



Global Fitness Evolution

СКОЛКОВО |

РОССИЯ



Диагностика системы продаж в  
Клубе: продуктовая линейка,  
ценообразование, продажи,  
обслуживание

**Виктория Железнова**

Коммерческий директор Сети фитнес-клубов La Salute

## Категоризация Клубов. Зависимость стратегии продаж на 2022 год от категории клуба

Типичные боли в продажах Клубов в зависимости от возраста проекта

Категория	Анализ	
	+	-
Новый (до 4 лет)	Любопытство	В структуре выручки от 100%(первый год) до 70% - новые продажи, необходим трафик
	Современный продукт	Не отстроены БП
	Новая инфраструктура	Возможно недоверие, неизвестный бренд
Молодой (4-6 лет)	Наработана база	В структуре выручки 50%-70% - новые продажи, необходим трафик
	Все еще свежий	ОП привык уделять больше внимания новым продажам
	Отработаны БП	
Зрелый - от 7 лет	Большая клиентская база	Недостаток трафика можно пережить (опираться на продление, до 85% в структуре выручки - продление)
	Привычный бренд, стабильность	Усталость Клуба
		Устоявшийся состав МОП

## Исходя из категории – Стратегия 1. НОВЫЙ

Задача	Реализация
Добиться максимальной конверсии вх трафика	1. Автоматизированный учет ВСЕГО трафика 2. Четкие критерии целевой/нецелевой 3. Целевые параметры обработки трафика - скорость, кол-во попыток контакта, периодичность задач по контакту и тд 4. Методика - работа в звонке, в туре. Стандарт 5. Отследить конверсию на всех этапах
Систематизировать работу по привлечению трафика по рекомендациям	1. Контроль задач сервисного цикла 2. План (KPI) МОП по рекомендациям 3. Бонус рекомендателю, покупателю, менеджеру?
Внедрить сервисный цикл	1. Прописать, автоматизировать, контролировать 2. Наладить работу с обращениями + обратная связь

Необходимые документы для работы ОП:

1. Регламент по работе с входящим трафиком;
2. Правила распределения клиентов;
3. Стандарты продаж;
4. Описание сервисного цикла + методика по каждому контакту;
5. Регламент работы с пожеланиями ЧК;

## Исходя из категории – Стратегия 2. ЮНЫЙ

СОХРАНЯЕМ предыдущие завоевания, внедряем:

Задача	Реализация
Переучивать ОП - больше внимания продлениям	1. Дополнить стандарт продаж - ввести блок по работе с возвращением ЧК
	2. Планирование загрузки МОП на 1 мес, 1 день. Распределение внимания и усилий
	3. KPI за личные показатели продления, или/и сервисные показатели
Контроль работы с входящим трафиком	1. Периодическая проверка методики
	2. Контроль над соблюдением стандартов/регламентов
Контроль над соблюдением сервисного цикла и удовлетворенности клиентов	1. Выборочный контроль, автоматизированный контроль
	2. Обязательный отчет по отказам, работа с отказами

Необходимые документы для работы ОП (дополнено):

1. Обновленный Стандарт продаж;
2. Отчет по отказам, порядок работы РОП с отказами

## Исходя из категории – Стратегия 3. ЗРЕЛЫЙ

СОХРАНЯЕМ предыдущие завоевания, внедряем:

Задача	Реализация
Добиться доли БЧК в продлениях (не менее 30%-40%)	1. Отслеживание показателя соотношения продлений в общем кол-ве продлений; 2. Регламент работы с БЧК - программа возвращения 3. KPI на возвращение БЧК 4. Спец предложение для БЧК 5. Лимит на продление будущих периодов
Сохранение показателя продления (от 60% в завис-ти от клуба)	1. Соблюдение стандартов сервиса (в тч сервисный цикл + обратная связь) 2. Постоянное отслеживание и анализ колебания показателя
Перезагрузка ОП	1. Аудит состава ОП - определение эффективности каждого МОП 2. Выборочная проверка на соблюдение правил. Ответственный - РОП 3. Честная конкуренция внутри ОП, под контролем РОП 4. Отбор и внедрение молодых конкурентных МОП

Необходимые документы для работы ОП (дополнено):

1. Регламент по возвращению БЧК;
2. Порядок проведения оценки персонала ОП



**Спасибо за внимание!**



[globalfitnessevolution.ru](http://globalfitnessevolution.ru)  
[fitnessexpert.com](http://fitnessexpert.com)



[@fitnessexpertgroup](https://www.instagram.com/fitnessexpertgroup)



+7 (499) 404 00 48