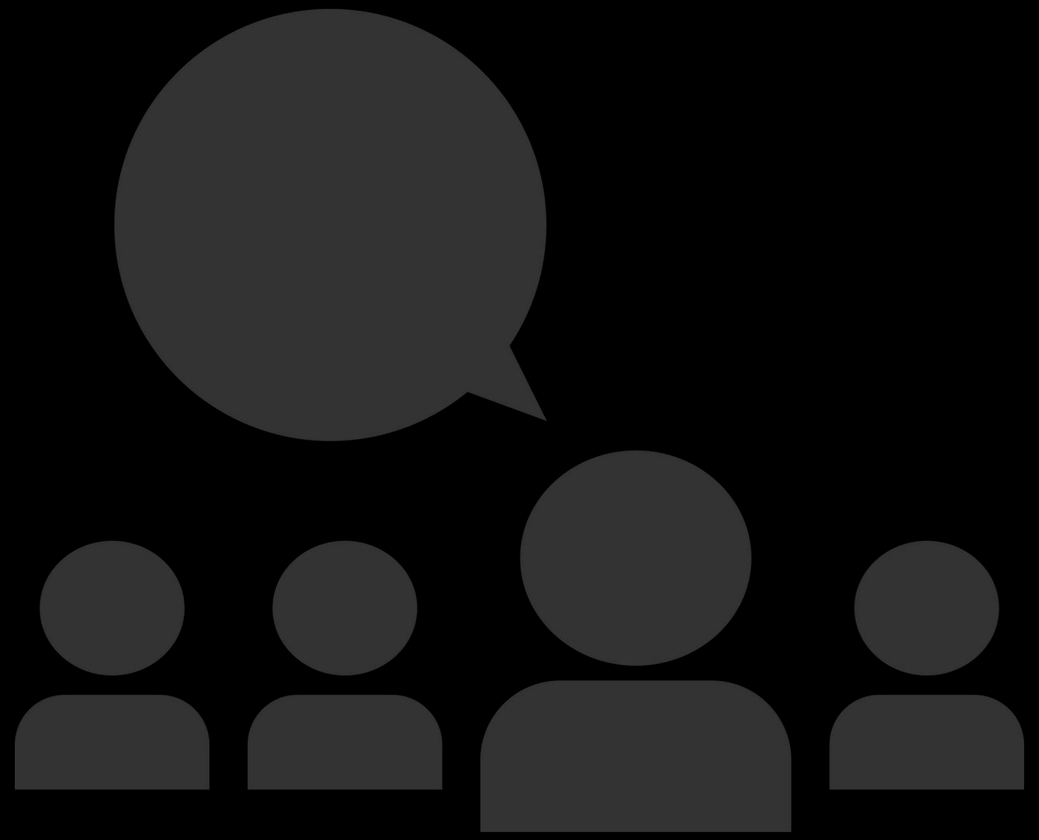
Важно!

- **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**

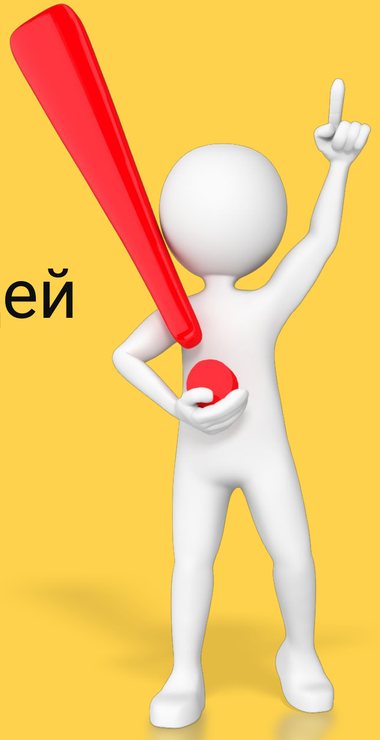
Работа с возражениями клиента

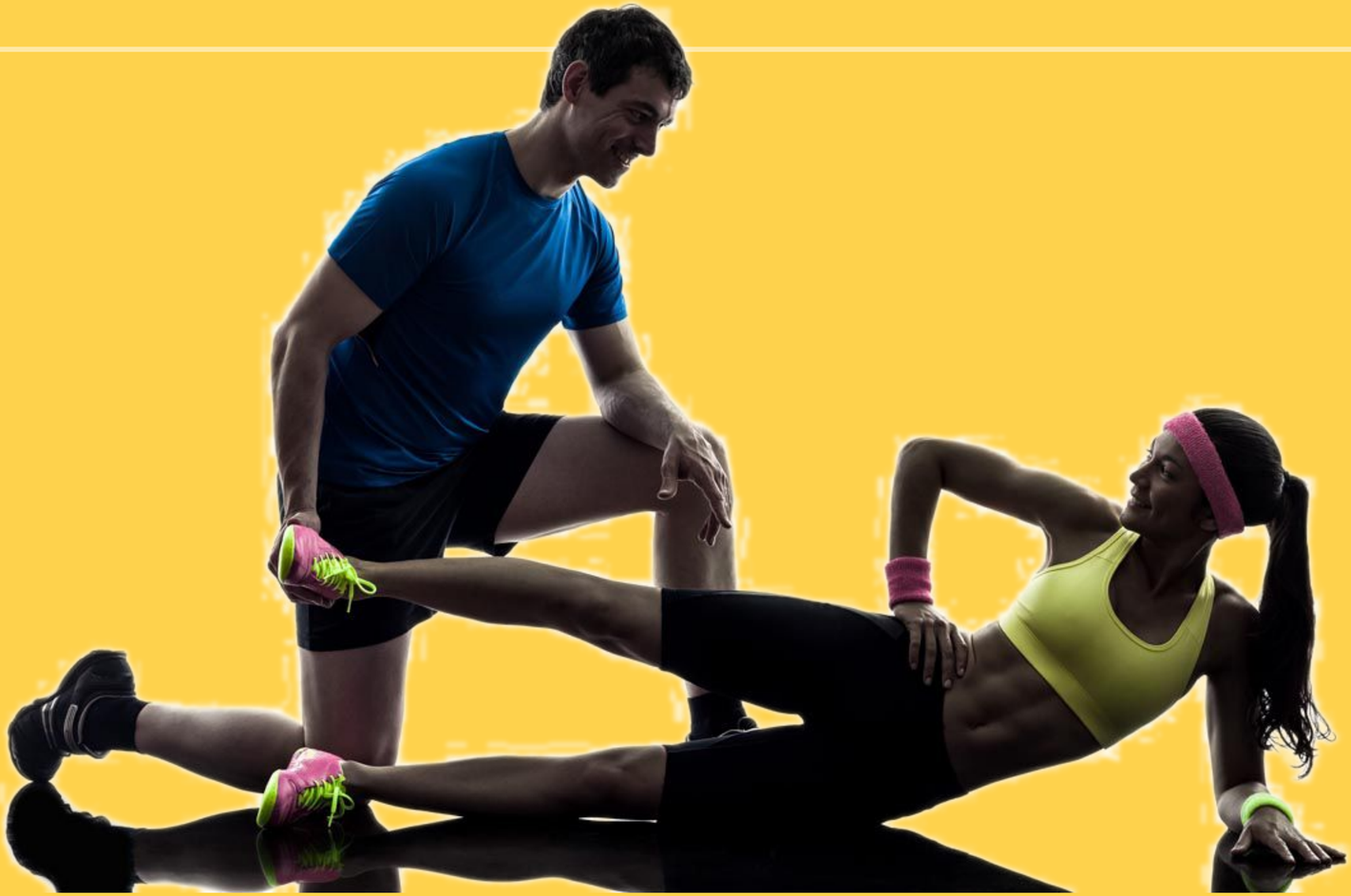
1. Я подумаю

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 мес**
- **Записывайте показания в блокнот**
- **Применяйте таймер, это помогает в процессе оты**
- **Первая тренировка не должна быть тяжёлой ыть легкая у алость**
- **Клиенты часто врут**
- **Не стоит грузить клиента сразу здоровым пит ными доба ками**

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