

Recepcja – wizytówką

Często zdarza się, że menedżerowie klubów fitness lekceważą rolę recepcjonisty. To poważny błąd. Ostatecznie to osoba na recepcji może zachęcić i namówić potencjalnego klubowicza do wykupienia karnetu lub abonamentu.



Planując uruchomienie klubu fitness większość inwestorów zwraca uwagę na jakość sprzętu, podział powierzchni z przeznaczeniem na trening siłowy, cardio, zajęcia grupowe czy szatnie. Nierzadko recepcja traktowana jest po macoszemu. W swojej pracy zawodowej wielokrotnie spotykałem się ze stwierdzeniem, iż na recepcji zawsze może ktoś „postać” lub że bez recepcji też jakoś da się wyżyć. To oczywisty nonsens, co gorsza – takie absurdałne podejście do tematu może odbić się czkawką menedżerom klubu, bo większość klubów fitness bez profesjonalnego zespołu recepcji szybko upada. Dlaczego? Recepcja jest bowiem niezwykle ważną częścią wielu instytucji. Bez recepcji nie może prawidłowo funkcjonować ani hotel, ani biurowiec, ani też klub fitness.

Zadania recepcji

Pamiętajmy, że pierwsze kilka sekund kontaktu z recepcjonistą przesądza o tym, czy potencjalny zainteresowany usługami klubu fitness zostanie w nim, czy też zniechęci się i wybierze bardziej przyjazne i profesjonalne miejsce. Aby móc skutecznie walczyć o silną pozycję na rynku, właściciel klubu powinien zatrudniać osoby, które będą profesjonalnie prowadzić recepcję, dbać

o jej ciągły rozwój oraz polepszanie jakości usług, w tym obsługi klienta. W recepcji powinno znaleźć się miejsce zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn. Mieszany zespół, jak udowodniono, jest bardziej wydajny i bardzo pozytywnie wpływa na satysfakcję klienta. Recepcjoniści(-stki) powinni cechować się doskonałymi zdolnościami komunikacyjnymi, umieć podejść do każdego klienta indywidualnie, zrozumieć jego oczekiwania oraz wystrzegać się rutyny. Recepcja nie tylko dokonuje zapisów czy kontroluje ruch w klubie. Organizuje także pracę trenerów, odpowiada za zapisy na zajęcia grupowe, masaże czy zabiegi pielęgnacyjne. Przyjmuje korespondencję, dokonuje jej segregacji oraz w dużym stopniu pełni funkcję łącznika między klubem a światem zewnętrznym w zakresie promocji czy przepływu innych ważnych informacji.

Przychodzi klient na recepcję: przykłady z życia wzięte

Kobieta w wieku 45–50 lat zapisywała się przy mnie do klubu. Jak usłyszałem, zalecił jej to lekarz rodzinny. Ćwiczenia aerobowe pomogą zrzucić wagę, a tym samym odciążą serce. Przygoda z klubem fitness tej pani rozpoczęła się już w recepcji, gdzie spotkała się z miłym przyjęciem. Osoba obsłu-

twojego klubu



Artur Ligęska – Wiek 29 lat. Studiował nauki polityczne na Uniwersytecie Warszawskim. Posiada licencję trenera oraz instruktora fitness European Fitness Association, z siedzibą w Hamburgu. Uzyskał licencję instruktora indoor cyclingu w Swiss Academy of Sport. Pracował w prestiżowych klubach fitness w Warszawie: World Class Radisson, World Class Marriott, ITI Fitness Club. W 2006 roku objął funkcję General Manager Poland oddziału największego producenta sprzętu fitness, Life Fitness. Brał udział w tworzeniu wielu ośrodków fitness w Polsce. Założyciel Art Management.



gująca ją profesjonalnie i z uśmiechem na twarzy przeprowadziła rozmowę z zainteresowaną oraz poprosiła o pomoc konsultanta/instruktora. Od razu widać było, że ten klub może pochwalić się bardzo dobrze wyszkolonym personelem. Kolejny miesiąc spotykam wspomnianą kobietę w tym samym klubie. Schudła, jest zadowolona, a od czasu do czasu wykupuje trening personalny. Mało tego, pojawia się w towarzystwie swoich rówieśniczek, które namówiła do zapisania się do klubu. To pozytywna wersja przebiegu zdarzeń, oby miała miejsce jak najczęściej. Niestety, sytuacja może się rozwinąć nie po myśli klubu. Oto schemat negatywny: od kobiety pobrano by opłatę, wręczono kluczyk i pokazano drogę do szatni. Poszłaby na siłownię, gdzie początkujący czują się obco i niepewnie. Na zajęciach fitness nie dałaby rady, bo instruktor nie zwróciłby uwagi na początkującą osobę. Po dwóch tygodniach znalazłaby miliony powodów, by już tam nie wrócić. Zaobserwowałem, że w naszym kraju w wielu klubach można spotkać określony typ recepcjonistki. Rzuca się w oczy już swoim wyglądem: włosy tlenione i opalona skóra (po solarium). Miałem z nimi do czynienia, analizując pracę recepcji w różnych klubach fitness czy pracując nad poprawą wi-

zerunku klubu na rynku lokalnym. Wiem jedno: nie potrafiły w sposób profesjonalny porozmawiać z przeciętną Kowalską czy Kowalskim. Nie umiały sprzedać usługi osobom bez wiedzy i doświadczenia fitnessowego, które bardzo chciały zapisać się do klubu, ale wobec braku pomocy ze strony recepcjonistki zmieniły zdanie.

Czego wymagać od recepcjonisty?

Recepcjonista(-tka) poza zdolnościami interpersonalnymi powinien umieć odnaleźć się w sytuacjach stresujących, zachować przy tym „chłodną głowę”, obsługiwać komputer, swobodnie obracać się w systemach zarządzania klubem, podstawach Microsoft Office. Od recepcjonisty powinniśmy wymagać dobrej znajomości języka obcego, przede wszystkim angielskiego, niemieckiego czy francuskiego. Wygląd zewnętrzny osoby, z którą będziemy rozmawiać po przekroczeniu progu, jest bardzo ważny, tzn. warto pamiętać o estetyce oraz odpowiednim stroju, będącym wizytówką klubu. Ale komunikatywność, przekonujący i ciepły głos, jak również pozytywne usposobienie i otwartość będą decydować o tym, czy zainteresowany zostanie z nami, czy też nie. To samo dotyczy jakości i sposobów przekazywania informacji.

Jak usprawnić pracę recepcji?

Aby być zadowolonym z pracy swojego zespołu, właściciel czy menedżer powinien zapewnić nowo przyjętym, jak i stałym pracownikom recepcji szkolenia. Ich intensywność uzależnić należy od postępów w pracy zespołu. Powinny obejmować następujące zagadnienia: komunikację interpersonalną, umiejętności przeprowadzania rozmów z osobami zainteresowanymi członkostwem w klubie fitness, klientami klubu – bezpośrednio, jak i przez telefon – ponadto poprawne posługiwanie się systemem zarządzania w klubie, sprawdzanie oraz korygowanie błędów w pracy z komputerem. Kontrola oraz obserwacja recepcji przez kadrę zarządzającą umożliwi eliminację negatywnych czynników oraz przyczyni się do wzrostu efektywności pracy zespołu recepcji. System nagród dodatkowo zmotywuje pracowników, a gdy połączymy go ze szkoleniami, możemy być pewni sukcesu.

Artur Ligęska, doradca ds. inwestycji fitness
www.twojfitness.com