



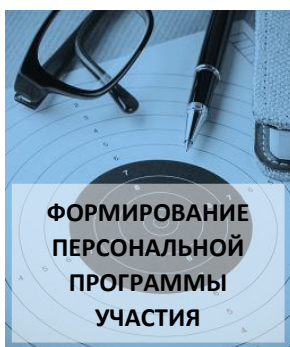
**#GLOBAL
FITNESS
FORUM**

ПЛОЩАДКА РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В СФЕРЕ ФИТНЕСА, ВЕЛНЕСА И РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

26 - 29 АПРЕЛЯ 2018 года: 4 дня / 20 мероприятий

**СТРАТЕГИИ И
ПЛАНИРОВАНИЯ**
для генерации идей

27,28



**ФОРМИРОВАНИЕ
ПЕРСОНАЛЬНОЙ
ПРОГРАММЫ
УЧАСТИЯ**

**СЕКЦИИ
ПРОДАЖИ,
МАРКЕТИНГ,
УПРАВЛЕНИЕ**
прокачивание
компетенций

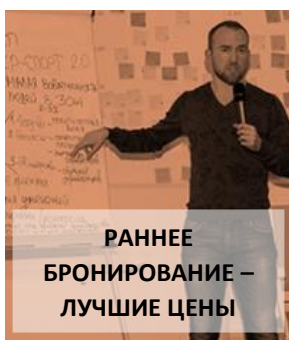
27,28



**СКИДКИ
УЧАСТНИКАМ
БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА**

**СЕКЦИЯ
БИЗНЕС-РЕШЕНИЙ**
для детального
разбора

27,28

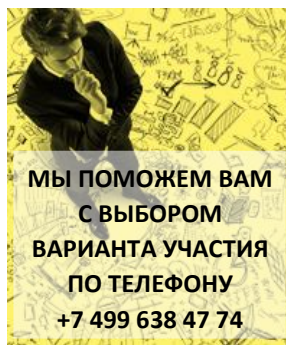


**РАННЕЕ
БРОНИРОВАНИЕ –
ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ**

**ВЫСТАВКА
ИННОВАЦИЙ
«ФИТНОСФЕРА»**
новые и интересные
решения, технологии,
сервисы и кейсы от
партнеров форума

27 - 28

**4 ДНЯ
15 ЗАЛОВ
150 ЭКСПЕРТОВ
300 ЧАСОВ
ПОЛЕЗНОЙ
ИНФОРМАЦИИ
800 КОЛЛЕГ ПО
ИНДУСТРИИ**



**МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ
С ВЫБОРОМ
ВАРИАНТА УЧАСТИЯ
ПО ТЕЛЕФОНУ
+7 499 638 47 74**

**БИЗНЕС-ТУР ПО
ФИТНЕС КЛУБАМ**
посещение московских
фитнес-клубов и студий

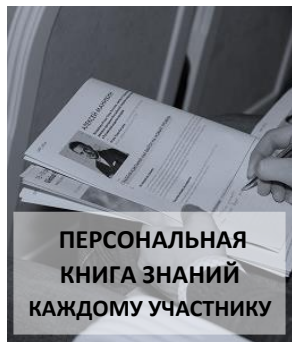
29

**ПЕРСОНАЛЬНЫЙ
КОУЧИНГ**
от экспертов и бизнес-
тренеров

26 - 29

**СПЕЦИАЛЬНЫЙ
ОТРАСЛЕВОЙ
ПРОЕКТ
«ДЕНЬ
ИННОВАЦИЙ»**

26







**ПЕРСОНАЛЬНАЯ
КНИГА ЗНАНИЙ
КАЖДОМУ УЧАСТНИКУ**

**ПЛОЩАДКА
НЕФОРМАЛЬНОГО
ОБЩЕНИЯ**
Ежедневная зона кофе-
брейка и специальная
вечерняя программа
для неформального
общения участников
26 - 28



**ВСЕМ УЧАСТНИКАМ
ПРЕДОСТАВЛЯЮТСЯ
ВИДЕОЗАПИСИ
МЕРОПРИЯТИЯ**

УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ:

 - после мероприятия будет доступна видеозапись;  - вопросы эксперту через телеграмм-канал;
 - количество мест ограничено, требуется предварительная регистрация;  - прямая трансляция

ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА, СПИКЕРЫ, ТЕЗИСЫ

26 апреля

1

ЗАЛ 1

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ



27 апреля

9:00 - 19:00

1 ЭТАЖ: ОТРАСЛЕВАЯ ВЫСТАВКА

1

ЗАЛ 1

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СЕССИИ



9:45

-

10:00

Открытие Форума: официальная часть, организационная информация, анонс специальных проектов

10:00

-

10:45

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ СОВРЕМЕННОСТИ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

АЛЕКСАНДР КУЛЕШОВ

Ректор Сколковского института науки и технологий, учёный-математик, доктор технических наук, специалист в области информационных технологий и математического моделирования, академик РАН.

11:00

-

11:45

ЦИФРОВАЯ ЛИЧНОСТЬ - КАК ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАЮТ НОВЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПАТТЕРНЫ

ЕЛЕНА ЧЕРНИКОВА

Управляющий партнер компании «Новые Правила», автор и ведущий консультант в «Культура Инноваций», преподаватель Британской высшей школы дизайна.

12:00

-

12:45

КАК ПОБЕДИТЬ ДЕМПИНГ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОГО РЫНКА

ИННА ЕМЕЛЬЯНОВА и МАРИЯ КОЛАЧЕВСКАЯ

Совладельцы Fitness Files, практикующие эксперты индустрии.

ТЕЗИСЫ

Разработка и реализация успешных стратегий привлечения и удержания клиентов.

- Ценности V.S. Демпинг: как сделать чтобы мы не продавали, а нас покупали.
- Анализ доходных сегментов клуба, как источник инсайтов для повышения средней цены карты.
- Проблемы, выгоды, задачи потребителя, как основа для коммуникаций бренда.
- Как знания о клиентах из вашей базы поможет повысить коэффициент конверсий.
- Визуализация цикла жизни клиента клуба, как инструмент управления продлением.
- Летим по приборам! Оцифровка KPI по этапам пути и контроль промежуточных результатов.
- Анализ «голоса внешних и внутренних клиентов» для оптимизации бизнес-процессов.
- Повышение LTV, совокупной ценности клиента, как маркера внедрения успешной стратегии удержания клиентов.

2 ПРАКТИЧЕСКИЕ СЕМИНАРЫ

ЗАЛ 1

Управление продажами

14:00

15:00

ГДЕ ПРЯЧУТСЯ КЛИЕНТСКИЕ ДЕНЬГИ: СИСТЕМА ТОЧЕК КАСАНИЯ

АСЯ БАРЫШЕВА

Директор компании «Системные продажи», консультант по управлению продажами и построению системы продаж, сертифицированный специалист международного класса, входит в десятку лучших бизнес-тренеров России по рейтингу журнала «Секрет фирмы». Автор бестселлера по продажам «Как продать слона», автор книг «Продажи на взлете», «Продажи по-взрослому: 19 инструментов управления» и «Мотивация» (в соавторстве с Екатериной Киктевой).

ТЕЗИСЫ

- Взгляд клиента - почему со мной никто не работает?
- Какие точки касания работают.
- Как расставить точки касания для своей системы продаж.
- Точки касания и маркетинговые инструменты.
- Точки касания и речевые модули.
- Управление системой точек касания.
- Как конвертировать минимальные интерес клиента в максимальные продажи.

15:20

16:20

37 ОШИБОК, КОТОРЫЕ УБИВАЮТ ПРИБЫЛЬ КЛУБОВ

ВИКТОРИЯ ЯКОВЛЕВА

Генеральный директор бизнес-корпуса «OpenUp», исполнительный директор сети фитнес-клубов «Fitness24»; за 17 лет прошла путь от управляющего фитнес клубом до топ-менеджера крупной Российской Компани (ex. вице-президент по регионам World Class),

ЕВГЕНИЯ РОМАНОВА

Управляющий партнер бизнес-корпуса "OpenUp», управляющий клубами «Fitness24», студия «Cross Strong», клуб «My Fitness», (ex. управляющий клубом World Class); филолог, к.п.н.

ТЕЗИСЫ

- Как сделать так, чтобы площадь клуба работала на вас, а не вы - на площадь.
- Сотрудники, которые зарабатывают, а не отработывают.
- Что уже не работает в продажах.
- На чем можно экономить, а на чем – нельзя.

16:40

17:40

КАК ДОВЕСТИ КЛИЕНТА ДО ПОКУПКИ АБОНЕМЕНТА БЕЗ ЗАХОДА В КЛУБ И ЧТО С НИМ ДЕЛАТЬ ДАЛЬШЕ?

АЛЕКСЕЙ ЛУКЬЯНОВ

Экс-управляющий фитнес-клуба «Флекс Джим Щелково», основатель агентства автоматических воронок продаж «Поляна Джона Голта», совладелец сервиса по доставке одежды «Youwise».

ТЕЗИСЫ

- Автоматизация - ключ к большой прибыли.
- Заработок фитнес-клубов кроется в допродажах.
- Ваши клиенты повсюду. Но как привести их дешевле?
- Экономьте на маркетинге, а не на маркетологе.
- Акции и скидки - путь к закрытию бизнеса.



14:00

15:00

ПОСЛЕ КРИЗИСА: КОГДА НАЧНЕТ РАСТИ РЫНОК ФИТНЕСА

ДЕНИС РАКША

Управляющий партнер и основатель компании экспертного консультирования НЕОКОН, консультант в области создания инфраструктуры для развития малого и среднего бизнеса, социального предпринимательства и привлечения инвестиций.

ТЕЗИСЫ

После продолжительного падения и стагнации экономика замерла перед новым этапом роста. Совсем скоро, после выборов президента и назначения нового правительства, начнется новый этап в нашей жизни. Но уже сейчас мы догадываемся, что, как и когда будет происходить.

Правда ли, что экономический рост уже начался? Каким он будет, и как отразится на доходах населения? Как изменится поведение потребителей, их возможности и предпочтения? Как это отразится на индустрии фитнеса? И самое главное: когда все это произойдет?

Ответы на эти вопросы позволят вам подготовиться к изменениям на рынке, к тому, как общаться с вашими потребителями через год, два и пять. К тому, где искать ресурсы для развития и чего ожидать от государства. Они помогут вам выжить и победить в новых условиях, к которым всем нам еще только предстоит адаптироваться.

15:20

16:20

ЧЕМОДАН БЕЗ РУЧКИ, ИЛИ ТРИ ИСТОРИИ О ТОМ, КАК ПРЕВРАТИТЬ СВОЙ КЛУБ В НАДЕЖНЫЙ АКТИВ

ДМИТРИЙ КИСЕЛЕВ

Управляющий директор велнес-клуба «Витаспорт».

ТЕЗИСЫ

Что такое актив? Есть вещи, которые с годами только дорожают – например «кузнецовский фарфор», его можно просто хранить и передавать по наследству.

Есть вещи, которые с годами только дешевеют – современные автомобили, например.

Наши клубы могут тоже дорожать или дешеветь. Рынок наш весьма закрытый, сделок купли-продажи на нем очень немного, но это не значит, что мы не должны постоянно оценивать – сколько мы стоим на самом деле?

Лекция сегодня не об оценке бизнеса, не о затратном или сравнительном подходе, не волнуйтесь. Наша тема сегодня об эффективности.

- Чем мы лучше работаем, тем дороже стоим.
- Как правильно управлять бизнесом? Верно. Как будто мы готовим его к продаже, и пусть даже мы и не планируем это делать.
- Эффективность и прозрачность – вот что действительно имеет ценность.
- Чтобы клуб не превратился «в чемодан без ручки» нужно начинать писать историю успеха.

16:40

17:40

ЛИЧНОСТЬ РУКОВОДИТЕЛЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА УСПЕШНОСТЬ БИЗНЕСА

МАРИАННА ТАТАРНИКОВА

Бизнес-тренер, консультант, психолог, управляющий партнер «Искусство тренинга», опыт работы в фитнес-индустрии 15 лет.

ТЕЗИСЫ

- Как работает проекция: волшебный механизм формирования жизненных событий.
- Почему обычно руководитель получает ровно то, чего «НЕ хочет», и как сделать, чтобы он получал то, что «ХОЧЕТ».
- «Сцепленные одной кровью»: как руководитель формирует корпоративную культуру компании.
- Как пользоваться «персональной радарной системой» руководителя для повышения успешности управления.
- Эмоциональный интеллект руководителя как инструмент создания команды: как «наточить» этот инструмент.

14:00
-
15:00

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФИТНЕС-ПРОДУКТА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМЫ И НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ ФИТНЕС-КЛУБОВ

ВИКТОРИЯ ТОПОЛЯН

Директор Школы Фитнеса «Фитнес Виктории Тополян», директор направления фитнес-компанияi FORSE, эксперт, бизнес-тренер, общий стаж в индустрии 26 лет.

ТЕЗИСЫ

- Выбор оригинального фитнес- продукта для привлечения внимания клиентов.
- Ключевые характеристики продукта.
- Понимание терминологии интернет-рекламы для использования в индустрии.
- Каналы коммуникации.
- Создание "неизбитых" визуалов для контекстной рекламы и внешних носителей.
- Выбор размещений. Конверсия.
- Управление решением клиента.

15:20
-
16:20

РАБОТА PR-МЕНЕДЖЕРА В ФИТНЕС-КЛУБАХ. ОСОБЕННОСТИ ВЫСТРАИВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ PR-КАМПАНИИ

ЮЛИЯ ШУЛЕПОВА

Главный специалист по связям с общественностью, пресс-секретарь ОГАУ «Управление спортивными сооружениями», психолог; PR-менеджер любительского хоккейного клуба с шайбой «Регион 73» до 2018 года -PR-менеджер, фитнес-консультант, психолог-консультант фитнес-клуба класса премиум «Форма» (г.Ульяновск).

ТЕЗИСЫ

- Медианалитика - одна из основных задач PR-менеджера.
- Классификация PR-инструментов (традиционные СМИ, фитнес-проекты, мастер-классы).
- Виды соц.медиа (соц.сети, сайты, информационные порталы).
- Работа с разнообразным контентом в соц.сетях (развлекательный, продуктовый, репутационный и др.).
- Различные виды проектов и мероприятий, направленных на поддержание положительного имиджа фитнес-клуба.
- Взаимодействие с партнёрами в смежных целевых аудиториях.

16:40
-
17:40

РАСШИРЕНИЕ КОМПЛЕКСА СПОРТИВНЫХ И ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ПОД БРЭНДОМ ФИТНЕС-КЛУБА ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ РОСТА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

ИННА ЗОНИС

Генеральный менеджер WeGym-Кутузовский,

МИХАИЛ САМАРИН

Генеральный менеджер WeGym Зеленый.

ТЕЗИСЫ

1. Модели масштабирования бизнеса в фитнес - индустрии, плюсы и минусы.
2. Как сделать выбор и создать сильное конкурентное преимущество с помощью дополнительных спортивных направлений в фитнес-клубе?
3. Как продвинуть новые спортивные/оздоровительные услуги под брэндом собственного фитнес-Клуба?
4. Поэтапный разбор успешных кейсов дополнительных спортивных и оздоровительных направлений в сети WeGym от выбора стратегии до полной реализации:
 - под брэндом сети - футбольной клуб «Девятка»
 - совместный проект с реабилитационной медицинской клиникой
 - теннисные центры



14:00

-

15:00

КАК МОТИВИРОВАТЬ ЛИНЕЙНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ. ПРАКТИЧЕСКИЙ КЕЙС ПО СИСТЕМЕ МОТИВАЦИИ

НАТАЛИЯ СЕРАФИМОВА

Генеральный директор сети фитнес-клубов «Дон-Спорт».

ТЕЗИСЫ

Какая самая распространенная схема мотивации для линейных менеджеров? Бонус, основанный на проценте от продаж подразделения. А есть ли альтернатива? И как сделать систему мотивации линейных руководителей, которая будет понятна, прозрачна и отражать специфику работы на этой позиции? И которая будет справедлива по отношению ко всем линейным руководителям клуба? Предлагаю рассмотреть вариант, который использует Дон Спорт. Возможно, это позволит взглянуть на мотивацию линейных руководителей с другого ракурса. Открыто, честно, в цифрах.

15:20

-

16:20

МОЗГОВЫЕ ШТУРМЫ НЕ РАБОТАЮТ И ЧТО ДЕЛАТЬ ВМЕСТО ЭТОГО

ДМИТРИЙ ШЕПТУХОВ

Основатель тренинговой компании «SmartFit», фитнес-редактор журнала «Тренер», эксперт - преподаватель Ассоциации Профессионалов Фитнеса.

ТЕЗИСЫ

Пошаговая универсальная схема разработки и реализации любого проекта, простая как детский конструктор

16:40

-

17:40

ИСТИННАЯ МОТИВАЦИЯ: УСПЕХ ПРАВИЛА МЕНЫ

МАРИНА ШТЕРЕНЛИХТ

Владелец HR агентства BRB, сертифицированный практик MBTI®, соавтор курса «Управление персоналом» ВШБ МГУ.

ТЕЗИСЫ

Когда мы говорим о том, как мотивировать сотрудников, что приходит в голову в первую очередь? Правильно, деньги. И мы придумываем все новые и новые схемы выплат, забывая, что мы работаем не с мотивацией, а со стимулами. Но всегда ли стимуляция эффективна? Как сделать так, чтобы с одной стороны, ваши сотрудники были вовлечены и замотивированы, а с другой — это было выгодно для компании? В чем отличия работы правила мены, когда мы используем стимул, и когда мы задействуем истинную мотивацию сотрудников. Предлагаем поговорить о четырех основных драйверах мотивации и о том, как сделать так, чтобы они работали на вас.

3 БИЗНЕС-ЗАЛЫ



ЗАЛ 5

13:00

18:00

ТЕМЫ ФОРМИРУЮТСЯ

ЗАЛ 6

13:00

18:00

ТЕМЫ ФОРМИРУЮТСЯ

4

ЗАЛ 1

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СЕССИИ



18:00

18:50

КАК ДОСТИГАТЬ ЦЕЛЕЙ В БИЗНЕСЕ БЫСТРЕЕ ПРИ ПОМОЩИ НЕТВОРКИНГА

ГИЛ ПЕТЕРСИЛ

Ведущий эксперт по нетворкингу в России и за рубежом, регулярно выступающий на мероприятиях по всему миру; специалист по внутрикорпоративным и внешним связям, а также корпоративному обучению; лайф и бизнес-коуч с 20-летним опытом работы; эксклюзивный российский представитель Тони Роббинса, тренера № 1 в мире по личностному и деловому развитию; № 1 партнер международной образовательной компании Success Resources и Фонда Тони Роббинса; автор российского бестселлера «Новый код нетворкинга». 23 года занимается предпринимательством и нетворкингом по всему миру; жил и развивал бизнес в 6 странах (Израиль, Россия, Канада, Великобритания, США, Сингапур); стал сооснователем, инвестором или президентом в 20+ компаний по всему миру; выступил приглашенным спикером или организовал и провел вместе с MeetPartners 1000+ мероприятий; а также стал наставником для 1000+ стартапов в разных бизнес-сферах.

ТЕЗИСЫ

В 21-м веке очень сложно построить успешный бизнес без личных контактов. Гил Петерсил расскажет, как выстраивать с людьми прочные связи, основанные на взаимном доверии и помощи.

Вы узнаете:

- Как превращать ваши контакты в партнеров и клиентов.
- Главные правила нетворкинга, которые помогут вам достичь любых целей быстрее.
- Как поддерживать контакты с людьми и возвращать ваши отношения.
- Как расставлять приоритеты в нетворкинге.

19:00

20:00

БИЗНЕС-ИГРА «В ГОСТЯХ У СКАЗКИ»

Книг по продажам очень много. И там написано, как продавать. Однако, в жизни продавцы мало пользуются даже той "классикой" продаж, которая необходима для эффективности. Игра позволяет понять, где именно происходит "сбой" в продажах, оценить собственные навыки и дает возможность осознать необходимость базовых составляющих продаж благодаря известным сказочным персонажам...

Данная игра регулярно проводится в тренинге по продажам.

Ведущий: МАРИАННА ТАТАРНИКОВА

Бизнес-тренер, консультант, психолог, управляющий партнер «Искусство тренинга», опыт работы в фитнес-индустрии 15 лет.

28 апреля

9:00 - 19:00

1 ЭТАЖ: ОТРАСЛЕВАЯ ВЫСТАВКА

1

ЗАЛ 1

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СЕССИИ



10:00
-
10:45

КАК НАУЧИТЬ МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПРОДАЖАМ И ТРЕНЕРОВ ФИТНЕС-КЛУБА ВЫЯВЛЯТЬ ГЛУБИННЫЕ БОЛИ КЛИЕНТОВ

МИХАИЛ ГРЕБЕНЮК

Основатель #GrebenukResulting, создание отделов продаж под ключ, автор книги: "Отдел продаж по захвату рынка", автор курса: "Продажи как система БМ". Создали 56 отделов за 5 лет, наняли более 160 менеджеров и 20 РОПов. Спикер "Российской недели продаж 2016-2017". Спикер №1 по продажам проекта Бизнес Молодость.

ТЕЗИСЫ

- Отличие боли и потребности
- Почему у менеджеров не получается увидеть боль клиента
- Почему клиента чаще всего говорит "я подумаю, спасибо"
- Как за 1 день научить менеджера продавать в 2 раза больше

11:00
-
11:45

НОСТ УПРАВЛЕНИЯ

ЛЮДМИЛА МОРОЗОВА

Бизнес-консультант по стратегическому развитию. Основатель и управляющий партнер компании SPB TRAINING. Автор более 20 видеокейсов по продажам и эффективному управлению.

ТЕЗИСЫ

Главная задача современной компании - обеспечивать людям возможность реализовать себя в команде гораздо больше чем в любом другом месте. Качество и результативность работы - результат динамичной среды. Смелость в повседневной жизни - следствие глубинных процессов, происходящих внутри команды. На поверхности обычно почти ничего не заметно, но внутри идут сложные процессы формирования значимого будущего. Движение и креативность невозможны без разнообразия, которому мы часто сопротивляемся.

Наш доклад - набор инструментов и кейсов для создания радикальных изменений на уровне команды.

Крупномасштабные перемены возможны, только в том случае, если вы научитесь считать TSQ и управлять им осознанно.

- «Тренды не прощаются с тобой» - как обновить отношения с командообразованием и создавать в команде атмосферу творчества и креативности.
- «... проверять алгеброй гармонию» - TSQ (командный интеллект) в цифрах и формулах или как посчитать эффективность команды.
- «Полосатый кейс» - как объединять и создавать творческую атмосферу за счет разности потенциалов.
- «Что в времени тебе моем?» - родились в разное время, живем в одном. Управление по ценностям в разрезе корпоративной коммуналки.

12:00
-
12:45

УПРАВЛЯЕМЫЕ ПРОДАЖИ: КАК СДЕЛАТЬ СИСТЕМУ ПРОДАЖ ПРОЗРАЧНОЙ И УПРАВЛЯЕМОЙ

БОРИС ЖАЛИЛО

Ph.D, бизнес-консультант, автор бестселлеров «Шпаргалка проДАж», «Книга директора по сбыту», «50 оттенков ДОРОГО», многих видео и аудиокурсов. Бизнес-тренер года 2016, 2017. Опыт работы в 15 странах мира, в 15 рейтингах лучших бизнес-тренеров. Основатель и руководитель МКГ Business Solutions International (www.жалило.рф).

ТЕЗИСЫ

- Продажи и Недопродажи: что у Вас и что делать?
- Главные герои системы продаж и их суперспособности.
- Активности, конверсия, средняя сделка, бенчмарки, акции и активия: что здесь лишнее?
- Как вырастить ядро клиентской базы, лояльность, NPS и LTV?
- Прозрачные продажи — это просто: начинаем марафон.

2 ПРАКТИЧЕСКИЕ СЕМИНАРЫ

ЗАЛ 1

Инструменты продаж14:00
-
15:00

БИЗНЕС-ПРОФАЙЛИНГ: ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ, ОСНОВАННЫЕ НА НАУЧНЫХ ЗНАНИЯХ ТИПОВ ЛИЧНОСТИ

АННА ПЕРЕВОЗКИНА

Основатель и директор Продюсерского центра «Превосходство» и Лаборатории профайлинга для HR; продюсер стартапов, бизнес-тренер, коуч, эксперт по сторитейлингу для бизнеса, автор множества статей по контент-маркетингу и технологиям продвижения в интернете.

ТЕЗИСЫ

- Как определить по телефону тип личности клиента и разработать вопросы, склоняющие его к покупке?
- Как писать/говорить продающие тексты в онлайн/офлайн, чтобы среагировали клиенты с определённым типом личности?
- Как увеличить конверсию на десятки процентов, обучив менеджеров профайлингу?
- А также в подарок все присутствующие получают шпаргалку «Фокусы языка/шаблоны фраз, повышающие конверсию в офлайн продажах и продажах по телефону».

15:20
-
16:20

КАК СОСТАВИТЬ РЕАЛЬНЫЙ ПЛАН ПРОДАЖ И ЗАЩИТИТЬ ЕГО ПЕРЕД СОБСТВЕННИКОМ

ТАТЬЯНА ИВАНОВА

Бизнес-консультант по продажам, независимый эксперт, автор книги «Карты, деньги, фитнес-клуб», в фитнес индустрии работает с 1998 года, в том числе на позициях инструктора по аква-фитнесу, менеджера по продажам и директора по продажам сети фитнес-клубов.

ТЕЗИСЫ

Как показывает практика многие фитнес-клубы используют при планировании бюджета формулу: факт прошлого года+10% или просто назначают сумму бюджета. Но при этом эти планы не подкрепляются никакой статистикой и логикой.

Мы с вами рассмотрим на какие статистические данные необходимо опираться, чтобы точно рассчитать бюджет на год, защитить его перед собственником и потом его успешно выполнять.

16:40
-
17:40

КАК ПРОДАВАТЬ НЕ ПО СКРИПТАМ. SOFT SKILLS МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПРОДАЖАМ

ОКСАНА КУЖЕЛОВА

Директор по продажам сети фитнес-клубов «Дон Спорт».

ТЕЗИСЫ

- Мир продаж изменился. Меняется и стиль продаж.
- Есть ли альтернатива скриптам?
- SOFT SKILLS менеджера – их роль в продажах и в раскрытие потенциала менеджера
- Трудности, которые мы вместе прошли.

14:00
-
15:00

ОШИБКА ВЫЖИВШИХ ДОКАЗЫВАЕТ: СИЛЬНЫЕ МЕСТА ВАШЕГО КЛУБА СКРЫВАЮТСЯ НЕ ТАМ, ГДЕ ВЫ ДУМАЕТЕ

ВЛАДИСЛАВ РОЖНОВ

Управляющий фитнес-клуба Ecosport Gym (Кишинёв, Республика Молдова), высшее экономическое образование (Молдавская Экономическая Академия), обладатель Первой ежегодной премии журнала Fitness Report «Фитнес профессионал 2007 года» в номинации «Управляющий клуба», опыт работы в фитнес индустрии с 1996 года.

ТЕЗИСЫ

1. Чему учит Концепция «Ошибка выживших».
2. Как побеждать без потерь.
3. Где прячутся ваши резервы.
4. Секреты выживания.

Мы настолько сосредоточены на желании ещё что-то продать, что забываем о том, что уже продали.

Я расскажу о смещении акцентов в видении структуры и процессов фитнес-подразделений.

КОМУ: Будет интересно для собственников, фитнес директоров, менеджеров фитнес-подразделений.

15:20
-
16:20

УПРАВЛЕНИЕ ФИТНЕС- ДЕПАРТАМЕНТОМ: КАК ВЫЯВИТЬ СЛАБЫЕ МЕСТА И ПОВЫСИТЬ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

АЛЕКСАНДРА САВИНОВА

Независимый эксперт, консультант по управлению фитнес-департаментом, в фитнес-индустрии с 1998 года, в том числе на позиции фитнес-директора.

ТЕЗИСЫ

1. Аудит «на кончиках пальцев».
 - Как «прощупать» департамент, чтобы понять, где болит.
2. Анализ «узких мест».
 - Разложить по SWOTу и найти решения.
3. Стратегический коучинг.
 - Тематика обучающих встреч. Варианты состава участников.
4. Работа «В полях».
 - Выстраиваем отношения, чтобы «снимать сливки».

16:40
-
17:40

АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛА ПРОДЛЕНИЙ КЛУБНОГО ЧЛЕНСТВА ЗА СЧЕТ УЛУЧШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ФИТНЕС-ДЕПАРТАМЕНТА

ИРИНА ТРОСКА

Фитнес-директор федеральной сети фитнес-клубов X-Fit.

ТЕЗИСЫ

- Мир продаж изменился. Меняется и стиль продаж.
- Пути улучшения эффективности ФД (каналы и драйверы влияния).
- Инструменты работы с ФД.
- Критерии для анализа потенциала продления клиентской базы.



14:00

15:00

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ

АНДРЕЙ КУЛИНИЧ

Бизнес-тренер, эксперт в области стратегического маркетинга и менеджмента, основатель и руководитель проектов в области Mashine Learning.

ТЕЗИСЫ

- Что такое машинное обучение и как оно изменит бизнес.
- С чего начинать цифровизацию.
- Рекомендательные системы и с чего начинать их внедрение.
- Чат-боты и способы их использования.
- Использование машинного обучения в большом спорте.

15:20

16:20

ПРИЦЕЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ - ПРИВЛЕКАЕМ И УДЕРЖИВАЕМ ТЕХ, КОГО НУЖНО.

ЕКАТЕРИНА КАЛИНИНА

Управляющий партнер Sales For Fitness, консультант по управлению и продажам, менеджер проектов в области фитнеса, бизнес-тренер, успешный опыт консультирования и открытия более 35 фитнес-клубов.

ТЕЗИСЫ

А знаете ли вы, какие клиентские группы приносят вам 80% выручки? Для кого создаёте новые фитнес-продукты? Будем разбираться вместе!

О ЧЕМ: Как определить ключевые клиентские группы и сколько их может быть, какие данные использовать и откуда их взять (если есть CRM и если есть Excel), а главное, что с ними делать - как использовать в создании рекламных кампаний и новых продуктов.

КОМУ: управляющие, руководители и менеджеры по продажам, сервис-менеджеры, маркетинг-менеджеры, фитнес-директора.

16:40

17:40

СОЗДАЁМ И ОПТИМИЗИРУЕМ ПРОДУКТЫ ДЛЯ ФИТНЕС-СТУДИЙ: КАК ИЗ «ЛЮБИМОГО ДЕТИЩА» СДЕЛАТЬ БИЗНЕС-ПРОЕКТ

ОЛЬГА МАЛЫГИНА

Руководитель программы MBA-Intensive in fitness в Государственном университете управления (mba-fitness.com); кандидат экономических наук, докторант, степень MBA по программе «Стратегический менеджмент»; опыт в индустрии фитнеса - с 1996 года, реализовано более 100 фитнес-проектов в Москве, регионах России, странах СНГ и ближнего зарубежья.

ТЕЗИСЫ

На нашей встрече мы рассмотрим пример студии, созданной с целью «делать перфект-продукт», и оценим ее финансовые результаты.

А затем, поняв эффект, попробуем оптимизировать и настроить бизнес так, чтобы он стал инвестиционно привлекательным. Ведь ни для кого не секрет, что студии эффективны в сети, для чего нужны инвестиции. Итак:

- на какие услуги привлекаем;
- как оптимизируем посещаемость и пропускную способность;
- за счёт чего снижаем затраты на операционную деятельность без потери качества;
- оптимизируем планировочные решения
- считаем инвестиции и финансовые результаты;
- моделируем инвестиционный план сети.

14:00

15:00

КАК ВАШ КЛУБ МОЖЕТ СТАТЬ ЛИДЕРОМ СЕРВИСА. ДНК УСПЕХА**ВАСИЛИСА ЗУЛЬФИКАРОВА**

Эксперт по управлению клиентским опытом, бизнес-тренер. Генеральный директор компании ServiceOne (serviceone.pro). Магистр социальных и экономических наук Манчестерского университета, Великобритания, выпускник программы лидерства и стратегического маркетинга Chicago Booth Business School. С 1995 года прошла путь от клиентского менеджера до вице-президента в крупнейших российских и международных компаниях и банках. Автор курса MBA по управлению взаимоотношениями с клиентами в РАНХиГС.

ТЕЗИСЫ

Думать, как клиент, – основа стратегии успешного бизнеса и ключевое конкурентное преимущество. Когда продукты и услуги похожи, главная дифференциация состоит в том, какое впечатление от клуба складывается у ваших клиентов. Экономика сейчас – это экономика впечатлений, и, только управляя клиентскими впечатлениями, можно стать лидером. Как слушать и слышать клиента? 4 необходимых шага для успеха стратегии лидерства:

1. Понять, чего хочет женщина...
2. Создать систему обратной связи в каждой точке контакта, начиная с приобретения членской карты и первого визита
3. Проводить исследования лояльности и удовлетворенности
4. Актуализировать систему реагирования на отзывы

В основе ДНК успешной компании лежит 4 ключевых гена:

1. Ген постоянных улучшений
2. Ген лидерства руководства
3. Ген вовлечения сотрудников
4. Ген вовлечения клиентов

Пройдет ли Ваша компания ДНК-тест? Ответ в выступлении.

15:20

16:20

СЕРВИС — ЭТО ДВИЖЕНИЕ ВВЕРХ! ИНСТРУМЕНТЫ, КОТОРЫЕ ПОВЫШАЮТ ОБЪЕМ ПРОДАЖ ОСНОВНЫХ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ФИТНЕС БИЗНЕСЕ**АННА ЗИНЬКОВСКАЯ**

Опыт в фитнес индустрии более 25 лет, прошла путь от инструктора менеджера групповых программ до руководителя отдела Мир, фитнес-директор сети фитнес клубов World Class и Extreme fitness athletics в Екатеринбурге; в сфере дополнительного фитнес-образования с 2001 года. В фитнес-консалтинге с 2008 года. Основатель и руководитель: «Международного университета фитнес индустрии» с 2008 г.

ВИКТОРИЯ СЛОБОДЕНЮК

Управляющий партнер фитнес-центра «Пять звезд» и сети салонов красоты в г.Сургут; имеет 12-летний опыт работы в фитнес-индустрии в том числе опыт открытия и управления объектами фитнес, спа и велнес, а также индустрии гостеприимства: открытие отеля 4*, ресторана сибирской кухни.

ТЕЗИСЫ

- Вы устали объяснять своим сотрудникам что такое сервис?
- Администраторы рецепции не понимают элементарных вещей?
- Менеджеры отдела продаж не видят ценности в «Сервис технологиях»?
- Инструкторы не выполняют то, что Вы от них требуете?
- А Вы, как в том известном фильме, хотите движения вверх!
- Вы хотите предоставлять своим клиентам «Сервис, превосходящий ожидания». Всё верно?
- Если «да», то приглашаем Вас на наше выступление!
- Готовы поделиться инструментами, фишками -проверенными на практике.
- LIFENAK гарантированы.

16:40

17:40

КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС, КОТОРЫЙ ПРИНОСИТ ДЕНЬГИ**АЛЕКСАНДР ШУМИЛИН**

Сертифицированный бизнес-тренер, коуч, практик продаж и управления с более чем 16-летним опытом, автор 2 книг о продажах в фитнесе. В числе клиентов и партнеров такие клубы, как World Class, Encore, FitnessOn и другие. На сегодняшний день работает в проектах развития с топовыми управленческими командами ведущих мировых и российских компаний.

ТЕЗИСЫ

- Стандарты сервиса высокого класса;
- Различие между «продажами» и «оказанием сервиса, который приносит деньги»;
- Навыки сервисных коммуникаций;
- Сложности оказания клиентского сервиса высокого класса

3 БИЗНЕС-ЗАЛЫ



ЗАЛ 5

13:00
-
18:00

ТЕМЫ ФОРМИРУЮТСЯ

ЗАЛ 6

13:00
-
18:00

ТЕМЫ ФОРМИРУЮТСЯ

4

ЗАЛ 1

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СЕССИИ



18:00
-
18:50

ПРОДАЖНЫЕ МЕЛОЧИ, КОТОРЫЕ ПОЗВОЛЯЮТ НЕ ВЫПОЛНЯТЬ ПЛАН ПРОДАЖ: ГОЛАЯ ПРАВДА О ФАКАПАХ МЕНЕДЖЕРОВ И УПРАВЛЕНЦЕВ ПРОДАЖАМИ

ДМИТРИЙ АЩЕПКОВ

бизнес-тренер, бизнес-консультант, более 15 лет занимается активными продажами, владелец консалтинговой компании «Ваш Отдел Продаж», скриптолог №1 в 2015 году по мнению продюсерского центра InCentre, помог более 100 различным компаниям увеличить прибыль более, чем на 30%, автор книги «Система продаж, приносящая прибыль», практик, "обкатывающий" свои разработки на собственном бизнесе

ТЕЗИСЫ

Из практики консультирования:

У одной федеральной компаний месяц за месяцем аналитика стала показывать спад продаж в одном из региональных представительств. При этом во всех других филиалах сети - достаточно активный рост. Более детальный анализ показал, что маркетинг, приводящий входящий в салоны трафик, везде дает +/- одинаковые показатели, а в том «падающем» представительстве - входящего трафика, с которым продавцы могли начинать разговор-продажу оказалось мало.

Как думаете, что сделали управленцы? - Правильно: начали ссылаться на региональные особенности, нишевые и конкурентные войны в регионе, кризис и плохую работу маркетолога по этому поводу. Так продолжалось еще 2 месяца. После выезда в регион, посещения салона и анализа работы салона тайным покупателем, истинная причина была установлена быстро и оказалась до смешного банальной. Оказалось, что 6 месяцев назад компания наняла в должность менеджера по продажам девушку в перманентно болящем состоянии и шмыгающим носом... Но это не главное. Знаете, какова главная причина спада продаж в этом салоне (расположенном в торговом центре)? - Она просто каждую свою смену закрывала входную стеклянную дверь в салон (чтобы ей не дуло)! Все. Баста) Бывает, когда клиенту уже назначен показ в клубе, менеджер установил контакт, и клиент даже взял с собой деньги, чтобы купить карту - но по факту подъезда в клуб не нашел места для парковки, так как приехал на машине. Покружил 10 минут и... психанул и уехал. В продажах или маркетинге такие ситуации описывают «коэффициент оттока».

Таких мелочей много. В действиях и словах менеджера. В действиях и словах руководителя. В иных факторах, относящихся к клубу.

На этом моем выступлении я расскажу об основных таких моментах в словах, действиях или установках всех, кто имеет отношение к продажам в фитнес-клубах, которые заведомо позволяют НЕ выполнить план продаж)

Всех, кому выполнять план продаж важно - я жду на этом моем финальном выступлении дня. Готовьтесь: будет жарко. Всем Продаж.

Увидимся на выступлении.

19:00 - 21:00

НЕФОРМАЛЬНЫЙ ФУРШЕТ

29 апреля



БИЗНЕС ТУР ПО КЛУБАМ



СОСТАВ КЛУБОВ УТОЧНЯЕТСЯ



ОТРАСЛЕВОЙ СПЕЦПРОЕКТ



СЛЕДИТЕ ЗА НОВОСТЯМИ

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ КОРПОРАТИВНОГО УЧАСТИЯ

Место проведения:
ТЕХНОПАРК СКОЛКОВО

www.GlobalFitnessForum.ru

ЗВОНИТЕ: +7 499 638 4774 ИЛИ ПИШИТЕ: GFF@FITNESSEXPERT.COM

[Принять участие](#)

