**Продажи и сервис в фитнес-клубе: как продавать много, дорого и с удовольствием.**

***Тренинг Дмитрия Кононова для руководителей, фитнес-инструкторов, персональных тренеров и «продажников»/администраторов фитнес-клубов.\****

*\*(Внимание: распределение обучающих блоков в рамках одного тренинга по решению Тренера может изменяться, чуть сдвигаться по времени или переноситься на другой тренинговый день, в зависимости от особенностей усвоения информации участниками. В любом случае, весь планируемый объем материала будет выдан)*

**День 1. (для всех сотрудников). Мотивация. Жизненные цели и ценности. Для чего человеку нужны деньги? Почему уметь продавать – классно и выгодно. Предварительные условия и подготовка «плацдарма» для успешных продаж.**

**Введение:**

Знакомство, выявление ожиданий от тренинга. Провокация на озвучивание ценностных установок и шаблонов поведения в жизни и на работе (проактивная VS пассивная позиция). Создание установки на проактивность в тренинге и в своей дальнейшей работе после обучения.

**Создаем «точку отсчета»: как сотрудники представляют себе процесс продаж сейчас.**

Прямо на месте вызываем 1-2 пары желающих и смотрим как они ОБЫЧНО продают свои услуги.

Разбираем ошибки, трудности и недостатки. Фиксируем, ЧТО МЕШАЕТ хорошо продавать.

**Блок 1**

* Что такое « продажа»?
* Продажа «выигрыш-выигрыш» и «выигрыш – проигрыш»
* 3 ключевых условия продаж
* Почему люди чаще всего не покупают?
* Понятие Цены и Ценности
* Как повысить ЦЕННОСТЬ?
* 4 типа клиентов

БОЛЬШОЙ КОФЕ- БРЕЙК (перерыв на обед)

**Блок 2**

* что мешает продажам?
- неуверенность в себе, страх (выполнить задание прямо здесь на преодоление)

- подсознательное убеждение «у нас дорого», «у клиента нет денег», «я бы не купил»
(Д/З – сходить в клуб-конкурент и купить у них разовое посещение или персональную тренировку у тренера, сопоставить «цену» и «ценность», выписать список ИХ преимуществ и недостатков и СВОИХ преимуществ и недостатков)
- стремление быть «хорошим», «нельзя навязывать свои услуги», «клиент сам должен захотеть купить», главное быть хорошим профессионалом, а клиенты сами тебя найдут
- клиенты тупые, не понимают ценности моих тренировок
- я недостаточно экспертный, мне еще надо поучиться
- человек очень статусный и «крутой» на вид, при нем просто теряешься.

- неконгруэнтный внешний вид

- незнание алгоритма продаж

* Что такое многошаговые продажи и как они работают, по сравнению с традиционными «Продажами в Лоб»?
* Что на самом деле означает фраза клиента «Это дорого» или «у меня нет денег на это»?
* Понятие о «воронке продаж»
* Линейка услуг и продуктов клуба. Линейка услуг и продуктов фитнес-тренера. Понятие font-end и back-end- продуктов.

- бесплатный продукт

- дешевый продукт

- средний по цене продукт

- комплексный и дорогой продукт

* Виды front-end продуктов в фитнес-индустрии
* Повторные покупки (что сделать, чтобы увеличить)
* Почему клиенты уходят и что сделать, чтобы они оставались в клубе (с тренером) как можно дольше?
* «Кто в клубе самый главный» или как поведение и стиль общения администратора влияют на конверсию, процент продления и удержание клиентов

**День 2. Выстраивание персонального бренда тренера. Правила приема входящих и совершения исходящих звонков для администраторов. Алгоритм продающей беседы с клиентом (для всех). Работа с конфликтными и «проблемными» клиентами. Внутренний этикет для ВСЕХ сотрудников клуба. «Продающие» фишки в поведении инструктора. Внедрение и продажа супер-выгодных форматов индивидуальной работы с клиентами (мини-группы)
Практика, отработка продаж в парах.**

**Блок 1. (обязательный для тренеров, администраторам и продажникам присутствовать можно, но необязательно) Консультативные продажи и «продающие фишки» в поведении дежурного инструктора , персонального тренера в тренажерном зале или инструктора групповых программ**

1. Как вести себя в клубе, чтобы клиенты к вам тянулись сами.

 - эмпатия, улыбка, доброжелательность

- готовность помочь в любой момент

- внешняя уверенность и экспертность

 - настройка и регулировка тренажера для клиента – новичка

- корректная форма исправления ошибок в технике выполнения упражнений

- правильное окончание групповой тренировки и формула прощания с клиентом(ами)

- способы стать заметным: громкий и внятный счет, четкие методические указания, легкий стрейчинг между упражнениями при индивидуальной работе

- грамотная речь, отсутствие слов-паразитов, высокий словарный запас

1. Правила «продающего» инструктажа
2. Правила «продающей» мини-консультации
3. Правила «продающего» фитнес-тестирования
4. Правила «продающей» пробной персональной тренировки
5. Профессиональная этика персонального тренера и основы психологии общения

**Блок 2 Выстраивание личной Экспертности и Персонального бренда тренера в интернете (соцсетях) и оффлайн**

1. Как ПРАВИЛЬНО продвигать себя в соцсетях

- персональный видеоблог тренера

- полезные статьи и заметки с призывом комментировать, высказать свое мнение

- опросы на интересные для Целевой Аудитории темы
- полезное тренировочное видео
- полезные советы по питанию
- комплексные рекомендации по решению конкретной «узкой» проблемы клиента

- Приготовление еды по фитнес-рецептам в реальном времени

- Видеообращение от тренера (приглашение на тренировки, поздравление с Праздником и пр.)

- Видео-отзывы клиентов

- текстовые отзывы от клиентов
- Промо-видеофрагмент персональной тренировки или группового занятия

- Выступление с фитнес-темами на бизнес-форумах и конференциях

- как начать публиковаться в региональных и федеральных СМИ: персональные «лайфхаки» от Дмитрия Кононова

БОЛЬШОЙ КОФЕ- БРЕЙК (перерыв на обед)

**Блок 3 Внедрение и продажа супер-выгодных форматов персонального тренинга.**

1. Сплит – тренировки (для двоих). Способы продажи и проведения.
2. Тренировки в мини-группах. Как набрать группу? Какую назначать цену? Особенности проведения тренировок в мини-группах.
3. Организация специальных коммерческих программ и проектов клуба для клиентов

**Блок 4. Телефонные продажи. «Живые» продажи. Алгоритм продаж. Практика. (ЖЕЛАТЕЛЬНО ПРИСУТСТВИЕ ВСЕХ СОТРУДНИКОВ)**

1. Как принимать входящие звонки. Как отвечать на вопросы о цене? Как совершать исходящий обзвон клиентов.
2. Базовый алгоритм продажи («живая» встреча посетителя – новичка)

- Установление контакта

- Выявление потребностей

- Презентация

- Работа с сомнениями и возражениями

- Завершение сделки

- Пост-продажа и удовлетворенность клиента.
Отработка ситуаций продаж в парах, анализ и разбор ошибок.

**Окончание тренинга, вручение сертификатов, групповое и индидуальное фото на память ☺**