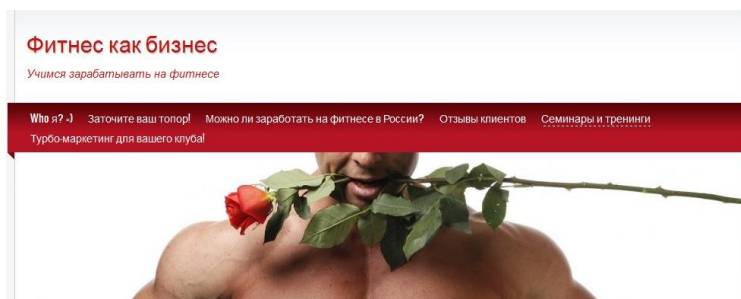


10 заповедей руководителя фитнес-клуба



Фитнес как Бизнес <http://fitbiznes.ru/>

Дмитрий Кононов, © 2013



1. Поймите ЦЕННОСТЬ, которую Вы (и Ваш фитнес-клуб) даете своим клиентам.



Если не можете понять сами, попросите ИХ сказать об этом. Например: «Почему Вы ходите заниматься именно в наш клуб? Что Вам нравится у нас больше всего?» Опросив таким образом 50 человек, выберите наиболее часто встречающийся ответ. Это и будет Вашей главной Ценностью!

Возможно, Вы будете сильно удивлены, думая, что Ваше преимущество – это сильный и профессиональный тренерский состав, а окажется, что большинство людей ходят к Вам только потому, что администратор всегда улыбается и обращается к ним по имени...

Осознав Ценность Вашего клуба, поймите, что именно за ЭТО Ваши клиенты платят Вам деньги и ЗАБУДЬТЕ про конкуренцию с помощью «самых низких цен»! Навсегда!

2. Постоянно ВОСПИТЫВАЙТЕ потребителя фитнес-услуг!



Продвигайте не свой клуб, а активный и здоровый образ жизни и фитнес в целом!

Пусть Ваши тренеры/ инструктора проводят бесплатные мастер-классы и семинары при любой возможности. Организуйте бесплатные социально значимые проекты, проводите открытые соревнования и турниры на призы Вашего клуба. Пишите статьи в СМИ. Ведите рубрику о фитнесе/ активном образе жизни или здоровом питании в местной газете/журнале. Или передачу на радио/телевидении.

Многих недалёковидных руководителей это пугает: «как так, мы будем продвигать идею, что фитнес-это классно, а конкуренты будут этим пользоваться...»

Ответ неправильный! Просто будучи ФАНАТОМ фитнеса и транслируя Вашу увлеченность и даже – одержимость этой идеей в окружающий мир, Вы (Ваш фитнес-клуб) станете Лицом Отрасли в Вашем городе для большинства людей, у них создастся устойчивая ассоциация: «фитнес» = «Ваш клуб»! Потому что будет чувствоваться, что вас просто «прет» от вашего любимого дела. А не потому, что у Вас «самый большой и современный фитнес-клуб», «самые новые тренажеры» или «все специалисты – с дипломом о высшем спортивном образовании».

Так рождаются настоящие фитнес-бренды. Даже если Ваша площадь 200 кв.м. и оборудованию уже лет 10. Все это не важно...

3. Прекратите постоянно обучаться и обучать сотрудников «новым направлениям фитнеса» и НАЧНИТЕ АКТИВНО ИЗУЧАТЬ ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ!



Вы и Ваши сотрудники уже знаете наверняка достаточно, чтобы давать людям результат! Научитесь красиво «заворачивать» и продавать это! Типичная ошибка директора- «технаря» (обычно, бывшего тренера) – «мы недостаточно «экспертны», чтобы продавать наши услуги дорого». Это НЕ мышление предпринимателя, запомните это!

4. Прекратите хвататься за все мелкие задачи, не имеющие «стратегического» значения!!!



Обычно, руководитель - это человек с повышенной энергетикой и большим количеством умений и навыков в разных областях. Мы и продаем карты лучше наших сотрудников, и объявление рекламное можем «склепать» быстрее и качественнее, и даже ТРЕНИРОВКУ при необходимости проведем на «5 с плюсом»!

... и всем этим обычно заслуженно ГОРДИМСЯ, «затыкая» собой все дыры! Проблемы всего лишь три:

а. Ваши подчиненные НИКОГДА не научатся работать, если Вы постоянно будете «помогать» им (на самом деле, блокировать их развитие и рост!)

Фактически, они будут получать зарплату, а работать в БОЛЬШЕЙ степени будете вы!

б. Поскольку вы постоянно заняты всякой, пардон, ХЕРНЁЙ, у вас тупо нет времени развивать Ваш бизнес: фактически, вы постоянно заняты и устаете как лошадь, но ни в продажах, ни в привлечении новых клиентов у вас больших прорывов не будет, т.к. работать над самыми важными вещами у Вас просто нет времени.

в. Поскольку все держится на вас, как только вы поворачиваетесь спиной к бизнесу (заболели, уехали в командировку, решили отдохнуть, наконец!), картонный домик сразу рушится: продажи падают, сотрудники растерянно тыкаются как слепые котята, столкнувшись с любой незначительной проблемой или бросаются звонить вам, в клубе бардак, клиенты недовольны... остальное дорисуйте сами.

Это НЕ бизнес. Это САМОНАЙМ: Вы сами себя наняли на работу, работаете больше всех и тянете упряжку фактически, один. И даже если Вы при этом очень много (по мнению ваших подчиненных) зарабатываете, это совершенно себя не оправдывает: зачем деньги Рабу? Ему и тратить – то их некогда...

5. Будьте абсолютно нетерпимы и непримиримы к раздолбайству и пофигизму подчиненных,



если Вы хотите чтобы Ваш бизнес рос и процветал, клиенты были довольны и выгодно отличали Вас от «обычных фитнес-клубов».

Ну нет здесь «золотой середины», я вас разочарую, коллеги – либералы! Если вы сегодня сделали замечание администратору, работающему без бейджа, а завтра – уже промолчали (лень было, настроения не было «ругаться», «девочка хорошая, у нее больше всех продаж» и бла-бла-бла), значит, через некоторое время подавляющее большинство сотрудников будет ходить без бейджа.

Если Вы опоздание на смену на две минуты в Вашем фитнес-клубе опозданием не считается, то опаздывать будут ВСЕ!!! И большинство - далеко не на две минуты!

Поймите простую вещь: в организации с пусть порой суровыми, но четкими и ясными правилами, действующими БЕЗ ИСКЛЮЧЕНИЙ, вне зависимости от времени года и настроения руководителя, любой новый «плохой» работник быстро становится «хорошим» - действует закон среды.

И наоборот – самый ответственный, совестливый и дисциплинированный человек, попав в коллектив, где царит вседозволенность и раздолбайство, резко начинает деградировать: лишь единицы со стальными яй... с очень прочным внутренним стержнем и лидерскими качествами способны плыть против течения и даже – менять ситуацию в коллективе в лучшую сторону, «заражая» остальных правильным отношением к работе.

Но это ситуация столь же редкая, как мишка панда в суровой сибирской тайге...

Нарушения рабочего процесса должны наказываться столь же неукоснительно и бесстрашно, как розетка наказывает электрическим разрядом любого придурка, вздумавшего совать туда пальцы! При этом она (розетка) не злится, не ругается, не взывает к уму, чести или совести, не «напоминает» или «предупреждает» и пр.

Она просто существует. И работает по своим законам. И, что самое интересное, чего-то я не встречал людей, сующих по несколько раз пальцы в розетку и каждый раз, получив разряд 220V, ОБИЖАЮЩИХСЯ на розетку!

Так почему же на директора, терпевшего до последнего, а потом – «сорвавшегося с катушек»

подчиненные обижаются и даже – строят козни и вынашивают планы мести после этого? Вдумайтесь... Дело не в «плохих» сотрудниках, а в «плохой розетке» (начальнике, не умеющем быть последовательным в контроле и наказании).

6. Не стремитесь к тому, чтобы вас «все любили»!



Во-первых, это невозможно. Во-вторых, это глупо: надо проживать свою жизнь, а не чужую, и ориентироваться прежде всего на мнение лишь одного человека: самого себя!

В третьих, парадоксальная вещь: люди, к которым «общественность» испытывает крайне полярные эмоции (одни обожают до щенячьего визга, а вторые – аж ядом захлебываются от злости и ненависти), зарабатывают ГОРАЗДО БОЛЬШЕ, чем те, которые большинству «просто нравятся».

Руководители, стремящиеся «нравиться» подчиненным – слабые и неуверенные в себе люди, занимающие свой пост по большому недоразумению. (Иногда, бывают исключения: сильные люди с лидерскими качествами, но – с неведом откуда взявшимися установками, что они обязаны «обогревать вселенную»...)

Таким был в свое время я, но к счастью, постоянно работая над собой, успешно вылечился: моим «добрым» и «чувствительным» коллегам крайне рекомендую ознакомиться с понятием «треугольник Судьбы» в психологии (или «треугольник Карпмана»), очень отрезвляет и отучает от совершения «добрых дел», которые оборачиваются исключительно геморроем для «благодетеля»!

Отдельная песня про клиентов: не нужно стараться угодить ВСЕМ клиентам – это то же самое, что стремление нравиться всем. Нужно стараться обеспечить первоклассный сервис и угодить СВОИМ клиентам: людям из вашей целевой аудитории, со схожими ценностями, жизненными взглядами и образом мышления! Именно эти люди будут приносить вам основную массу денег, и именно ИХ мнение должно быть для вас важно!

Стремясь «зацепить» абсолютно всех потенциальных клиентов из разных целевых аудиторий, вы вынуждены «гнуться» под каждого, теряя свое «истинное лицо» и уникальность Вашего клуба.

Иногда достаточно жестко и прямо отказать клиенту не из вашей целевой аудитории бывает очень полезно для увеличения продаж ВАШИМ клиентам (особенно, если они это видят!)

7. «Делай как я» или «Делай, как я говорю»?



Существуют разные стили управления и диаметрально противоположные точки зрения на то, как должен себя вести руководитель. Теория «лидерства», теория «жесткого менеджмента», «демократический стиль управления», «авторитарный стиль управления»... и прочая и прочая.

Чтобы понять, что подходит именно вам, определитесь, ЧТО значит для вас ваш фитнес-клуб: Дело жизни или просто один из видов бизнеса, который можно вывести на прибыль и успешно продать.

Во втором случае достаточно просто прописанных и отлаженных бизнес-процессов, выстроенной четкой и «прозрачной» структуры бизнеса, и системы постоянного контроля сотрудников с поощрениями и наказаниями, а также – наличия менеджеров, которые все это будут выполнять и отслеживать.

Вы лично при этом можете вести себя как угодно: пить, курить, совсем не заниматься фитнесом и выглядеть скорее, как директор ночного клуба, нежели руководитель фитнес-центра, и это не будет критически важно ни для сотрудников (которые, кстати, будут часто меняться), ни для клиентов. Просто бизнес, ничего личного, детка. 😊

... и кстати, это совершенно не означает, что это – плохо. Главный критерий «плохого» или «хорошего» бизнеса – это то, приносит ли он прибыль. Точка.

В первом же случае, требования к вам, как к руководителю, будут на порядок выше: вы просто обязаны быть Фанатом фитнеса! Вы обязаны сами приходить вовремя на встречи или собрания сотрудников, если требуете этого от них! Вы обязаны сами с улыбкой встречать каждого клиента и здороваться с ним! И, да... было бы очень неплохо самому (самой) быть в хорошей физической форме, олицетворяя собой те Идеалы, которыми вы хотите зажечь клиентов и сотрудников...

При этом нужно уметь не «скатываться» к амплуа «директора- тренера» или «директора- администратора», проводя больше всех сотрудников времени в клубе и решая массу мелких вопросов, которые могут и должны решаться без вашего участия!

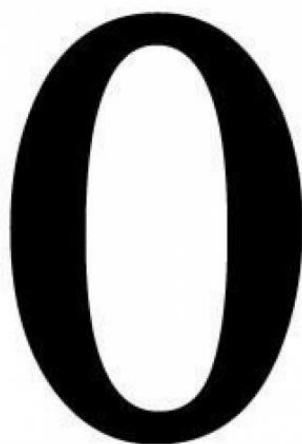
А также, держать дистанцию и НЕ превращаться в «друга» для ваших сотрудников и подчиненных, умея быть как приветливым и доброжелательным к каждому, так и жестким и требовательным, когда

того требует ситуация.

В общем, вы должны быть по сути, Ролевой Моделью для ваших подчиненных. Это очень трудная задача. Но именно в этом случае вас будут УВАЖАТЬ, а не просто бояться. И чувствовать за вами моральное право требовать хорошей работы. И самостоятельно проявлять инициативу, предлагая свою помощь клубу в необходимых случаях, даже без дополнительной оплаты за это.

Приятный «побочный эффект» такой серьезной работы руководителя над собой – быстрое «выращивание» лояльных и преданных менеджеров/ руководителей второго звена, ключевых сотрудников, которым впоследствии можно делегировать большую часть ваших функций.

8. Запомните, «ноль» ХУЖЕ чем «минус»!



Кому обычно больше всего достается внимания в школе? Отличникам? Как бы не так! Двоечникам и раздолбаям! Их «воспитывают», отчитывают, убеждают, говорят с ними «по душам», наказывают, вызывают к совести и т.д. и т.п.

Зачастую, то же самое происходит и в компании: сотрудник работает хорошо? Ну и чудненько, он ведь зарплату за это получает.

Другой сотрудник работает плохо? Мы его будем гнобить, отчитывать, призывать к порядку, выяснять причины...

Так вот, коллеги, в управлении людьми «минус» гораздо лучше, чем «ноль»!

Человеку нестерпимо равнодушие, даже если его ругают или отчитывают, это ВНИМАНИЕ, пусть и со знаком «минус»!

Это знали еще древние греки, которые долго придумывали наказание для Герострата, поджегшего храм Артемиды, и в конце концов решили, что самой страшной карой будет не просто казнить, а «забыть Герострата», что и объявили официально в приговоре. Забыть, правда, не получилось, но мысль была очень верная...

Забывая поощрять (не только деньгами!) и хвалить хороших сотрудников, и обращая все свое внимание на плохих, вы провоцируете «хороших» стать «плохими», чтобы Руководитель, наконец, обратил на них свое внимание.

Отсюда можно вывести и еще одну мысль: худшим наказанием является полный «игнор», особенно на контрасте с тем вниманием, которое получает исполнительный и лояльный сотрудник.

Разумеется, это не всегда применимо на практике, иногда ситуация требует немедленного вмешательства руководителя и указания «накосячившему» подчиненному на его ошибки...

9. Создавайте дистанцию!



Некоторые неумные руководители гордо заявляют: двери моего кабинета всегда открыты для подчиненных и клиентов: я не прячусь от людей, а всегда готов им помочь и решить любой вопрос. Так и хочется сказать: ну и дурак! Если тебя постоянно прерывают и «дергают» то сотрудники, то клиенты, когда ж ты над развитием бизнеса-то работать будешь?

Кстати, именно такие Директора – «Демократы» больше всех замотаны и задрючены работой, но считают, что именно это – хорошо и правильно. Конечно же, в основе этого лежит страх осуждения. Страх показаться плохим или «зазнавшимся» для чужих, в общем-то, людей.

При любой серьезной умственной работе прерывания губительны! Моя личная эффективность увеличилась в разы, когда я приучил себя отключать звук у мобильного и убирать его из поля зрения, либо класть «лицом» вниз, чтобы не видеть мерцающий экран, если кто-то звонит!

... что самое удивительное, МИР НЕ ПЕРЕВЕРНУЛСЯ! Я стал успевать гораздо больше, а на пропущенные вызовы отвечаю в перерывы между часовыми или двух-часовыми рабочими блоками. Причем только на те, на которые считаю нужным ответить.

«Доступ к телу», естественно, тоже нужно ограничивать. Если у вас есть личный кабинет на работе, сотрудники должны раз и навсегда уяснить, что беспокоить вас можно только по вопросам исключительной важности: ну, Путин там, допустим, звонит, интересуется про условия корпоративного посещения для Кремля, или клиенту-олигарху так понравилось у вас в клубе, что он хочет его купить прямо на месте... ☺

Во всех остальных случаях каждый сотрудник на своем месте должен быть приучен самостоятельно искать решение любого вопроса до тех пор, пока это в пределах его компетенции!

Да, и кстати: еще один из хороших способов создания дистанции – это обращение на «вы» к своим сотрудникам. Даже если некоторые из них раза в три моложе вас. Идеальный вариант – на «Вы» и по имени. А если провинился – то еще и по имени-отчеству.

Работает просто отлично, попробуйте! ☺

10. Не бойтесь «текучки»! Создавайте здоровую конкуренцию!



Когда-то я считал, что идеальная организация – это когда человек пришел работать в нее лет в 20, а уволился лет в 70 по уважительной причине (умер).

Что удивительно, такие организации действительно существуют и хорошо работают. Пожалуй, лишь в одной стране мира: в Японии. Где бизнес и управление им ОЧЕНЬ СИЛЬНО отличаются от России, Европы и Америки в силу национальных традиций: приверженность боссу и корпорации возводится в культ, уход из компании считается позором, да и стиль руководства и отношение руководителя к бизнесу кардинально отличаются.

Среди японских бизнесменов и руководителей считается дурным тоном назначать себе зарплату в десятки и сотни раз выше рядового сотрудника и как-то демонстрировать свой статус и благосостояние, что для западных (а особенно, российских!) «боссов» является нормой! Но мы отвлеклись...

Итак, на самом деле, то что люди приходят в компанию и уходят из нее – это НОРМАЛЬНО!

Задача руководителя – не избежать «текучки» любой ценой, а сделать так, чтобы приходили максимально перспективные и подходящие нам по духу и ценностям люди, а «отваливались» ленивые и «звездные».

Кстати говоря, некоторая нестабильность – это признак любой РАЗВИВАЮЩЕЙСЯ системы. Если система (бизнес) абсолютно стабильна, годами и десятилетиями работают одни и те же сотрудники, никто не увольняется, но и не приходят новые, то это – грозный признак отсутствия развития и скорого распада бизнеса...

Даже если сейчас у вас «все хорошо», постоянно нужно рекрутировать и обучать новые кадры: энтузиастов, у которых «горят глаза», фанатеющих от фитнеса и жадных до работы.

Опытных и «матерых» сотрудников (тренеров, администраторов, «продажников» - не суть) обязательно должен «подпирать» кто-то снизу, чтобы всегда чувствовали, что незаменимых нет и НЕ РАССЛАБЛЯЛИСЬ!

Иначе, когда ваш ведущий и «такой вроде бы преданный» Тренер – Звезда решит уйти в другой клуб

или открыть собственный и уведет половину клиентов, придется бегать горестно заламывая руки (как он мог!) с воплями о несправедливости жизни и людской неблагодарности, и лихорадочно искать нового «готового» тренера, вместо того, чтобы спокойно продолжать работать дальше с теми, кто уже есть...

Спасибо за внимание, Коллеги! Буду рад, если это краткое руководство поможет вам более грамотно управлять вашими сотрудниками и совершать меньше ошибок.

Успехов вам и вашему фитнес-бизнесу!

Искренне Ваш, Дмитрий Кононов



По любым вопросам и
предложениям сотрудничества
обращайтесь на почту
FitPro13@yandex.ru