

РАБОТА «В ПОЛЕ»: АЛГОРИТМЫ И СКРИПТЫ.

Как часто вы видите, что дежурный тренер обходит зал, знакомится и помогает гостям клуба? Бывает, дежурный тренер сидит в телефоне, не обращая внимания на подопечных, тем самым создавая негативную репутацию для себя и клуба.

Тренеры часто не знают, как подойти к клиенту, как правильно начать диалог, страх показаться назойливым.

В этом и следующих постах разберем все тонкости работы в зале и нюансы скриптов.

Правильное позиционирование и отработанные скрипты с большей вероятностью приведут вас к желаемой цели.

Работа в зале – это коммуникация с гостями фитнес-клуба, с целью демонстрации своей экспертности и приглашения на дополнительные спортивные услуги.

Данный тип деятельности может осуществляться персональным тренером, дежурным, групповых программ и инструкторами других направлений. Мы будем рассматривать коммуникацию, которая происходит в основном в тренажерном зале. Принципы, описанные ниже, можно и нужно применять на групповых программах.

Этапы работы в зале:

1. Выявление подопечного с неправильной техникой выполнения упражнений;
2. Знакомство и коррекция техники по принципу «+ - +»; 3. Закрытие разговора.

Выявление подопечного с неправильной техникой выполнения упражнений. Мы рекомендуем перемещаться по всему залу, знакомиться с как можно большим количеством людей, искренне помогать при выполнении упражнений.

На наш взгляд есть зоны, где наиболее часто встречаются ошибки при выполнении техники, и где большая концентрация гостей фитнес-клуба: римская скамья, гиперэкстензия, зона свободных весов. Поверьте, в этих участках клуба вы всегда найдете занимающегося, которому требуется помощь в коррекции техники.

Когда работать?

Есть хорошая стратегия: начинать работать рано утром. В ранней работе с 7 часов утра есть неоспоримое преимущество.

Во-первых, вы быстро доезжаете до зала, минуя пробки.

Во-вторых, в это время есть отдельный пласт клиентов, которые уже ждут открытия фитнес-клуба и начинают активно тренироваться.

Такие люди максимально замотивированы.

Также в 7 утра существует низкая конкуренция среди других тренеров, и всегда есть категория клиентов, которым так или иначе нужен персональный тренер. Низкая конкуренция ведет к большей вероятности того, что выберут именно вас.

Однако, праймовое время – это тоже хороший вариант. Тем не менее частой ошибкой тренеров-новичков являются персональные тренировки в 6-8 часов вечера, которые отнимают возможность поиска новых клиентов в этот временной промежуток.

Представьте ситуацию: вы успешно прошли собеседование, и вот вы – тренер заветного фитнес-клуба. Координатор ТЗ / супервайзер ставит вас на дежурство в вечерние часы, так как все остальные тренеры заняты проведением персональных тренировок, и тяжело найти дежурного инструктора, который будет обеспечивать безопасность пребывания клиента в зале. Таким образом, вы попадаете в вечернюю сетку расписания, выходите на работу максимально замотивированный и начинаете активно работать в зале. Вы проводите первичный инструктаж, делаете закрытие сделки, успешную продажу, и потом радостно предлагаете этому клиенту выбрать удобное для него время. И как вы думаете, какое время он выберет? Безусловно, вечернее. Таким образом, вы занимаете себе вечерние часы персональными клиентами, и в этот момент остальные потенциальные клиенты перестают для вас существовать, зал брошен, вы приближаетесь к преграде вашей самореализации как тренера.

Мыслите стратегически: спланируйте приезжать не менее 3-5 раз в неделю в вечерние часы за первые месяцы и просто 2-3 часа активно работайте в зале, общаясь с клиентами. Здесь важно учитывать основной посыл такой деятельности – желание помочь. Если клиент поймет, что вы искренне хотите ему помочь, это сыграет вам на руку, и вероятность того, что он купит у вас персональную тренировку, повысится. Нужно дать себе установку, что мы ничего не продаем, а должны помогать клиенту покупать.

Исходя из этого, давайте разберем алгоритм работы в праймовые часы, когда клиентов много, а ваши коллеги заняты персональными тренировками.

А сейчас рассмотрим вступление в контакт при работе в поле и речевые скрипты.

Есть основные сервисные моменты, которые мы должны учитывать при знакомстве, и зная их, нам будет легче наладить взаимоотношения с подопечным. Проведя опрос среди клиентов, мы установили, что чаще всего отпугивает безучастность – это постоянное сидение в телефоне и на тренажерах. Прежде всего, и даже активно работая, используя гаджеты и всевозможные приложения для расчета, например, тоннажа во время

тренировки, не забывайте про использование альтернативных носителей информации: листе бумаги/ ежедневнике и авторучке. Выглядеть профессиональнее также поможет секундомер не на телефоне, а купленный в спортивном магазине. Впечатление, которое вы оставите у клиента позволит воспринять вас активным, небезразличным тренером. Первое впечатление мы продумали.

Настало время подойти к клиенту:

Есть два основных повода это сделать:

1. Знакомство. Первую неделю смело подходите к любому клиенту и сразу говорите: «Здравствуйте, я подошел познакомиться. Я новый тренер этого клуба. Меня зовут Дмитрий. С радостью отвечу на интересующие Вас вопросы, и рад буду помочь. Кстати, над какими мышцами Вы сегодня работаете?»

И уже обращаясь к клиенту по имени, похвалите его выбор, дайте ему рекомендацию или тренировочную «фишечку», задав вопрос, например:

«А Вы слышали про крутую методику по улучшению интенсивности, такую как дроп-сет, либо такую как предварительное утомление? Позвольте мне показать Вам пару приемов, которые в разы поднимут эффективность работы на данную группу мышц».

2. Второй повод подойти – корректировка техники. Когда вы видите клиента, совершающего при выполнении упражнения ошибку, которая в дальнейшем может привести его к травме. Если упражнение выполняется с очень грубой ошибкой, которая может повлечь за собой последствия для здоровья, необходимо помочь занимающемуся и уберечь его от травмы.

Мы должны помнить, что в продажах всегда есть алгоритм действий и любые продажи начинаются со знакомства.

Если мы начинаем с корректировки ошибки, то лучше использовать правило бутерброда: плюс – минус – плюс.

Плюс: мы должны начать с положительной эмоции, похвалить клиента, а похвалить всегда есть за что. Например, за то, что он приобрел абонемент, ведет активный образ жизни, занимается фитнесом. Можно отметить внешние данные клиента, если вы видите спортивное тело: похвалите рельеф, или спортивную одежду, например, если она выбрана правильно для тренировок в зале. Если у вашего подопечного экспрессивный тип личности, он оценит данный комплимент.

Похвалить можно и за регулярность посещения фитнес-клуба, сказать: «Систематически замечаю Вас в тренажерном зале. Это здорово. Вы молодец и являетесь примером для многих клиентов».

Минус: это та самая придирка к технике. Однако, запомните, что использование союза «но» перечеркнет ранее сказанную похвалу. Поэтому

стоит переходить к минусам через другие речевые модули, например: «Тем не менее, согласитесь, насколько важно в этом упражнении учитывать нюансы техники выполнения. Позвольте...». Или: «Позвольте, пока Вы минуту отдыхаете, я покажу Вам второй вариант выполнения данного упражнения, который в данный момент является наиболее эффективным в мире фитнеса, а Вы для себя выберите уже подходящий».

Таким образом, вы предлагаете новый вариант выполнения данного упражнения, и клиент вправе сам сделать выбор, что подходит для него (это и есть третий плюс).

Если вы обозначаете ошибку в технике выполнения упражнения, стоит подробнее рассказать про ее последствия в будущем, иначе ваше замечание потеряет в эффективности. Приведем пример: девушка делает приседания, очень глубоко, почти касается ягодицами пола, при этом происходит уплощение в поясничном отделе позвоночника, исчезает естественный прогиб в пояснице (поясничный лордоз), и мы видим, что нагрузка на ее межпозвонковые диски поясничного отдела увеличивается в разы, что чревато дальнейшим развитием протрузий и грыж.

Тренер же, часто не объясняя этого, просто подходит и говорит:

«Вы слишком глубоко садитесь, у Вас происходит нарушение осанки и уплощение в пояснице. Позвольте я скорректирую вашу технику».

В данном примере сказанное тренером не является проблемой до тех пор, пока клиентка не ощутит последствия на себе: онемение пальцев ног или боль в спине.

Вы должны привести примеры, но не про конкретного человека, чтобы не напугать его слишком сильно и не унизить, а приводить о третьих лицах.

Например:

«В своей практике я заметил, что те клиенты, которые продолжают выполнять упражнения именно таким образом, провоцируют ухудшение состояния позвоночника вплоть до развития протрузии и грыжи, поэтому чтобы избежать этих недугов, позвольте, я скорректирую Вам технику, покажу другой вариант выполнения».

Через неделю рассмотрим скрипты коррекции техники.