

# ПСИХОЛОГИЯ ПРОДАЖ РАБОТА С КЛИЕНТОМ ЛИЧНЫЙ БРЕНД

**GRANTELO  
FITENSS  
SCHOOL**

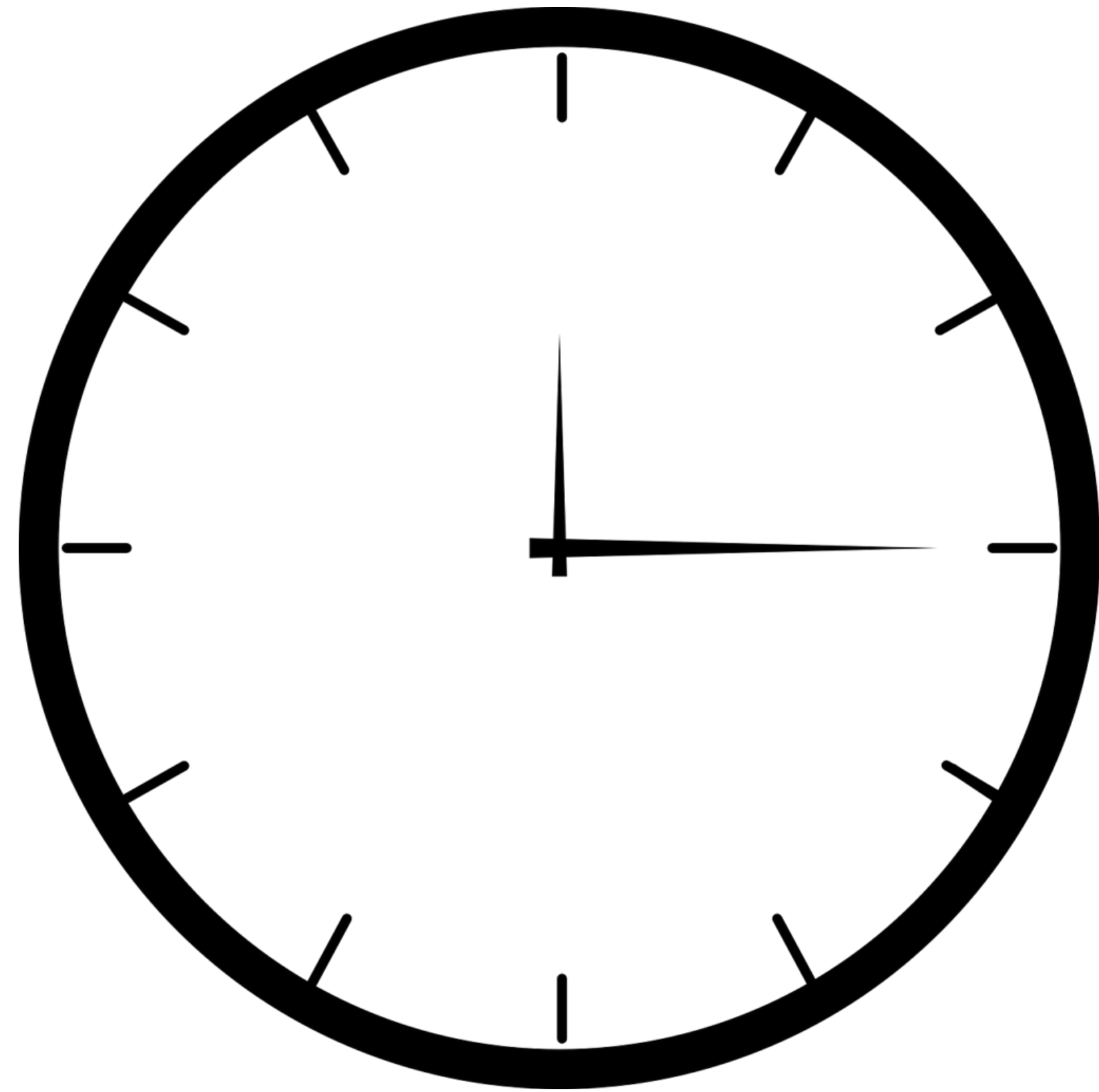




# Что мы продаем?

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.



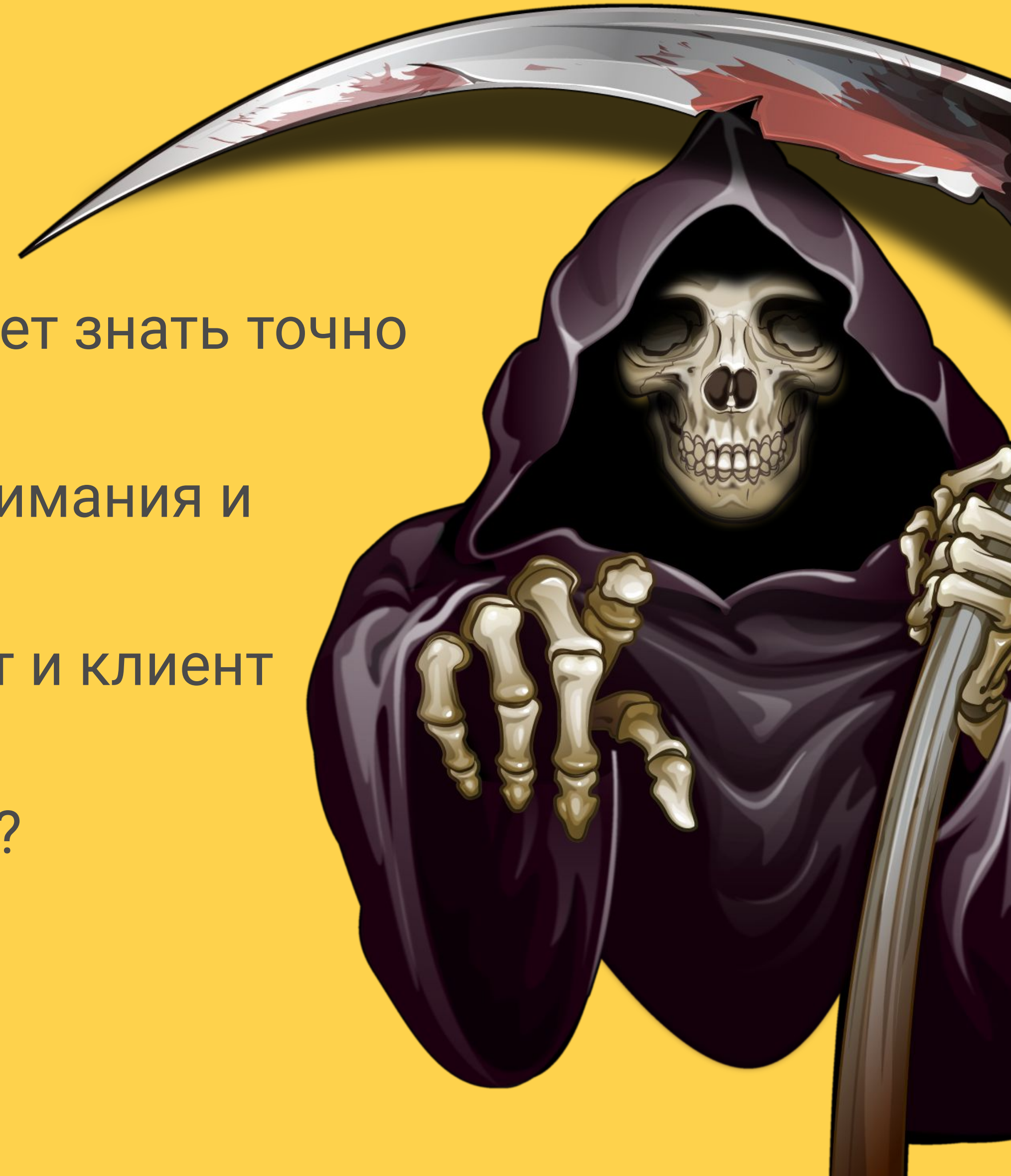
**Важно!**  
**Спорт к фитнесу не имеет  
никакого отношения**

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**

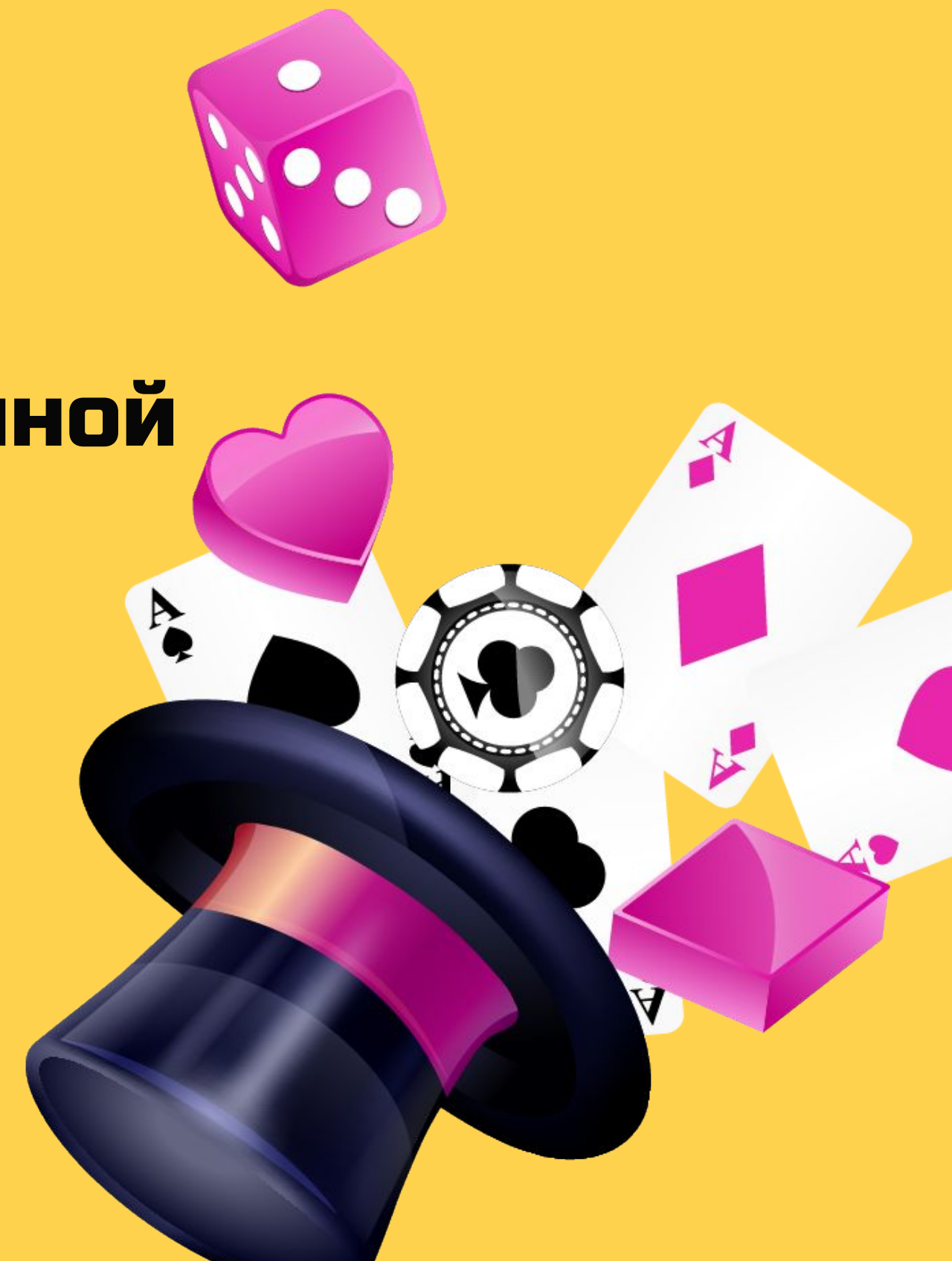
**-Узнать имя**

**-Сделать комплимент ( уместный)**

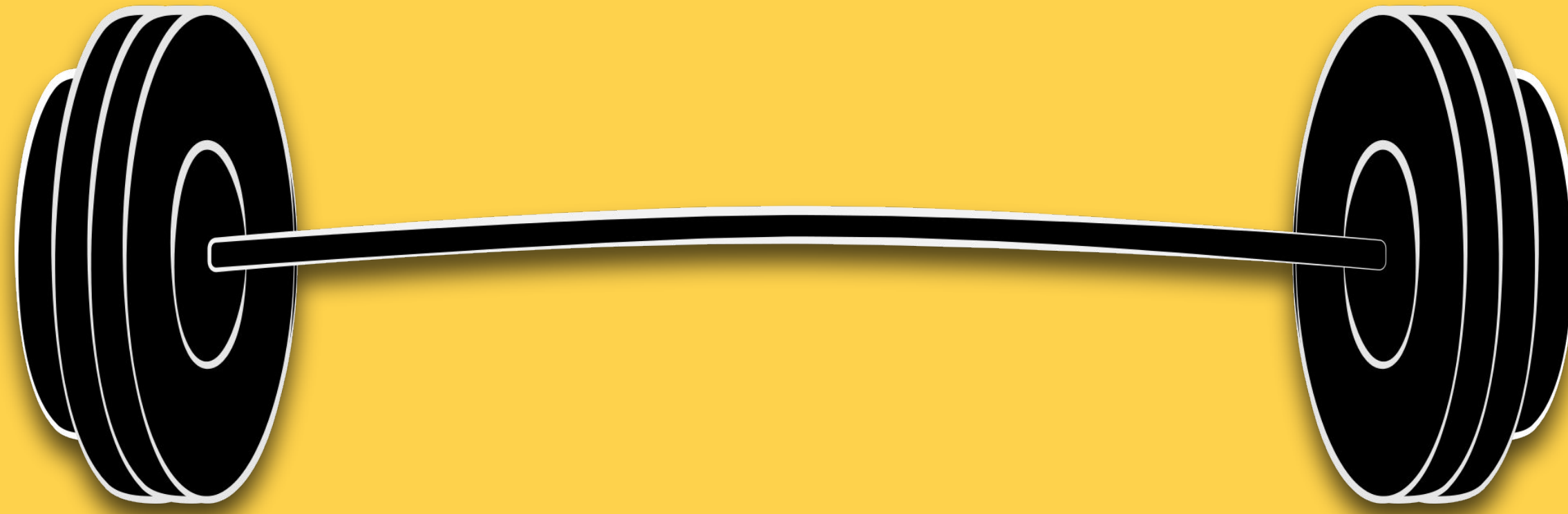
**(Важно помнить, что у всех разное чувство юмора)**

# 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.**



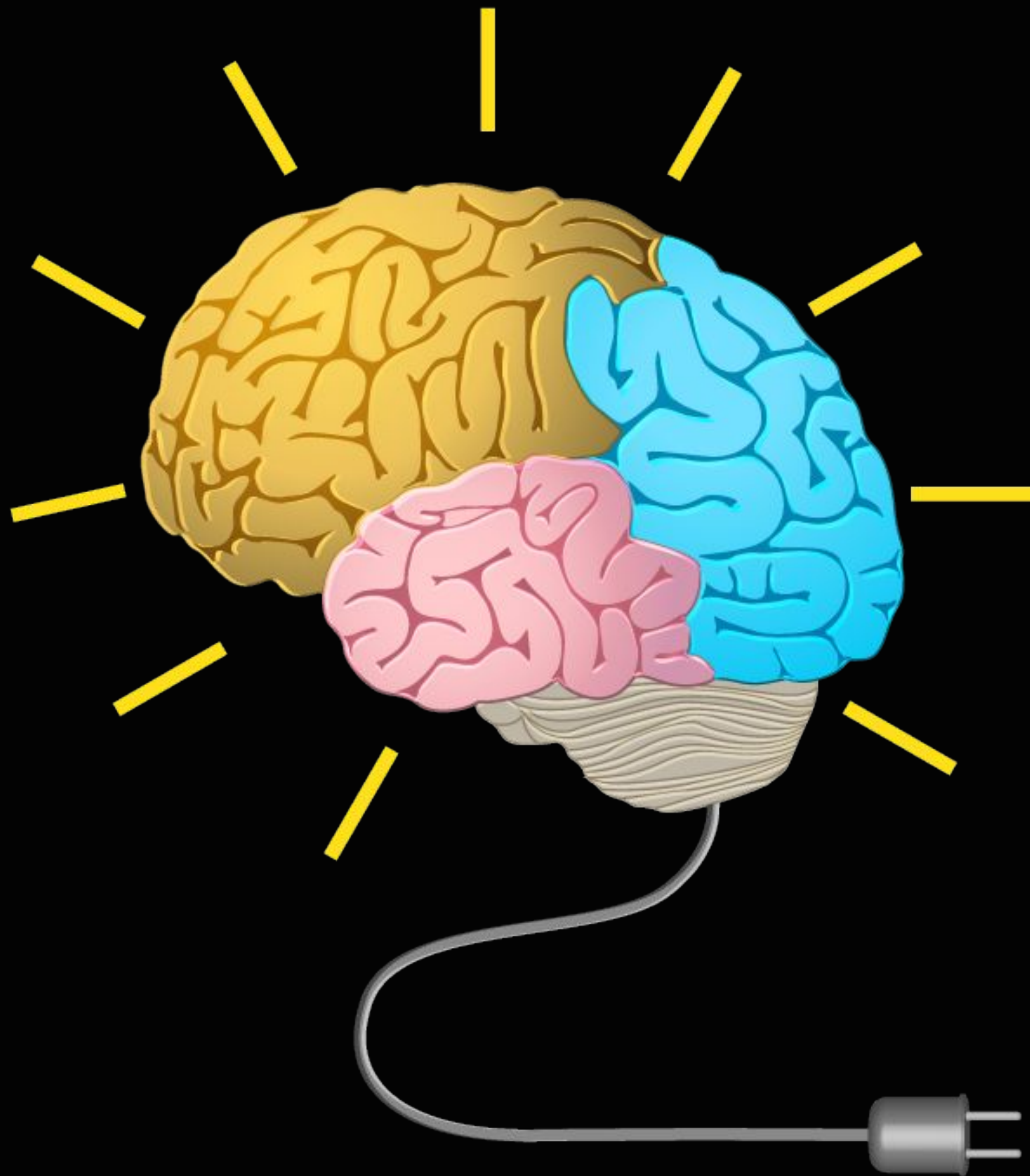
- **Не стоит подходить к клиенту и говорить ему: «Чем я могу помочь?» , если конечно его не прижала штанга**



**!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 отзывы)
- Экономия (вопросы о скидках, акциях, бонусах)
- Комфорт (знают чего хотят, выбирают массовые популярные сервисы)
- Престиж (уникальность, эксклюзив)
- Новизна (любят новинки, креатив)



# Психотип клиента

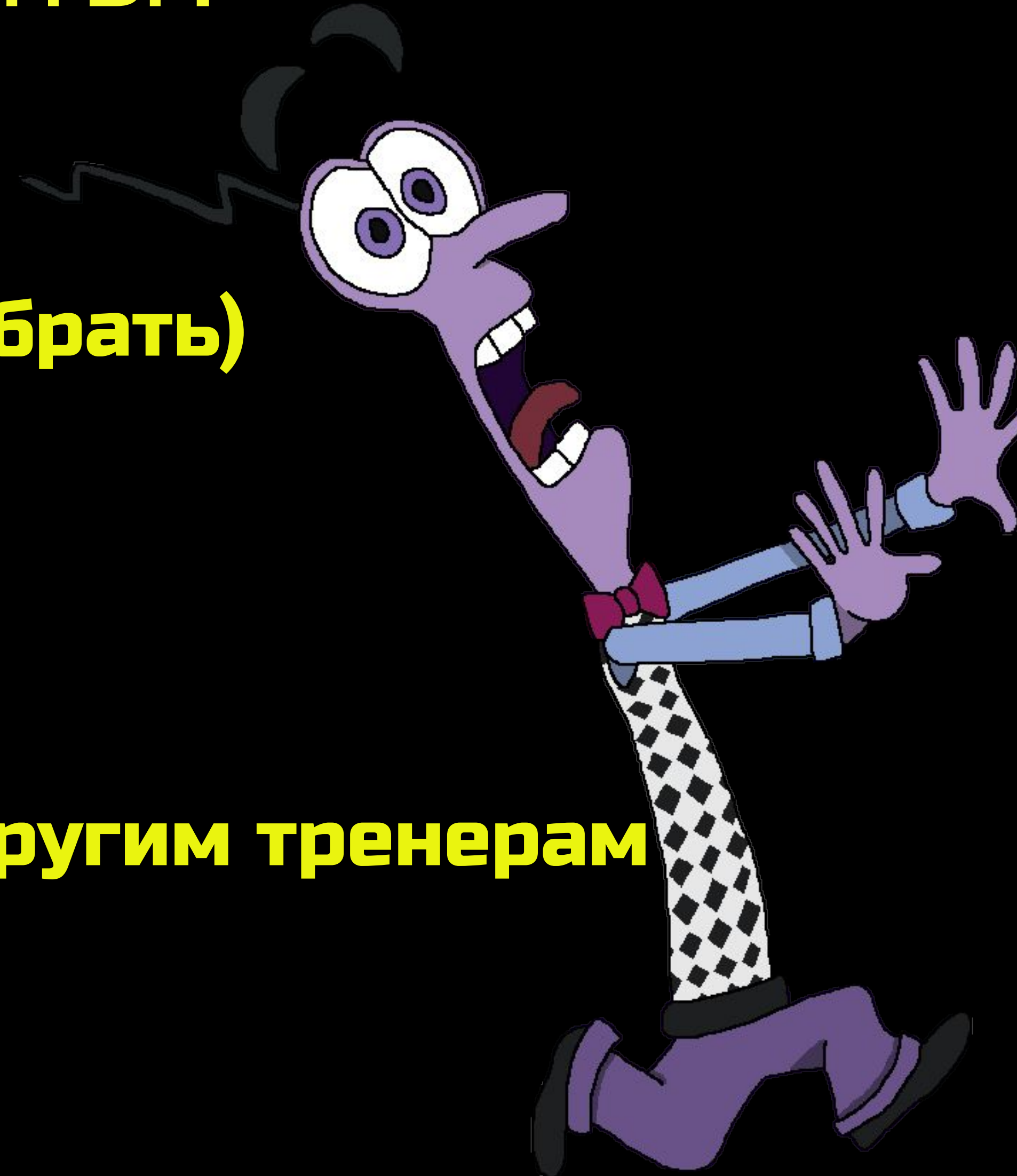
- **Аудиал ( Как это звучит? Давайте послушаем)**
- **Визуал (Покажите мне; Как это должно выглядеть?)**
- **Кинестетик (Какие ощущения? Что вы сейчас чувствуете?)**
- **Дигитал ( Цифры, числа, графики)**



# 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.



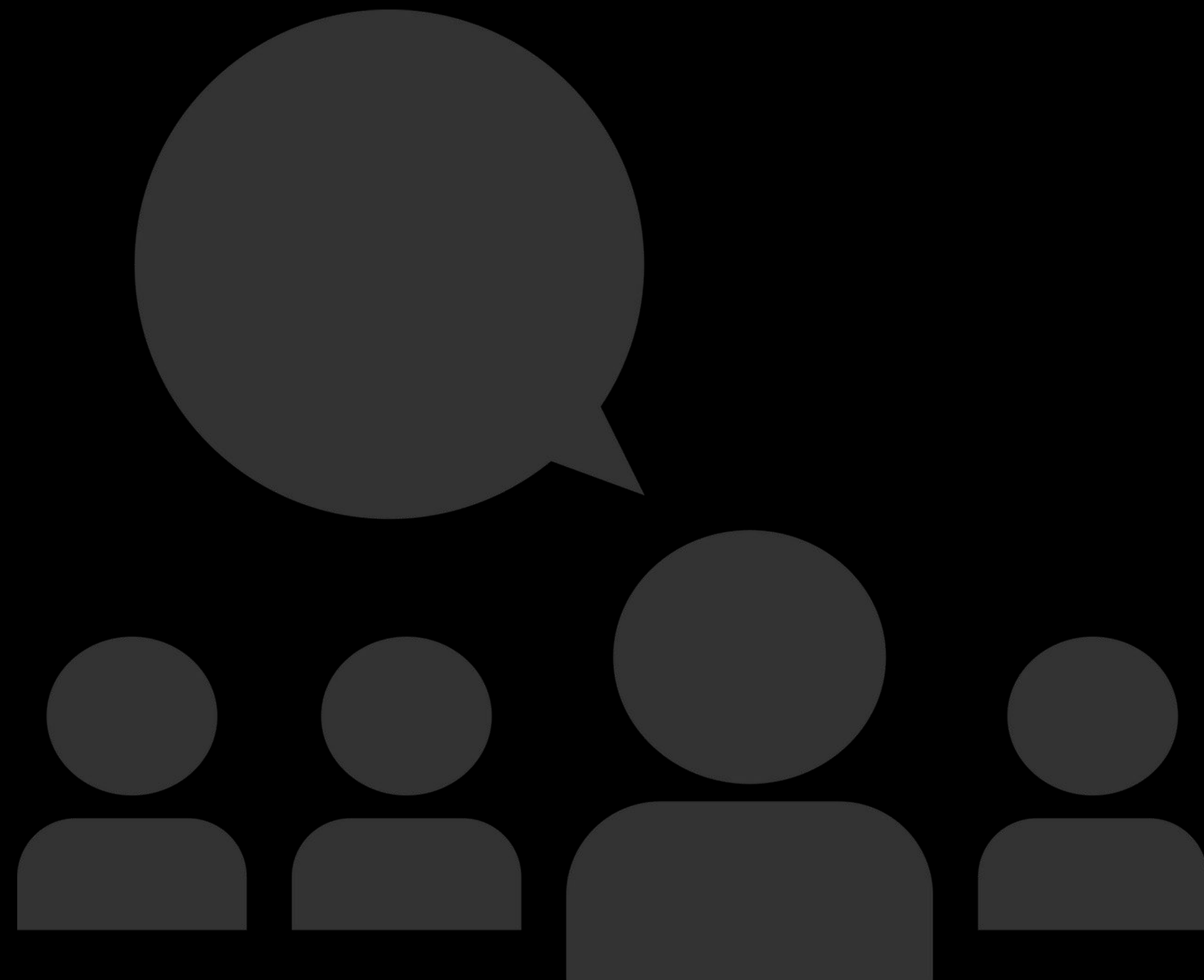
# Важно!



- **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**



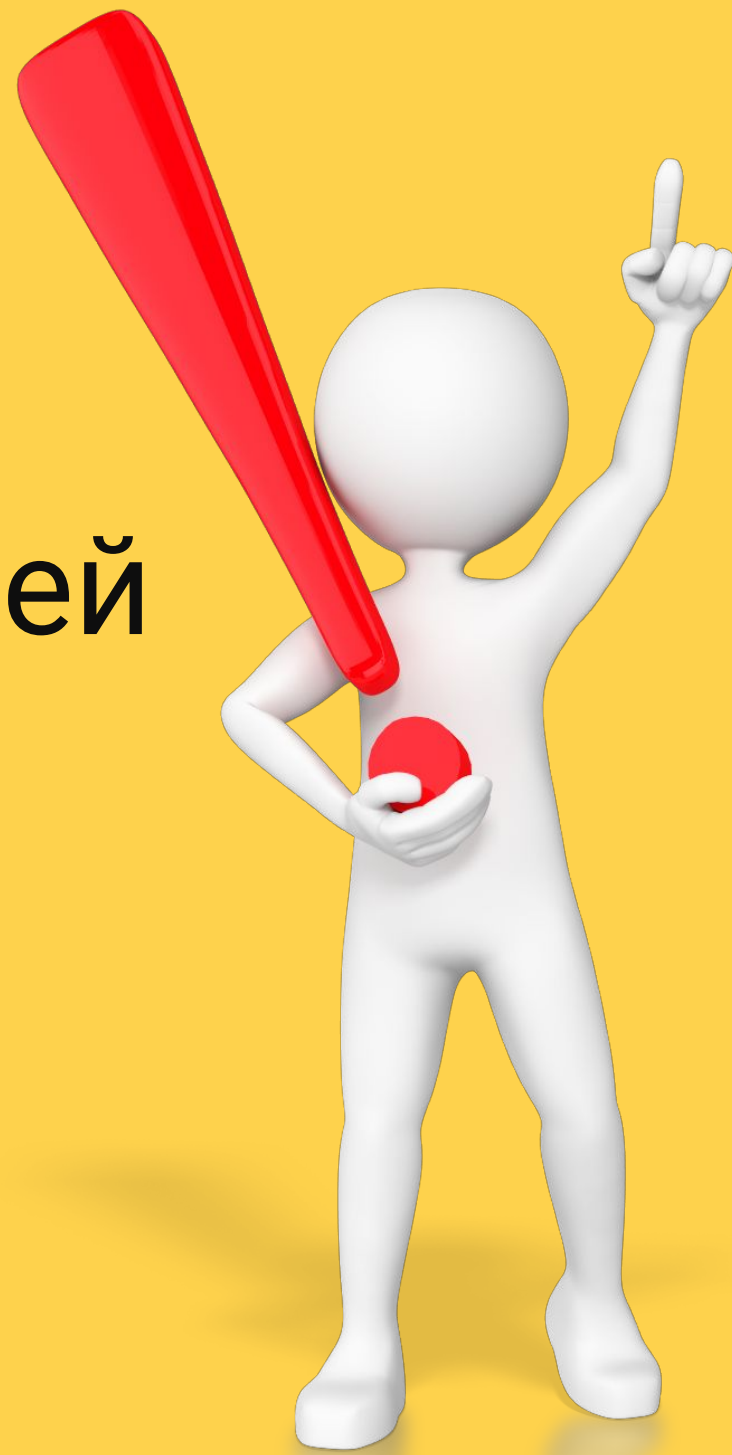
# Работа с возражениями клиента

**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

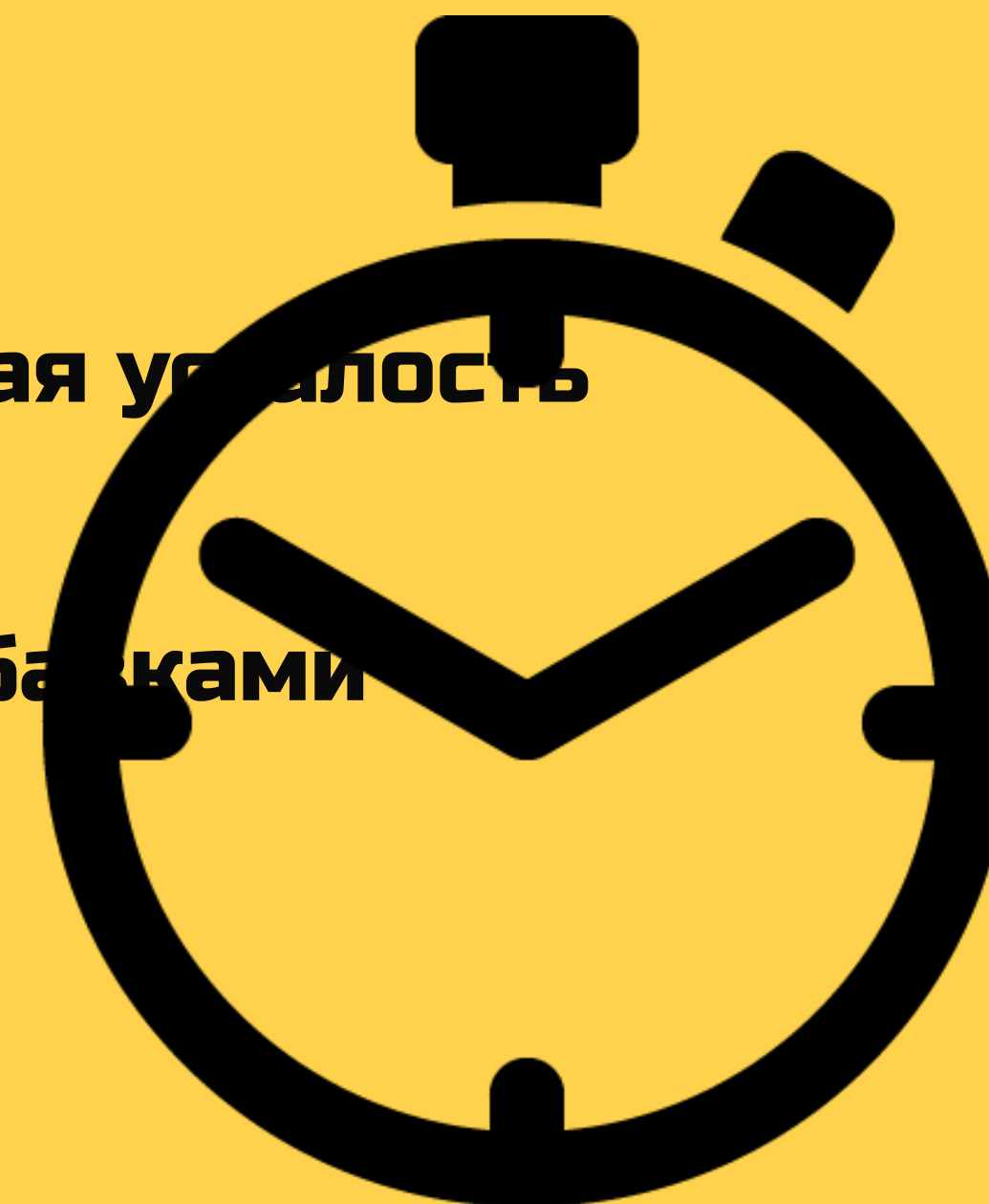




Как правильно провести первую тренировку?

# 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 другом**

**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

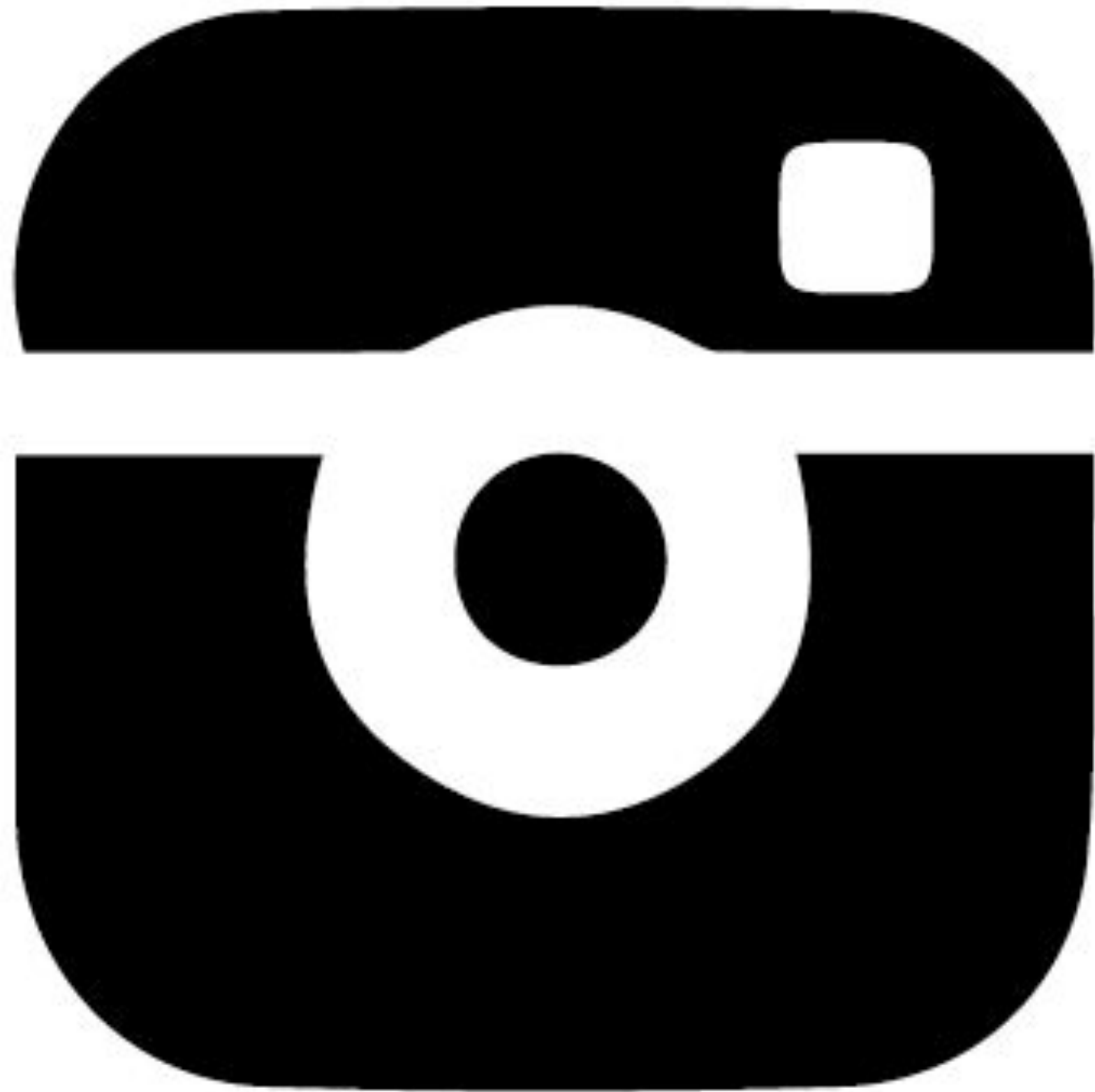
## 1. НИК

**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)