

# LA PALESTRA

DAL 2005 LA RIVISTA DEI PROFESSIONISTI DEL FITNESS

**COME CREARE  
NUOVI CLIENTI  
PER LA TUA PALESTRA**

**OBBLIGO DI FATTURAZIONE  
ELETTRONICA  
E POS DIGITALE  
DA OBBLIGO A OPPORTUNITA**

**IL CARISMA DELLO STAFF  
COME STRUMENTO  
DI ATTRAZIONE PER IL CLIENTE**

**FORMA GIURIDICA ETS  
COSA C'È DA SAPERE**

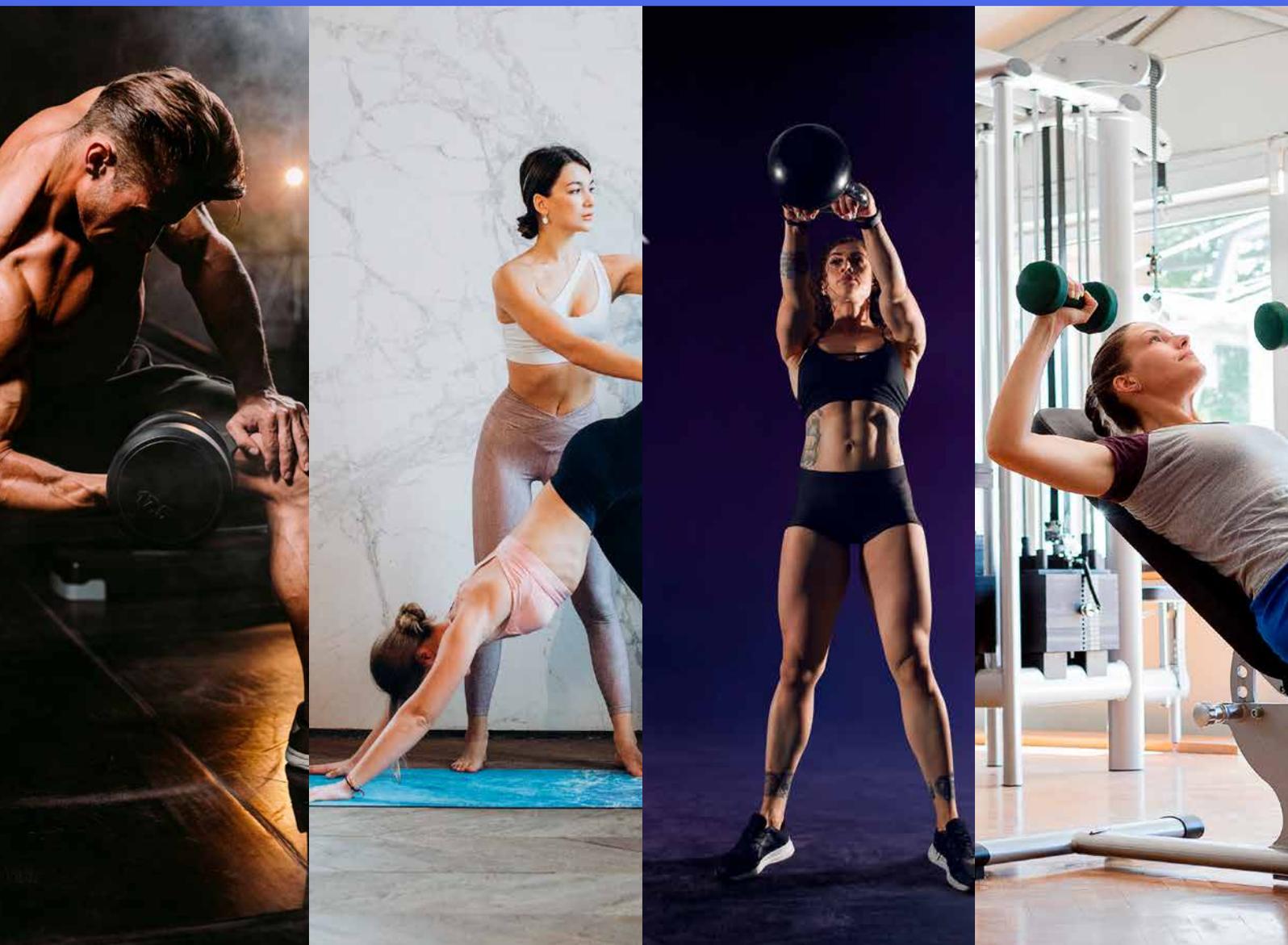


[WWW.LAPALESTRA.IT](http://WWW.LAPALESTRA.IT)

Piattaforma all-in-one per la gestione delle aziende wellness

# CREARE UN'APP PER IL TUO CENTRO WELLNESS NON È MAI STATO COSÌ SEMPLICE

Rendi tutto più facile e veloce con GurYou: offri ai tuoi clienti un'app per prenotare i tuoi servizi in qualsiasi momento. Loro riceveranno in automatico le promemoria degli appuntamenti, e tu vedrai tutto subito sul tuo calendario. Più semplice di così?



PROVA IL PIANO ALL-IN-ONE GRATIS PER 30 GIORNI  
O SCEGLI IL PIANO FREE DI GURYOU - GRATIS A VITA.

 GURYOU

# IL LAVORO CHE TI PIACE LO FAI TU. AL RESTO, CI PENSA GURYOU.

Promo speciale estate  
2022: fino a 500€ di  
sconto sul piano  
annuale All-in-one

Richiedi il piano All-in-one,  
spiegaci in demo come vuoi che  
sia la sua app e il nostro team di  
ricontatterà quando è pronta



Scansiona il codice per prenotare la tua demo gratuita e  
vedere l'anteprima della tua App.



351-556-4682



[guryou.com](https://guryou.com)



[@guryou\\_official](https://www.instagram.com/guryou_official)



[facebook.com/guryou](https://facebook.com/guryou)



GURYOU



# Intervista a Francesco Caroli co-founder e CTO di GurYou

Abbiamo intervistato **Francesco Caroli**, co-founder e CTO di **GurYou** (<https://guryou.com>).

"Mi chiamo Francesco Caroli lavoro sin dall'inizio al fianco della CEO **Francesca Di Salvatore** e mi occupo dell'architettura tecnica della piattaforma. Il mio ruolo è quello di coordinare gli sviluppatori e garantire rilasci di nuove versioni sempre più complete e aggiornate".

## Come vi è venuta l'idea di lanciare GurYou? Quali opportunità avete notato sul mercato?

"In quel periodo, Francesca e io collaboravamo per un progetto di un'altra società: io mi occupavo della parte tecnica e stavo approfondendo l'**utilizzo delle nuove tecnologie Cloud**, in particolare Amazon Web Services.

Un giorno Francesca mi ha chiesto se secondo me sarebbe stato possibile sviluppare un sistema che aiutasse gli operatori del wellness a gestire le prenotazioni in modo semplice, magari con un'app, anziché essere costretti ad andare a rispondere al telefono.

A partire da questa sua intuizione, abbiamo unito le nostre competenze: **lei ha ideato e messo a punto il concetto, io ho accettato la sfida di provare le nuove tecnologie di sviluppo.**

In effetti, 5 o 6 anni fa il cloud di Amazon era già molto utilizzato, ma soltanto da grandi aziende e per progetti estremamente innovativi come Netflix.

L'obiettivo è stato, dunque, creare da zero un gestionale per il wellness usando i prodotti web services più avanzati del mercato".

## Qual è la proposta di valore di GurYou che vi differenzia dai vostri competitor?

"Uno dei nostri più grandi vantaggi è l'**ottimizzazione dei costi grazie alla tecnologia avanzata cloud con la quale abbiamo sviluppato GurYou.** Questo comporta ovviamente dei costi molto ridotti anche per i nostri clienti.

Al momento GurYou è l'unica piattaforma che garantisce un **piano gratuito senza nessun limite di tempo o del numero di prenotazioni**, di classi e di utenti. Nessun'altra piattaforma attualmente dà questa possibilità: i piani gratuiti ci sono, ma sono solo per un

tempo limitato, oppure, se sono gratis a tempo illimitato, c'è un numero massimo di prenotazioni o di clienti oltre il quale si comincia a pagare. Grazie all'**ottimizzazione dei costi**, GurYou ci permette di offrire una piattaforma che ha **tantissime funzionalità già nel piano gratuito.**

Un altro vantaggio è che riusciamo a sviluppare velocemente e continuamente nuove funzionalità, pur considerando che siamo un team giovane. Faccio l'esempio di un progetto abbastanza complicato che ho seguito all'estero: un'app per fare training ma sviluppata con una tecnologia diversa. Ci vollero 2 anni e alla fine il prodotto lanciato era molto bello, però non era flessibile. Noi abbiamo sviluppato le stesse funzionalità in meno di 6 mesi, con il vantaggio che invece di **creare un'app personalizzata per ogni nostro cliente**, noi offriamo la nostra app di training che è già di suo estremamente flessibile. Un professionista riesce così a configurare giornalmente e assegnare ai suoi clienti i programmi di allenamenti o di alimentazione, senza bisogno di ulteriori sviluppi".

## Quali sono le funzionalità più richieste dai vostri utenti business?

"Il **piano Free** è molto utilizzato per esempio da chi vuole gestire solamente la parte del **calendario delle prenotazioni.** Poi ci sono gli utenti che vogliono l'app brandizzata del proprio centro, con il **piano All-in-one** che **permette di avere la propria app**, scegliendo solo i colori e il logo, per lanciarla sul mercato con i propri prodotti, servizi, corsi, abbonamenti, corsi online, video, programmi di allenamento, disponibile su Apple Store e Google Play.

Altri si focalizzano sull'uso digitale della piattaforma con il piano +Video, a metà tra il Free e l'All-in-one, che permette di sfruttare tutte le funzionalità di corsi online, videolezioni e piani di allenamenti digitali (con le animazioni degli esercizi).

C'è anche un ulteriore piano, il **Grow**, meno utilizzato ma molto interessante. Si tratta del piano più economico, che **permette di avere tutto quello che si ha a disposizione nel Free, con l'aggiunta dei pagamenti online.** I clienti del professionista o del centro wellness possono acquistare in qualsiasi momento servizi, in modo sicuro, con carta di credito direttamente dall'app. Il tutto sempre integrabile con il proprio sito web.

**GurYou non trattiene alcuna percentuale sul prezzo dei servizi acquistati.** L'unica piccola commissione è

quella della tecnologia abilitata ai pagamenti online che abbiamo dovuto integrare alla nostra piattaforma. Anche in questo caso, dunque, il costo del piano è un fisso mensile senza sorprese".

### **Quali sono secondo te le sfide principali del settore wellness e come si svilupperà tra 10 anni?**

"Innanzitutto, credo che il fatto di avere la propria app brandizzata e quindi di differenziarsi sul mercato sia un plus per il business, che in questo modo fidelizza i propri clienti e ha con loro un rapporto molto più stretto. L'altra forte tendenza al momento, che però secondo me non durerà a lungo, sono le app di wellness per soli servizi online, nei quali è l'app stessa a offrire un servizio e non c'è nessun professionista dietro. Abbiamo fatto un'analisi anche in altri stati e abbiamo scoperto che generalmente gli utenti non le usano per più di 2 settimane. Questo perché una volta che hai cominciato ad allenarti e che sai come farlo, non hai più bisogno dell'app, a prescindere dalla qualità.

Anche soltanto con riferimento alla funzionalità di training, **GurYou non si focalizza sull'allenamento, ma sul fatto che vieni seguito da un professionista col quale sei in diretto contatto**, tramite messaggistica e monitoraggio. Il personal trainer o il dietologo possono aggiornare settimanalmente i programmi di allenamento o di alimentazione e seguire i progressi.

Per qualunque cosa riguardi il proprio benessere, soprattutto dal punto di vista medico, nessuno vorrebbe essere curato solo da un'app, c'è bisogno del parere del professionista. **GurYou è il ponte tecnologico tra utenti e professionisti**, e dà la possibilità a chiunque operi nel settore wellness di riuscire a lanciare la propria app per essere in contatto costante con i propri clienti e riuscire a farli allenare ovunque".

### **Quindi nonostante l'incredibile avanzamento tecnologico, il contatto umano tra professionista e cliente secondo voi rimarrà sempre importante, anche se digitale**

"Esatto, perché le tecnologie cambiano ma la professionalità è ciò che dà valore.

Da un momento che c'è un vastissimo numero di operatori del wellness che continuano a gestire il proprio lavoro su excel o anche su carta, noi vorremmo portarli sul digitale. Quindi, un'altra sfida è quella di fornire la tecnologia a professionisti e centri perché la possano utilizzare senza dover investire un capitale enorme. Creare da zero un'app di prenotazioni o di allenamento che vada bene sia per Android sia per iOS richiede intorno ai 30-50mila euro per il lancio, in più va mantenuta, vengono richiesti continui aggiornamenti e deve sempre esserci uno sviluppatore o una società dietro che fa questo lavoro.

In GurYou, con meno di 200 euro al mese, hai tutto mantenuto e continuamente aggiornato".

### **Un'ultima domanda: sicuramente ci leggeranno professionisti e proprietari di centri wellness. Vuoi dare loro qualche consiglio?**

"Sì, il mio consiglio è quello di **provare una piattaforma che è gratuita senza limiti di tempo** perché ha già enormi potenzialità. Poi noi in GurYou ascoltiamo molto i nostri clienti, anzi di fatto tutte le funzionalità non le abbiamo ideate noi, ma ce le hanno suggerite loro. Ascoltiamo le necessità del business, nella maggior parte dei casi collaboriamo con i nostri clienti e sviluppiamo le loro richieste.

Il mio suggerimento è quello di **cogliere adesso l'occasione di provare: non costa nulla**, la piattaforma ha tantissime funzionalità quindi all'inizio potrebbe anche sembrare complicata ma in realtà dopo pochissimo si capisce perché tutti i meccanismi sono molto simili tra loro.

Non c'è bisogno di usare tutte le funzionalità da subito: si possono inizialmente decidere una o due problematiche che si vogliono risolvere e evolvere il sistema successivamente.

Questo perché ho notato che i nostri centri più di successo hanno fatto tutti così: quelli che hanno cercato di usare tutte le funzionalità dopo un po' si sono dovuti rifocalizzare, invece quelli che avevano già le idee chiare si sono concentrati solo su quelle due o tre funzionalità, aggiungendone nel tempo di più interessanti per i propri clienti.

Che si desideri gestire le prenotazioni, fare i corsi online, o outdoor, vendere abbonamenti o avere la propria app brandizzata, l'importante è avere subito chiaro quale problema si vuole risolvere per primo.

Col tempo la completa scalabilità di GurYou consente di sperimentare tutte le funzionalità".

**Prova gratuitamente il gestionale e vedere in anteprima come sarebbe la tua App? Prenota la tua demo gratuita qui:**



[www.guryou.com/youdeal](http://www.guryou.com/youdeal)

**Seguici anche sui nostri canali social:**

[www.instagram.com/guryou\\_official/](https://www.instagram.com/guryou_official/)

[www.facebook.com/guryou/](https://www.facebook.com/guryou/)

[www.linkedin.com/company/gy](https://www.linkedin.com/company/gy)

## Corsi di formazione per il fitness

Quota di partecipazione  
ai Corsi € 199,00

Alla quota di partecipazione  
sono da aggiungere € 68,00  
(una tantum) per il Diploma Nazionale  
e Tesserino Tecnico

SIAMO  
PRESENTI  
IN OLTRE  
26  
CITTA

### Oltre 40 certificazioni disponibili



Corsi per: Personal Trainer,  
Istruttore di Pilates, di Body Building,  
di Ginnastica Posturale, di Aerobica  
e Step, di Allenamento Funzionale,  
Corsi per Preparatore Atletico  
e Sportivo e tanti altri!

Tutti i corsi sono riconosciuti dall'AICS  
(EPS CONI) e comprendono: kit didattico,  
attestato/Diploma Nazionale, accesso  
gratuito al MASTER con riconoscimento  
INTERNAZIONALE, libri di testo, video e  
slide di approfondimento, assicurazione,  
inserimento a tempo indeterminato nella  
Banca Lavoro del Fitness.

Corsi riconosciuti  
AICS (EPS CONI) • AFAA/NASM  
con il rilascio del  
**DIPLOMA NAZIONALE**



ELEVATING TODAY'S FITNESS PROFESSIONALS.



ENTE DI PROMOZIONE  
SPORTIVA  
RICONOSCIUTO  
DAL CONI

Per info e iscrizioni  
[www.infocorsi.com](http://www.infocorsi.com)  
Tel 06 40403925

- Bari
- BOLOGNA
- Brescia
- Cagliari
- Catania
- Firenze
- Genova
- Lecce
- Mantova
- Massa e Carrara
- MILANO
- Napoli
- Novara
- Padova
- Palermo
- Parma
- Pesaro e Urbino
- Pescara
- Pisa
- Reggio Calabria
- ROMA
- TORINO
- Trento
- Trieste
- Udine
- Verona

**3 MESI GRATIS**

3 mesi scontati al 50%



MAGICLINE   
A Sport Alliance Company

# IL GESTIONALE PER LA TUA PALESTRA

[magicline.com/it](http://magicline.com/it) – Leader di mercato in Germania e utilizzato già da oltre 5.000 clienti in Europa.



# LA PALESTRA

[www.lapalestra.it](http://www.lapalestra.it)

Anno XVII - N. 101  
luglio/agosto 2022

**Edita da:** Api Editrici Srl  
Sede legale: Via Michelangelo 6  
20051 Cassina de' Pecchi (MI)

**Sede operativa:** Via Tortona 33  
20144 Milano  
[info@lapalestra.it](mailto:info@lapalestra.it)

**Direttore editoriale:**  
Cesare Salgaro

**Direttore Responsabile:**  
Moreno Soppelsa

**Coordinamento editoriale**  
Pierluigi De Pascalis

**Per la vostra pubblicità:**  
342.1168712  
[pubblicita@lapalestra.it](mailto:pubblicita@lapalestra.it)

**Hanno collaborato:**

David Cardano, Sandro Castellana, Vanessa Cocco, Daniele Di Geronimo, Serena Kumar, Fabio Marino, Fabrizio Monticone, Roberto Panizza, Fabio Swich.

**Immagini:** LA PALESTRA archivio,  
depositphotos.com

**Copertina:** depositphotos.com

**Stampa:** Alpha Print

**Distribuzione:** GRATUITA per aziende  
e palestre

**Se non desiderate ricevere più la copia  
gratuita de LA PALESTRA, scrivete a**  
[cesare.salgaro@lapalestra.it](mailto:cesare.salgaro@lapalestra.it)  
oppure chiamaci al 342.1168712

## LA PALESTRA

Pubblicazione bimestrale registrata al Tribunale di Milano il 21.09.2005 con il numero 643. Iscrizione al R.O.C. Api Editrici S.r.l. con il N° 32109. Gli articoli contenuti in questa rivista non hanno scopo didattico, ma esprimono esclusivamente le opinioni e nozioni personali da parte di esperti del settore, che dichiarano di avere le specifiche conoscenze necessarie. Gli articoli firmati impegnano esclusivamente gli autori.

Dati e caratteristiche tecniche dei materiali e dei prodotti che vengono presentati nella rivista sono generalmente forniti dalle case produttrici, non sono comunque tassativi e possono essere soggetti a rettifiche. La presentazione di prodotti è a titolo gratuito, le eventuali presentazioni sponsorizzate sono indicate come tali. La Api Editrici S.r.l. declina ogni responsabilità circa l'uso improprio delle tecniche che vengono descritte al suo interno. L'invio di fotografie alla redazione ne autorizza implicitamente la pubblicazione gratuita su qualsiasi supporto cartaceo e su qualsiasi pubblicazione anche non della Api Editrici S.r.l. ma anche di terzi cui la stessa Api Editrici abbia autorizzato la pubblicazione. Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito.

**Copyright Api Editrici S.r.l. Testi, fotografie  
e disegni, pubblicazione anche parziale vietata.**

**AVVERTENZA** - I contenuti degli articoli di questa rivista non hanno valore prescrittivo, ma solo informativo e culturale. Tutti i nostri consigli e suggerimenti vanno sempre sottoposti all'approvazione del proprio medico.

### \*NOTA INFORMATIVA SUGLI INTEGRATORI ALIMENTARI

Leggere attentamente l'etichetta apposta sul prodotto. In ogni caso richiedi il parere del medico o del farmacista. Il prodotto è controindicato nei casi di patologia epatica, renale, in gravidanza e al di sotto dei 12 anni. Gli integratori non sono da intendersi come sostituti di una dieta variata. Non superare la dose consigliata. Tenere fuori dalla portata dei bambini al di sotto dei 3 anni di età.

**FITNESS  
ITALIA**  
[WWW.FITNESSITALIA.IT](http://WWW.FITNESSITALIA.IT)

Dal 2005 l'unica rivista distribuita  
**GRATUITAMENTE** a tutti i Manager di PALESTRA.

Un **GRAZIE** ai **NOSTRI PARTNER**

**LA PALESTRA N 101**



Siamo Media Partner di:



BIMESTRALE GRATUITO - N 101 - ANNO XVII - LUGLIO/AGOSTO 2022

# LA PALESTRA

DAL 2005 LA RIVISTA DEI PROFESSIONISTI DEL FITNESS

- COME CREARE  
NUOVI CLIENTI  
PER LA TUA PALESTRA
- OBBLIGO DI FATTURAZIONE  
ELETTRONICA  
E POS DIGITALE  
DA OBBLIGO A OPPORTUNITA
- IL CARISMA DELLO STAFF  
COME STRUMENTO  
DI ATTRAZIONE PER IL CLIENTE
- FORMA GIURIDICA ETS  
COSA C'E DA SAPERE

WWW.LAPALESTRA.IT

**26.000**

SE HAI UN'AZIENDA DEL SETTORE  
E VUOI INSERIRE LE TUE COMUNICAZIONI  
SUI NOSTRI CANALI **PRINT, WEB E SOCIAL**

**CONTATTACI SUBITO PER SCOPRIRE  
LE OFFERTE A TE DEDICATE**

**+39 3421168712**

**info@lapalestra.it**

**WWW.LAPALESTRA.IT**



"**LA PALESTRA** è un periodico bimestrale dalla spiccata vocazione commerciale, che viene spedito **GRATUITAMENTE** a **8.500** gestori e proprietari di palestre, centri fitness, studi di personal training e centri benessere, su tutto il territorio nazionale".

"Dal 2005 **LA PALESTRA** è il modo più efficace per parlare della propria azienda e dei prodotti, grazie a dossier, rubriche di news commerciali, articoli redazionali e pagine pubblicitarie".

**LA PALESTRA**  
**17<sup>TH</sup>**  
**YEAR**  
**ANNIVERSARY**



### **LA PALESTRA**

- **6 NUMERI ANNI**, ABBONAMENTO GRATUITO
- **TIRATURA BIMESTRALE**: COPIE 11.000
- **PREZZO**: GRATUITA
- **MISURE**: CM 21 X 28,5
- **EDITORE**: API EDITRICI S.R.L. - MILANO -
- **RIVISTA BIMESTRALE REGISTRATA**  
AL TRIBUNALE DI MILANO  
IL 21/9/2005 CON IL N 643
- **WWW.LAPALESTRA.IT**  
TESTATA ON-LINE REGISTRATA AL **TRIBUNALE**  
**DI MILANO** IL 17/10/2018 CON IL N 255

**Contattaci subito per scoprire  
le offerte a te dedicate**

**+39 3421168712**

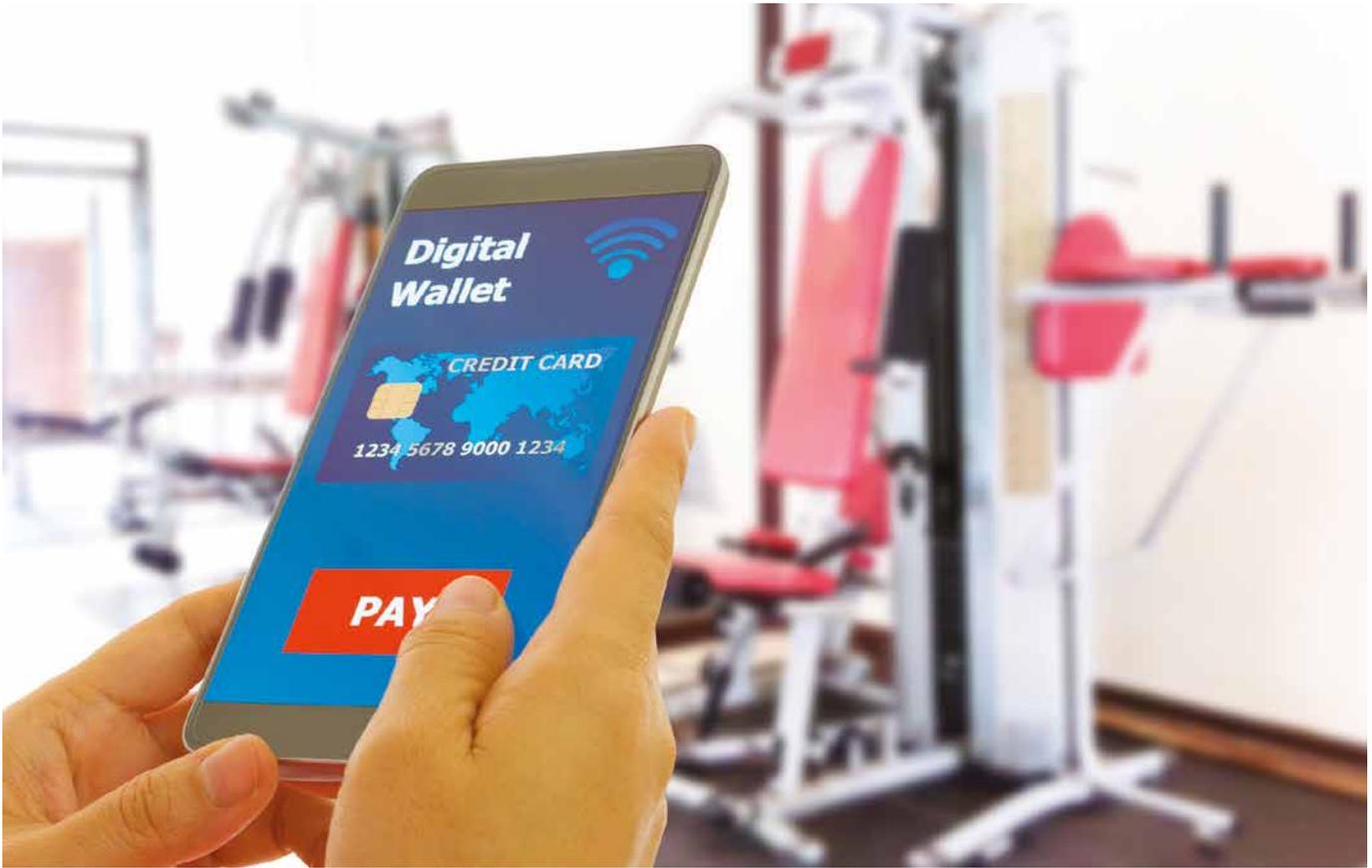
**info@lapalestra.it**

**www.lapalestra.it**

Seguici anche su



# OBBLIGO DI FATTURAZIONE ELETTRONICA E POS DIGITALE DA OBBLIGO A OPPORTUNITÀ



**DAL 30 GIUGNO  
2022 SONO  
SCATTATE LE  
SANZIONI  
PER CHI NON**

**ACCETTA PAGAMENTI  
TRAMITE POS E ANCHE  
LIBERI PROFESSIONISTI  
E PARTITE IVA DOVRANNO  
ADEGUARSI**

**S**i tratta di una novità importante, in grado di impattare su tutte quelle piccole realtà che, fino ad oggi, hanno sempre gestito la contabilità senza l'obbligo di tracciamento degli incassi. Sono coinvolti anche lavoratori in ambito sportivo come **personal trainer**, preparatori atletici, allenatori, massaggiatori, fisioterapisti, associazioni sportive che dal 30 giugno devono, per obbligo di legge, offrire ai propri utenti la possibilità di utilizzare una forma di pagamento elettronico e tracciabile. Chi non si sarà regolarizzato

entro il 30 giugno **potrebbe andare incontro a sanzioni** che comprendono una quota fissa di 30€, per ogni transazione negata, con la maggiorazione del 4% del valore dell'importo del pagamento rifiutato. Ad esempio, su una transazione di 300€, la multa ammonterebbe a 40€.

**È indispensabile munirsi del POS per accettare pagamenti con bancomat o carta di credito?**

Non necessariamente. La normativa (articolo 18, comma 1, D.L. 36/2022) prevede la tracciabilità

**APP** per prenotazioni,  
acquisti, allenamenti e  
ingresso ai tornelli



## NEWS

**POS Digitale integrato**  
e sei in regola con la  
normativa sui pagamenti  
elettronici

**La soluzione più scelta in Italia.**



Prenotazioni corsi e attività



Notifiche in APP



Acquisti e pagamenti online



**NEW** News del centro sportivo



Accesso al tornello con QRCode



Schede e diario di allenamento

**Contattaci su:**



[wellness@teamsystem.com](mailto:wellness@teamsystem.com)



[wellness.teamsystem.com](http://wellness.teamsystem.com)



[@teamsystem.wellness](https://www.facebook.com/teamsystem.wellness)

**Scopri di più**





del pagamento attraverso mezzi digitali: se da un lato la via più scontata risulta il POS, già in uso in palestre e centri sportivi di medie e grandi dimensioni, dall'altro esistono altre forme di pagamento elettronico che consentono di essere in regola con quanto disposto dal legislatore **senza necessariamente passare attraverso l'utilizzo del POS**. Molti sistemi di pagamento digitale consentono di effettuare dei movimenti online, appoggiandosi al conto corrente bancario o alla carta di credito, attraverso un portale web o **un'app dedicata**.

### Da obbligo normativo a esperienza!

Ecco, quindi, che un obbligo normativo si trasforma nell'opportunità di offrire ai propri clienti un'esperienza d'acquisto più agile attraverso pagamenti semplificati ed eseguibili in pochi click dallo smartphone. Per i titolari di Partita Iva e per le associazioni, che fino ad oggi hanno operato senza il POS, l'entrata in vigore delle sanzioni significa dotarsi di **sistemi di pagamento digitale**, spesso **anche più comodi del classico**

**POS**. Infatti, le soluzioni digitali consentono di incassare ed emettere il documento di ricevuta anche in mobilità, situazione, questa, molto frequente per chi opera in ambito sportivo. Molti software per palestre, piscine, società e associazioni sportive hanno ormai integrato tra le loro funzioni la possibilità di una **gestione digitale degli incassi**. Grazie a un sistema automatizzato il cliente può, in completa autonomia e da qualsiasi *device* (che sia smartphone, tablet o pc), effettuare un pagamento, ricevendo anche il documento che attesta l'avvenuta transazione. L'incasso entra nella contabilità dell'attività e il gestore può generare report precisi e puntuali dei propri movimenti grazie a un sistema di digital payments perfettamente integrato allo strumento con cui gestisce anche le altre forme di incasso e le operazioni legate alla gestione dell'attività, ovvero il software gestionale.

### L'implementazione con il controllo accessi

Se l'attività utilizza un sistema di controllo accessi il pagamento risulterà collegato in tempo

reale alle abilitazioni dell'utente consentendo l'ingresso, e quindi la partecipazione all'attività, solo a chi ha effettuato il saldo, evitando il rischio di **perdita dei dovuti incassi**.

Per semplificare ancora il pagamento elettronico alcuni sistemi prevedono anche che il gestore possa inviare, tramite email, WhatsApp o sms, il link che rimanda direttamente alla pagina di pagamento rendendo **l'esperienza del cliente ancora più performante**.

Inoltre, se l'acquisto avviene direttamente presso la cassa, è possibile concludere il pagamento anche attraverso un QR code prestampato o tramite lo schermo del proprio *device*; in questo caso il cliente dovrà semplicemente inquadrarlo e proseguire con l'operazione di saldo.

### Abbonamenti e rinnovi automatici sempre più semplici

Non dimentichiamo poi che, grazie ai pagamenti digitali, è possibile anche attivare formule di abbonamento senza scadenza con rinnovo automatico. Il cliente non acquista più un pacchetto a numero di sedute e/o un periodo di trattamento ma un abbonamento in soluzione di continuità che viene **saldato mensilmente e in via del tutto automatica**.

Grazie ai pagamenti digitali e alla loro gestione semplice ed efficace quindi il passo tra obbligo di legge e nuova leva commerciale a sostegno del servizio offerto è breve. Avere un sistema integrato di digital payments consente quindi, non solo di rimanere in linea con le nuove norme fiscali, ma anche di offrire ai propri clienti quella facilitazione, quel valore aggiunto che rende l'esperienza di acquisto comoda, piacevole e innovativa. ■

*Serena Kumar*

Psicologa della comunicazione, da anni nel settore fitness e Wellness di TeamSystem dove si occupa di marketing e digital sales.

**faress**<sup>®</sup>  
Specialisti nello sport

CHI SI  
ALLENA

NON SI  
FERMA



Inquadra il QRCode o vai su  
[WWW.FARESS.COM](http://WWW.FARESS.COM)



Via A. Carruccio, 107 - 00134 Roma | Tel. 06.71.350.124

fornituresportive@faress.com

# Come acquisire 70 nuovi clienti in 7 giorni

Piccolo budget per grandi risultati con la lead generation



Felice Orsinetti, fondatore del marchio ICON Palestre

È veramente possibile per un'azienda garantirsi la generazione continua di contatti profilati e in target, interessati e geolocalizzati, da convertire in clienti effettivi?

Secondo il brand italiano di centri fitness **ICON Palestre** la risposta è sicuramente affermativa. È proprio questo uno degli elementi di successo del marchio, che si concentra costantemente nel massimizzare il numero di potenziali clienti tramite l'utilizzo strategico dei canali digitali.

## Perché investire nel marketing è fondamentale

Sono numerosissime le aziende che faticano a predisporre un budget per compiere azioni di marketing, rinunciando così a preziose opportunità di vendita, e di conseguenza, di fatturato. Con l'avvento del web e dei social si sono spalancate le porte per il marketing digitale. Secondo gli studi degli ultimi anni, sui social la propensione all'acquisto è nettamente più forte rispetto ai canali di vendita tradizionali, poiché sul web l'utente è continuamente esposto a specifiche campagne

pubblicitarie perfettamente in linea con i propri interessi. Ma per avere successo, apparire nella prima pagina dei motori di ricerca non basta.

Senza azioni mirate si avranno semplici visitatori del sito web e sarà difficile riuscire a convertire i contatti in clienti, poiché quello che manca è la profilazione, per inviare loro comunicazioni mirate e proseguire con il processo di vendita.

## Da prospect a cliente fidelizzato con il funnel di vendita

Come fare quindi per avere una generazione quotidiana di contatti qualificati?

Bisogna innanzitutto comprendere la differenza tra prospect e lead.

Il **prospect** è una persona che rientra nel target di potenziali clienti dell'azienda, ma con cui non è ancora stata creata una connessione diretta.

Un **lead** invece, è una persona che ha dimostrato esplicitamente interesse nella proposta di un'azienda; è un potenziale cliente interessato a prodotti o servizi

offerti che decide di lasciare i propri contatti per ricevere maggiori informazioni.

La **lead generation** può essere definita come il processo di marketing che, attraverso diversi strumenti, attrae e cattura i potenziali clienti, ottenendo da loro contatti e informazioni preziose che li riguardano, informazioni che poi vengono utilizzate dall'azienda per concludere il processo di vendita. Lo scopo di una lead generation efficace è quello di generare contatti di qualità, ossia persone che arrivano al processo di acquisto con alta percentuale di conversione.

Il grandissimo vantaggio che offre questo strumento quindi, è quello di **garantire ottimi risultati a fronte di piccoli investimenti**, permettendo di fare business su una lista profilata di contatti interessati all'azienda, ottenendo così maggiori possibilità di conversione, poiché attraverso una strategia mirata ed un percorso ben preciso (funnel), i contatti vengono condotti fino alla fase di acquisto e trasformati in clienti fidelizzati. Un ottimo strumento che permette di sfruttare in pieno le grandi potenzialità della piattaforma, non solo alle grandi aziende ma anche ai piccoli imprenditori.

### La lead generation di ICON Palestre

In ICON Palestre l'attività di digital marketing e social media marketing è centralizzata. L'azienda madre, attraverso un team specializzato, riesce a individuare la giusta strategia per ogni singolo centro fitness. ICON Palestre offre ad ogni suo Centro fitness la generazione continua di lead in target, interessati e geolocalizzati, da convertire in clienti effettivi.

Dietro ogni un lead c'è un lavoro strategico e di analisi, sempre seguito da un attento controllo qualità, complesso e articolato. Avendo alle spalle una struttura ben organizzata, è possibile controllare quotidianamente la qualità dei leads raccolti, garantendo in questo modo la miglior performance necessaria alle campagne pubblicitarie per ottimizzare la conversione in abbonamenti.

### Come creare lead generation efficaci

Vediamo ora alcune strategie efficaci che ICON Palestre utilizza per generare delle ottime lead generation per i propri affiliati:

- Geolocalizzazione e individuazione del pubblico giusto
- Testare il target
- Creare una buona creatività
- Inserire una call to action (CTA)
- Redigere landing page comunicative e form semplici da riempire
- Monitorare l'andamento della campagna pubblicitaria ed eventualmente revisionare

La **geolocalizzazione** è fondamentale per riuscire a comunicare esclusivamente con il target di riferimento, in quel territorio. Una buona geolocalizzazione permette anche di individuare le caratteristiche territoriali per modulare la campagna.

Il **test del target** è un processo fondamentale per far sì che la performance della sponsorizzata di lead generation sia ottimizzata. Non è detto che una sponsorizzata funzioni



al primo colpo, ma attraverso dei test di modulazione e monitoraggio si riuscirà ad ottenere il massimo risultato.

La **creatività**, ossia il mix tra visual e copy, è il tassello fondamentale che può determinare il buon funzionamento o il fallimento della campagna. Individuare uno stile comunicativo e un tono di voce coerente e in linea, creerà riconoscibilità e permetterà così alla campagna di funzionare meglio.

La **call to action** dovrà invitare l'utente a compiere un'azione, saper scegliere quella giusta aumenterà la conversione del 30% rispetto ad una sponsorizzata con CTA errata.

Cliccando sul tasto della CTA si verrà proiettati direttamente all'interno della landing page contenente il form (ossia il modulo contatti in cui il potenziale cliente inserirà i propri dati). Un **form** di successo dovrà essere chiaro e semplice.

Importantissimo sarà inoltre, il **monitoraggio** costante e la tempestività del saper governare i cambiamenti seguendo l'andamento degli insight per ottimizzare la performance delle campagne.

Il tutto tenendo conto non solo delle regole di comunicazione tradizionali, ma anche considerando le regole restrittive che facebook impone, cercando sempre di anticiparsi per gestire possibili problematiche ed eventualmente, revisionare con tempestività.

### Come entrare nel mondo ICON Palestre

In ICON Palestre si pensa che il corretto utilizzo di questo strumento assicuri un rapido sviluppo del business, proprio per questo garantisce il servizio a tutti gli affiliati del marchio.

Per entrare nel franchising e iniziare a ricevere quotidianamente lead qualificati è possibile visitare il sito internet nell'apposita sezione

[www.iconpalestre.it/franchising](http://www.iconpalestre.it/franchising)



ICON Palestre  
[franchising@iconpalestre.it](mailto:franchising@iconpalestre.it)  
[www.iconpalestre.it](http://www.iconpalestre.it)

# FORMA GIURIDICA ETS

## COSA C'È DA SAPERE



COME CAMBIA  
L'ACQUISIZIONE  
DELLA  
QUALIFICA DI  
ENTE DEL TERZO

SETTORE E QUALI SONO  
GLI ASPETTI SPECIFICI  
PER GLI ENTI SPORTIVI  
DILETTANTISTICI



**L**a **Riforma dello Sport** stenta a trovare compimento e la sua partenza non è stata certamente delle più agevoli, complice anche l'**entrata in vigore scaglionata dei decreti** che compongono questa importante normativa. Il 2022 è comunque l'anno in cui tale riforma inizia a prendere forma soprattutto alla luce dell'entrata in vigore del Decreto Legislativo 36/2021 (il primo dei cinque decreti della Riforma dello Sport) e della piena operatività del RUNTS, il Registro Unico Nazionale del Terzo Settore. Con l'entrata in vigore delle nuove regole è opportuno **fare chiarezza su questa particolare tipologia di enti** riformata dal Codice del Terzo Settore, sulla loro specifica qualifica giuridica e sulle novità per la costituzione di un Ente del Terzo Settore, soprattutto per quel che riguarda le **realità sportive**, che sono quelle che più ci interessano.

### Cosa sono gli ETS e quali sono i requisiti per assumere questa qualifica

Quando si parla di **Enti del Terzo Settore (ETS)** si fa riferimento a organizzazioni (commerciali o non commerciali) che possono assumere una diversa forma giuridica e che hanno come scopo quello di perseguire una finalità civica, solidaristica e di utilità sociale con la particolarità di **prevedere l'assenza di scopi di lucro**.

Per costituire un ETS è quindi indispensabile prevedere l'**esercizio esclusivo** (o principale) di una o più attività di interesse sociale. Il secondo presupposto è che questi enti abbiano la destinazione vincolata del patrimonio che deve essere quindi destinato allo **svolgimento delle attività previste dallo statuto**. L'assunzione della qualifica di Ente del Terzo Settore comporta l'adempimento degli obblighi legati alla denominazione

sociale dell'ente e a tutti i **vincoli in materia di trasparenza** (redazione del bilancio di esercizio e in alcuni casi del bilancio sociale così come della pubblicazione dei compensi, dei corrispettivi e degli emolumenti riconosciuti a dirigenti, associati e ai componenti degli organi amministrativi) e pubblicità. Come anticipato c'è poi l'obbligo, per l'ottenimento della qualifica di Ente del Terzo Settore, di **iscrizione al RUNTS**.

### La forma giuridica

Quando si parla di **forma giuridica** si fa riferimento a una particolare tipologia di organizzazione creata allo scopo di condurre affari e **intraprendere un'attività commerciale**. Per quel che riguarda gli ETS e i loro specifici scopi sono previste due diverse forme giuridiche: quelle riconosciute e quelle non riconosciute. Nelle prime rientrano le **Associazioni** e le



**GateApp**  
www.gateapp.net



# UN GESTIONALE CLOUD SEMPLICE ED AVANZATO PER IL TUO CLUB !

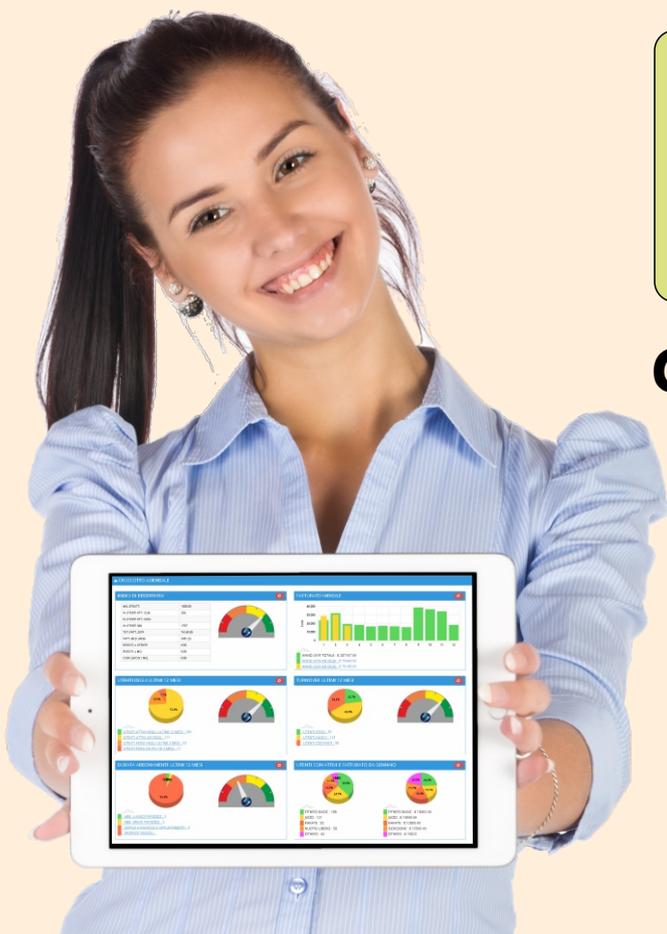
ZSE è una Azienda Italiana che vanta una esperienza di oltre 25 Anni nei Sistemi Gestionali e Controllo Accessi per Centri Fitness, Palestre e Piscine.

**TORNELLI  
PORTELLI  
GIRELLI  
TRANSENNE**

**TESSERE RFID  
BRACCIALI  
TERMINALI  
LETTORI**

**SOFTWARE  
GESTIONALE  
E CONTROLLO  
ACCESSI**

**PROGETTAZIONE  
FORNITURA  
INSTALLAZIONE  
ASSISTENZA**



**SPORT  
LIGHT**

**19€**

**SPORT  
BASIC**

**29€**

**SPORT  
PROFESSIONAL**

**39€**

**SPORT  
ENTERPRISE**

**49€**

**COMPUTER - TABLET - TELEFONO**



**PER VEDERE TUTTE LE  
CARATTERISTICHE DEL  
GESTIONALE E RICHIEDERE  
UNA DEMO INQUADRA IL  
QR CODE O VAI SUL SITO  
[www.GateApp.net](http://www.GateApp.net)**



Via Mario Idiomi 10/o  
20090 ASSAGO (MI)  
Tel. +39.02.45713858

[gateapp@zse.it](mailto:gateapp@zse.it)  
<http://zse.it>  
<http://gateapp.net>



**Fondazioni**, mentre nelle seconde rientrano le **Associazioni** non riconosciute e i **Comitati**.

### Quali forme giuridiche può assumere un ETS e quali sono le differenze

Esistono poi, e sono regolamentate da norme speciali, le forme giuridiche legate agli enti con personalità giuridica privata e quelli senza personalità giuridica. Rientrano tra le associazioni le **Organizzazioni di Volontariato (ODV)**, le **Associazioni di Promozione Sociale (APS)**, le **Associazioni Sportive Dilettantistiche (ASD)** e le **Società di Mutuo Soccorso**.

Tra le società, invece, troviamo la **Cooperativa Sociale**, la **Società Sportiva Dilettantistica (SSD)** e l'**Impresa Sociale**.

Le differenze riguardano la tipologia civilistica che l'ente assume, le **regole di ammissione dei soci** e di governo dell'ente, la **tipologia di entrate**, l'eventuale presenza di volontari, i destinatari dell'attività e la denominazione obbligatoria che questi enti devono assumere.

La **disciplina può apparire particolarmente complessa**, motivo per cui l'assistenza fiscale si rivela indispensabile per comprendere qual è la forma giuridica più adatta e conveniente per perseguire i fini dell'ente che si vuole costituire. Per ricevere

l'assistenza necessaria lo **Studio Co. De. Accounting di Roma** offre consulenza specifica a tutti gli Enti del Terzo Settore, specialmente quelli sportivi. Una consulenza preziosa sia in fase di nuova costituzione che di gestione dei bilanci e dell'attività svolta. L'assistenza fiscale di uno **studio commercialistico qualificato** è infatti imprescindibile per assicurare la crescita dell'ente e assicurarli quella stabilità e quella progettualità necessari per perseguire i fini per cui quell'ente è stato costituito.

### Le forme giuridiche per gli ETS con la Riforma dello Sport

Alla luce di quanto appena detto facciamo il punto della situazione per quel che riguarda gli enti sportivi. Con l'**entrata in vigore degli articoli del Decreto Legislativo 36/2021**, in modo particolare l'articolo 6 che si occupa di disciplinare le forme giuridiche ammesse, dal 1 gennaio 2022 sono solamente tre le forme giuridiche ammesse.

Si tratta delle associazioni sportive prive di personalità giuridica, le associazioni sportive con personalità giuridica di diritto privato e le società di cui al **Libro V Titolo V del Codice Civile**. In quest'ultimo punto rientrano le società di capitali e le società di persone ma rimangono escluse le cooperative. Rimane invariato

invece l'obbligo di affiliazione alle **Federazioni Sportive Nazionali**, agli Enti di promozione Sportiva e alle Discipline Sportive Associate così come la possibilità di prevedere l'**affiliazione contemporanea** a più di un organismo sportivo.

Gli **enti sportivi dilettantistici (ASD e SSD)** potranno quindi assumere la qualifica di ETS o di impresa sociale. In questi casi la normativa di riferimento è quella prevista dal Decreto Legislativo 36/2021; nel caso di elementi per cui queste realtà si rivelano incompatibili con quanto previsto dal decreto è il **Codice del Terzo Settore** il riferimento normativo.

### E il RUNTS?

Con l'introduzione e l'**effettiva operatività del Registro Unico del Terzo Settore** gli enti che lo vorranno potranno iscriversi a questo registro e in questo senso ottenere la qualifica di ETS, beneficiare delle relative agevolazioni fiscali (e non solo), accedere al 5x1000, stipulare convenzioni che le amministrazioni pubbliche e, laddove previsto, **acquisire la personalità giuridica**. Con l'introduzione del RUNTS vengono quindi di fatto abrogate le normative specifiche in precedenza valide per le APS e le ODV, motivo per cui per l'accesso al Registro Unico del Terzo Settore sono spesso previste delle **modifiche agli statuti**.

La **qualifica di ETS**, che si ottiene con l'iscrizione al RUNTS, è facoltativa e a seguito della riforma vengono escluse dalla possibilità di rientrare in questa categoria tutte le amministrazioni pubbliche, le associazioni politiche, i sindacati, le associazioni professionali e quelle di rappresentanza di categorie economiche e le associazioni di datori di lavoro. ■

### Daniele Di Geronimo

Giornalista pubblicitario e Copywriter per passione e professione. Laureato in Lettere Moderne collaboro con lo Studio Co.De Accounting di Roma per la redazione di contenuti editoriali per il web con particolare attenzione verso il settore dello sport, degli enti sportivi dilettantistici e delle varie tematiche fiscali e normative che li regolamentano



**FITNESS<sup>®</sup>  
STUDIO.it**

*di Tony Fumagalli*

**“ABBI CURA  
DEL TUO CORPO  
È L'UNICO POSTO  
IN CUI DEVI VIVERE”**

**FORNITURA  
ATTREZZATURE  
SPORTIVE DA NOI  
RICONDIZIONATE**

**TECHNOGYM**

**FITNESS STUDIO SRL**

Via Casabianca, 5

33078 San Vito al Tagliamento (PN) Italia

Cell. 338 6525777 - Tel +39 0434 857012

[www.fitnessstudio.it](http://www.fitnessstudio.it)

# PALESTRA AUMENTA I GUADAGNI!

## LAVORA IN TEAM E SEMPLIFICA LA GESTIONE A TUTTI I LIVELLI



Tutte le Aziende sono sempre alla ricerca di metodi che consentono di ottimizzare le procedure gestionali e semplificare il lavoro, ed anche le Palestre seguono questo processo di innovazione.

Per una Palestra degli anni 2000 avere uno strumento che controllava la data di scadenza dell'abbonamento dei clienti era estremamente innovativo. Oggi il Software Gestionale per Palestre si è evoluto, ed è fondamentale che integri tutta una serie di strumenti che consentano di ottimizzare, semplificare ed automatizzare i processi a tutti i livelli, lato cliente, lato operatore e lato Gestore.

### Lavorare in Cloud

Avere un applicativo che funziona in Cloud offre la possibilità di lavorare a tutto lo staff da più postazioni, al desk, in sala, in ufficio, da casa. Quindi se il titolare desidera eseguire analisi sull'andamento non deve recarsi in palestra, oppure le consulenti se incaricate di telefonare ai clienti che non stanno frequentando, possono eseguirlo tranquillamente da casa. Inoltre i dati dei clienti sono tutelati e custoditi in datacenter professionali che eseguono backup di sicurezza 2 volte al giorno.

### Addebito Ricorrente

Negli ultimi anni la tendenza è quella di vendere "Abbonamenti Mensili" che si rinnovano automaticamente di mese in mese, con addebito automatico su carta di Credito, sino a disdetta da parte del Cliente. Questa modalità consente al Club di impegnare la Receptionist esclusivamente per la sottoscrizione iniziale

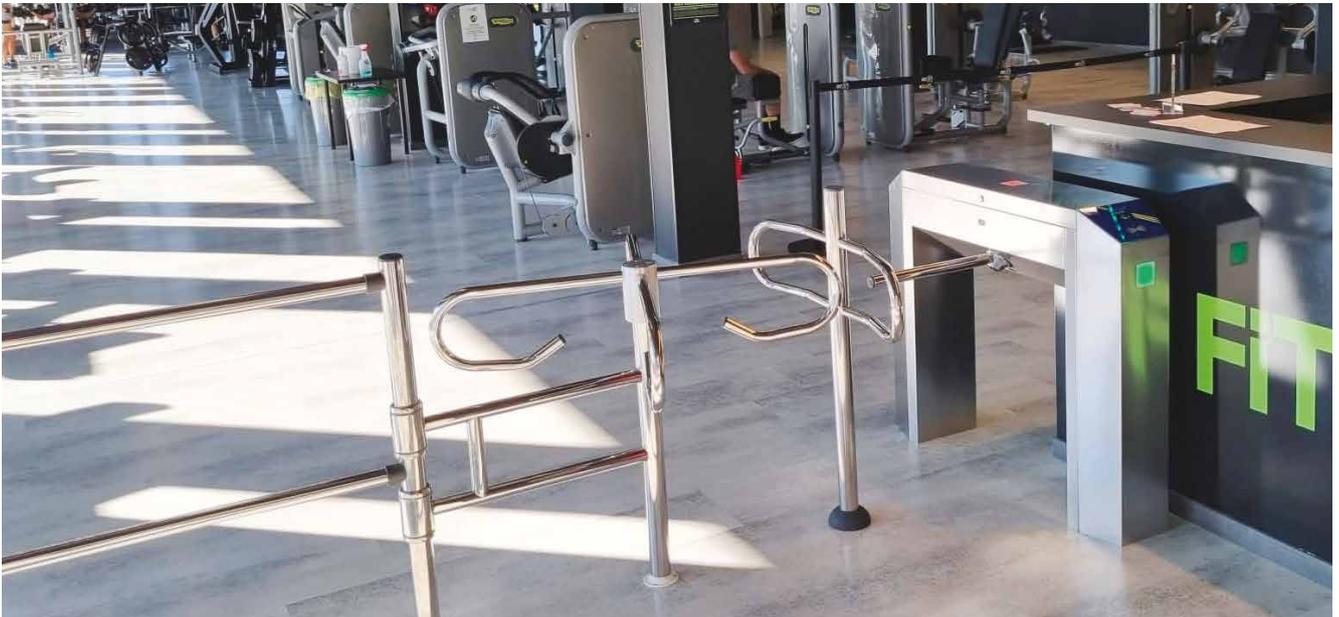
dell'abbonamento, poi l'abbonamento rinnovandosi automaticamente non necessita più alcun intervento. Questa modalità operativa porta in breve tempo il Club ad avere una platea di Utenti che pagano l'abbonamento a prescindere dalla frequenza in Palestra, quindi questo genera un flusso di cassa costante per il Club e riduce progressivamente il lavoro da parte delle Receptionist. L'abbonamento si estenderà di mese in mese automaticamente garantendo l'accesso dal Tornello in modo del tutto trasparente senza lavoro per il DESK. Nel caso in cui l'addebito non vada a buon fine, GateApp vi segnalerà l'insoluto e l'abbonamento non verrà rinnovato quindi bloccando l'accesso del Cliente al Tornello.



### Documenti Digitali

Creare e firmare documenti digitalmente consente di abbandonare la vecchia modulistica cartacea, con documenti scritti a mano spesso illeggibili e problematica





di archiviazione della carta. Modulo di Iscrizione al Club, Privacy e Contratti di vendita degli Abbonamenti, possono essere tutti generati come documenti pdf, quindi firmati digitalmente mediante un Tablet. Il tutto con una procedura molto veloce ed evitando lo spreco di carta, cartucce della stampante e spazio di archiviazione.

### Notifica Automatica

GateApp mette a disposizione oltre 30 tipologie di notifiche automatiche. Semplicemente attivando la funzionalità, gli utenti possono essere informati sulla scadenza del loro abbonamento, sulla scadenza di una rata, oppure scadenza del certificato medico, senza che la Receptionist faccia nulla.

### La Ricevuta

La ricevuta può essere emessa in due modalità, generata da GateApp a partire da un modello pdf, quindi archiviata digitalmente tra gli allegati del Cliente ed inviata via email, oppure stampata con Stampate fiscali come scontrino con invio automatico all'AE, il tutto con un semplice click del mouse.

### Marketing e Comunicazioni Digitali

Il marketing nei centri sportivi oggi è fondamentale per aumentare i propri clienti, tenerli informati o coinvolgerli nelle iniziative. GateApp ti mette a disposizione un sistema di messaggistica aperto che ti consente l'invio di Email e SMS personalizzati, oppure l'integrazione

diretta con provider professionali di invio come Mailup, Sendinblue oppure Mailchimp.

### Cruscotto Aziendale

Chi gestisce ed amministra una struttura sportiva usualmente non ha molto tempo libero da dedicare ad eseguire estrazioni e conteggi. È quindi fondamentale che il Software Gestionale che fornisca una serie di strumenti per il Manager che permettano di analizzare in tempo reale la redditività, prendere decisioni ed ottenere report con pochi click.



**GateApp rappresenta oggi uno strumento fondamentale, un Software Gestionale moderno, completamente Cloud, semplice e immediato, che integra tutte le funzionalità per Amministrare in modo efficiente il tuo centro Sportivo.**

**Vuoi cambiare il tuo vecchio Software Gestionale? ZSE sino al 31/07 ti mette a disposizione un Buono Sconto da 500€!**



**Dai una Svoltà al Tuo CLUB!  
Chiamaci per una DEMO  
o per maggiori info  
[www.GateApp.net](http://www.GateApp.net)  
[www.zse.it](http://www.zse.it)**



**ZSE SRL**  
Via Mario Idiomi 10/o Assago (MI)  
Tel. 02.457.138.56  
02.457.138.58  
[www.zse.it](http://www.zse.it)  
[info@zse.it](mailto:info@zse.it)

# SERVONO NUOVI CLIENTI? CREALI!



IL SETTORE  
DEL FITNESS  
HA UN BACINO  
DI POTENZIALI  
CLIENTI

ENORMEMENTE PIÙ  
VASTO DI QUEL CHE  
SI CREDE, SE SOLO  
I GESTORI DEL CLUB  
AVESSERO VOGLIA  
DI ACQUISIRLI



**D**opo anni di crisi, il settore del fitness è in forte ripresa e vede una nuova fetta di popolazione interessata al mondo del movimento. Nuove categorie di clienti che fino a pochi anni fa ignoravano totalmente la necessità e gli effetti positivi dell'essere persone attive, oggi si affacciano all'interno dei vari club pronti ad iscriversi.

Perché accade tutto questo, e come si può stabilizzare nel tempo l'arrivo di questa **nuova ondata di clienti**?

Per capirlo è necessario fare un passo indietro.

Marzo 2020. Quello del primo lockdown è un periodo che chiunque ricorderà per tutta la vita. In pochissimi potevano uscire di casa, pochi luoghi di lavoro erano rimasti aperti e, come tutti

ricorderanno, le palestre erano chiuse.

Dopo i primi giorni di smarrimento tutta la popolazione del fitness, istruttori e non solo, hanno iniziato a reclamare la riapertura di club e centri sportivi. Tutti quanti tenevano a puntualizzare quanto il movimento fosse **importante per la salute e per la prevenzione** di molte malattie.

Molti trainer, proprietari di palestre, semplici appassionati, ecc. iniziarono a creare contenuti vari per dimostrare l'efficacia e l'importanza di un allenamento ben strutturato. Ecco: quella è stata la chiave di volta per una nuova rinascita!

## La ripartenza nasce dai centri sportivi

Era impossibile non ricevere un segnale chiaro e forte: allenarsi fa

bene ma, bisogna farlo secondo certe regole. In quel periodo molte persone hanno scoperto che potevano risolvere tanti dei loro problemi di salute, semplicemente **rivolgendosi ad un centro sportivo**.

Tutti quanti, inconsapevolmente, stavano contribuendo a creare una nuova platea di persone interessate ai servizi che una palestra è in grado di offrire.

Col passare dei mesi, e degli anni, i centri fitness hanno riaperto ritornando, più o meno, alla normalità. È stato interessante notare come più si avesse la possibilità di aprire, e di offrire servizi, e meno forte diventava la **comunicazione rivolta verso la salute ed il benessere**. Soprattutto in vista dell'estate quello che si comunica è sempre lo stesso concetto: allenati per la prova

# IL TEAM DI PROFESSIONISTI FISCALI PER IL SETTORE SPORTIVO AL SERVIZIO DELLO SPORT



**CO.DE.**  
SERVIZI  
FISCALI  
INTEGRATI  
SPORTIVI



Esperienza



Obiettivi



Multi-tasking

## SOLUZIONI PERSONALIZZATE E PRESTAZIONI ALTAMENTE SPECIALISTICHE

Lo Studio Co.De. Accounting nasce su iniziativa dei Soci fondatori, Dottori Commercialisti ed Esperti contabili in Roma, con una carriera professionale ultraventennale nel settore della consulenza tributaria, fiscale e del lavoro, rivolta a società ed altre realtà imprenditoriali del territorio.

Consulenza fiscale e contabile

Contenzioso tributario

Consulenza del lavoro

Consulenza fiscale settore sportivo

[studio-code.it](http://studio-code.it)

**Contattaci per una prima consulenza gratuita**

**Circ.ne Clodia, 88 - 00195 Roma | +39 06 39722933**

costume, torna in forma entro le vacanze, ecc.

Oggi, come spesso accadeva nel passato, molti club parlano solamente a chi ha già preso in considerazione la possibilità di iscriversi in palestra. Promozioni, pubblicità, eventi, campagne di comunicazione, ecc. sono sempre, costantemente, rivolte a chi ha chiaro in mente quanto è importante allenarsi per ottenere i propri risultati, o a chi conosce già il mondo del fitness. In questo modo **si comunica ad una porzione minima di italiani**: si stima che solamente il 6-8% della popolazione frequenti palestre o centri PT. Questo significa che oltre il 90% delle persone non è interessato ad intraprendere un percorso di allenamento all'interno dei vari club, perché semplicemente non ne vede la necessità.

### I clienti che non sai di poter avere

Ultra 80enni, obesi, donne incinta, bambini, ecc. sono categorie che difficilmente frequentano le palestre e che non vengono mai prese in considerazione nelle varie strategie di marketing. Ogni volta che si fa una comunicazione che verte attorno al solo lato estetico,

come accade la maggior parte delle volte, specialmente nei mesi estivi, si mettono da parte tutte quelle persone, e sono la quasi totalità della popolazione italiana, che **hanno altri obiettivi**: salute, prevenzione, rieducazione, ecc. Per poter ottenere dei risultati sfruttando nuove tipologie di clienti occorre fare dei passi precisi.

**1) Selezionare di volta in volta un target ben specifico**: bambini under 10, donne in gravidanza, ultra 80enni, infartuati, ecc. Ovviamente, grazie ad un buon piano marketing, ci si potrà rivolgere a più categorie di persone, in momenti diversi.

**2) Produrre contenuti** riguardanti problematiche specifiche, soluzioni generali, live interattive con domande e risposte, ecc.

**3) Creare un open day dedicato al target interessato puntando maggiormente sull'esperienza vissuta all'interno del club e meno sull'aspetto tecnico.**

**4) Avere un personale competente** sulla tipologia di problematiche che si stanno affrontando, in grado di rispondere efficacemente ad ogni necessità dei vari clienti.

### Un mercato senza confini, per chi sa sfruttarlo

Bisogna inoltre ricordarsi che,

soprattutto in questo momento storico, i confini fisici sono praticamente spariti. Quando si propongono nuove attività, quando si mostrano i propri servizi, quando si pubblica il club è inutile farlo solamente riferendosi ad una struttura fisica. Soprattutto in un'ottica nella quale verranno creati e divulgati contenuti di alto livello, in grado di rispondere ad esigenze specifiche di persone altamente targettizzate e sparse su tutto il territorio italiano, è importante sfruttare tutto l'eco mediatico che si andrà a creare.

Non bisogna limitarsi solamente a vendere un abbonamento ai clienti off line ma, pensare di strutturare dei servizi on line, per tutte quelle persone che saranno interessate ai vari contenuti.

Ancora una volta è importante uscire dal solito modo di ragionare e non pensare solamente di erogare la classica lezione tramite pc ma ad offrire dei servizi, a distanza, in grado di **aiutare i propri clienti a raggiungere i loro obiettivi**.

Una volta conquistato un nuovo cliente è importante creare su di lui una seria campagna di fidelizzazione, che non sia basata solamente sullo sconto applicato al rinnovo anticipato. È necessario che il socio raggiunga il suo obiettivo, o che intraprenda la direzione giusta, durante la durata del suo abbonamento. Ogni cliente deve quindi essere **monitorato e seguito nei minimi dettagli**. È fondamentale ricordare che è molto più semplice trattenere un cliente attuale piuttosto che attirare di nuovi, anche se spesso si ignorano le regole più basiche sui modi per aumentare la fidelizzazione all'interno del proprio club. Come non cadere nei soliti errori che si commettono in questi casi sarà argomento di un prossimo articolo. ■



### Fabrizio Monticone

Laureato in scienze motorie. Formatore tecnico, master trainer per un'importante azienda internazionale e consulente per centri fitness. È un web content editor specializzato in contenuti sul fitness, il wellness e l'alimentazione



# impulse



**WWW.IMPULSEFITNESSITALIA.IT**  
**YOUR WELLNESS SOLUTION PROVIDER**  
CARDIO - STRENGTH - GROUP TRAINING

La gamma Impulse per l'allenamento isotonico e della forza risponde a tutte le necessità di design, spazio e convenienza.

**Sterling:** eleganza, forza, professionalità. La linea innovativa amata da professionisti ed amatori per l'allenamento della forza.

**Plamax:** convenienza, design, completezza. La linea dedicata a chi vuole allestire personal studio e aree pesi ben organizzate nello spazio.

**IF93:** eleganza, versatilità e usabilità. La linea dedicata a coloro che vogliono allestire spazi per atleti entry-level, di dimensione contenuta, senza rinunciare all'eleganza. Inoltre i prodotti IF93 permettono l'allenamento simultaneo di più utenti.

**Rinnova davvero la tua palestra con prodotti di ultima generazione, affidati alla qualità Impulse.**

## Cambia in meglio. Scegli Impulse.

**FITGYM DISTRIBUTORE UFFICIALE  
CERTIFICATO PER L'ITALIA**

COMMERCIALE +39 3456481270  
SERVICE +39 3206789975

CERTIFICAZIONI: ISO9001:2000 - ISO9014 - ISO9014 - ISO14001 - ISO10015 E OHSAS1800



@IMPULSEBYFITGYM

# MAGICLINE

## e l'enorme successo al RiminiWellness 2022

### Il gestionale per palestre più utilizzato in Europa ci racconta l'esperienza vissuta alla fiera del fitness ed il grande successo riscosso

Si è da poco conclusa, dopo due anni di pausa, la più grande fiera del fitness italiano: il RiminiWellness. A questa edizione ha partecipato per la prima volta il **software per palestre Magicline**. La compagine tedesca, già **leader** del mercato teutonico e con più di 4.500 clienti attivi in grado di vantare una esperienza ventennale, da un anno a questa parte ha intrapreso una robusta campagna di **internazionalizzazione** che prevede la penetrazione nei maggiori mercati europei quali Spagna, Francia, Portogallo, Olanda e naturalmente Italia. In questo contesto, l'Azienda ha voluto presentarsi a tutti gli operatori italiani in maniera trasparente e con una formula commerciale univoca.

Il Team Magicline, capitanato da **Michele Parisi**, Regional Director Southern Europe, e accompagnato da **Pietro Castronuovo**, International Business Development Manager e da **Veronika Hyskova** e **Vera Bragato**, entrambe Customer Success Manager, ha attratto molti interessati decisi a cogliere le novità e le innovative caratteristiche del **gestionale per palestre**.

### Dalla Spagna una folta delegazione in visita a Magicline

Nella giornata inaugurale della fiera una folta **delegazione spagnola** si è recata allo stand Magicline attirata dalla possibilità di scoprire in che modo questo ecosistema digitale potesse rispondere alle esigenze di un mercato in continua evoluzione e necessitante, pertanto, di un software agile e dinamico. Guidata dal nostro partner MAS, la compagine iberica - che annoverava una dozzina di CEO's di grandi catene del fitness operanti in Spagna - ha avuto modo di discutere, davanti ad una buona tazza di caffè ovviamente, come Magicline intenda applicare gli elementi che ne hanno consacrato il successo ad un mercato diverso da quello tedesco.

Si è perciò discusso dei processi e **modalità di**



**pagamento**, ricorrenti ed occasionali, componente fondamentale per assicurare a tutti i centri sportivi una continuità finanziaria necessaria nel solco della continuità e redistribuzione efficace ed effettiva dei fondi. Elemento di grande interesse è poi stato anche quello inerente alle iniziative volte alla **fidelizzazione della clientela**. Punto, questo, sul quale si è discusso a lungo anche a causa, purtroppo, della recente pandemia e dei suoi effetti sul numero e sulla durata degli abbonamenti delle palestre. Il software Magicline offre, infatti, la possibilità di gestire la fidelizzazione della Clientela direttamente da gestionale con tutta una serie di meccanismi particolarmente efficienti e produttivi. Sempre in quest'ambito, poi, è possibile realizzare direttamente dal gestionale, e senza l'aiuto di nessuna web agency o sviluppatore, delle accattivanti **landing page** specifiche per **campagne di marketing** con integrata la **sottoscrizione online di abbonamenti**



o, ancora, l'**accesso alle nostre API** per integrare tutta la tecnologia e la potenza di Magicline all'interno del proprio ecosistema digitale.

Infine, si è parlato degli avanzatissimi **processi di automatizzazione** già presenti all'interno del software. Dalla gestione delle **schede di allenamento**, facilmente creabili con oltre 500 esercizi già esistenti sulla piattaforma, divisi per fasce muscolari e direttamente accessibili dagli abbonati delle palestre direttamente sull'app integrata nel sistema, alla consultazione delle ricchissime **dashboards di business intelligence** che permettono di monitorare le prestazioni della propria struttura ed allo stesso tempo offrire linee guida per campagne marketing o iniziative pubblicitarie.

Si è conclusa così tra numerosissimi incontri, spontanei e programmati, la prima parte della giornata iniziale della fiera del fitness per Magicline.

### Una partnership di successo

Il pomeriggio ha visto invece Michele Parisi – Regional Director of Southern Europe – impegnato in una presentazione di Magicline organizzata dal nostro partner **ANIF**. All'evento è stata presentata l'azienda, condotta una panoramica sul profilo del gruppo e le principali innovazioni di prodotto lasciando poi aperta una finestra per uno scambio di domande e risposte.

Nello specifico si è discusso di come Magicline possa concretamente digitalizzare i processi di ogni **operatore del fitness** e fornire un **supporto strategico ed operativo** nella crescita del proprio business.

Parisi ha poi evidenziato il magnifico lavoro svolto dagli sviluppatori di Magicline, il **Team di sviluppo più grande d'Europa** che garantisce release di **nuove funzionalità su base settimanale**, capaci di rispondere in maniera quasi istantanea alle esigenze del mercato italiano. Come esempio veniva fornita l'implementazione svolta per quel che riguarda la possibilità di caricare sia il certificato medico che il certificato Green Pass, booster compreso,

direttamente sul gestionale; necessità individuale del mercato italiano.

L'attenzione si è poi spostata sull'**investimento di 60 Milioni** che un'azienda specializzata nel Growth Equity ha deciso di effettuare in Magicline. Parte di questi fondi, ha spiegato Parisi, verranno inoculati nel processo di internazionalizzazione della compagnia, così da poter continuare a garantire a tutti gli operatori di settore un prodotto che risponda adeguatamente a tutte i bisogni di mercato.

### Il network Magicline

La seconda giornata è invece iniziata con un meeting con il nostro marketing partner **Green Academy**. Un connubio strategicamente fondamentale che permette a Magicline di seguire indicazioni, spunti e suggerimenti provenienti direttamente da attività che operano sul mercato italiano e che garantiscono puntuale apporto di informazioni determinanti per l'operato del nostro gestionale.

### Il futuro del fitness con Magicline

Durante il resto dell'evento una moltitudine di interlocutori ha presenziato nello stand Magicline.

**Proprietari di palestre e centri sportivi** hanno avuto modo di apprendere maggiori informazioni riguardo al tipo di servizi offerti. Molti, affascinati soprattutto dalla molteplicità di soluzioni offerte dal software, hanno chiesto maggiori informazioni e prenotato demo gratuite per capire come questo ecosistema digitale possa supportare le loro attività. Altri, entusiasti, hanno persino deciso di legarsi a Magicline e siamo sicuri che altri faranno presto la stessa scelta.

È stata un'esperienza di grande successo e che ci vedrà protagonisti anche nel 2023!



**Michele Parisi**  
**Regional Director Southern Europe**  
[michele.parisi@sportalliance.com](mailto:michele.parisi@sportalliance.com)  
 Tel: +39 0971 16 80 048  
 Cell: +39 340 93 39 419  
[www.magicline.com/it](http://www.magicline.com/it)

# ALLENAMENTO ONLINE O NEL METAVERSO?



L'ALLENAMENTO  
ONLINE È  
FORSE GIÀ  
IL PASSATO,  
LO SGUARDO

AL FUTURO, LA  
NUOVA FRONTIERA  
DELL'ALLENAMENTO  
È NEL METAVERSO

L'allenamento online è un Trend che si è evoluto solo in questi ultimi anni a seguito dello scoppio della pandemia. Prima nessuno, o quasi, aveva pensato alle potenzialità dell'allenarsi online. Così come le riunioni di lavoro trovano oggi ampia applicazione tramite varie piattaforme, anche coloro che si sono attrezzati per proporre forme di allenamento online, sono riusciti a cambiare le abitudini di una fetta della popolazione costituita da **sportivi e amatori**.

Tra i principali vantaggi dell'allenamento online troviamo sicuramente:

- risparmio di tempo,
- investimento economico inferiore,
- minori rischi contagio.

## Ma è davvero soddisfacente allenarsi online?

La risposta è NI.

Se è vero che ci sono i vantaggi sopra elencati, ci sono alcuni aspetti negativi sia in termini fisiologici che mentali.

Intanto non è vero che si possono raggiungere le stesse intensità che si otterrebbero con **un allenamento in palestra** soprattutto per chi ha come obiettivo la necessità di aumentare la massa muscolare o dimagrire.



Altro aspetto da considerare per gli allenamenti online live (non parlo quindi di allenamenti registrati), vi è una criticità legata a piattaforme utilizzate e connessioni instabili da parte della persona che si allena o del Trainer. A questo problema che spesso può far perdere diversi minuti all'inizio o per tutto l'arco dell'allenamento, si aggiunge la criticità legata ai rumori di fondo perché capita che i Trainer abbozzano allenamenti nelle zone più disparate della palestra o peggio ancora di casa propria. (Non è così per tutti perché naturalmente ci sono i professionisti che si sono ben attrezzati).

## La versa criticità dell'allenamento OnLine

La criticità che ritengo più importante è il comportamento del Trainer durante l'allenamento online. Non avere le persone davanti, ma vederle solo attraverso uno schermo e in un ambiente più domestico, ha portato molti Trainer a **de-responsabilizzarsi** nel proprio ruolo di essere anche un ottimo feedback per la correzione degli errori

esecutivi, e un motivatore.

Ho visto persone pagare anche 40€ l'ora e allenarsi con un Trainer seduto davanti alla scrivania. Sono un ex Personal Trainer di successo e così non si lavora. **Serve qualità** e rispetto per il cliente che si deve dimostrare anche con l'empatia e l'engagement, la capacità di coinvolgere e trasmettere il concetto che "sono con te" durante l'allenamento.

Questa distanza virtuale tra Trainer e allievo durante gli allenamenti online, si fa quindi sempre più ampia in una distanza che diventa anche di tipo *emotivo-motivazionale* e che porta molte persone, nel giro di un tempo più o meno ampio, ad **abbandonare anche gli allenamenti online** per tornare agli allenamenti dal vivo o per sperimentare nuove forme di allenamento.

## L'allenamento nel metaverso: uno sguardo al futuro

Siamo nel 2022 e in questo articolo inizio a parlarvi di una nuova forma di allenamento di cui se ne sentirà parlare molto nei prossimi 5-10 anni.



# FITNESS MEGA STORE

Il più grande assortimento di prodotti professionali

[www.3enne.net](http://www.3enne.net)



## BROKER SERVICE

Selezioniamo per i nostri clienti  
prodotti professionali  
di marchi prestigiosi

## GARANZIA

- ✓ Miglior prezzo
- ✓ Consegna garantita
- ✓ Sconto superiore al 50%

3Enne Srls – [www.3enne.net](http://www.3enne.net) – [info@3enne.net](mailto:info@3enne.net) – 328.8773385



Ovvero agli **allenamenti nel metaverso**. Credo, anzi sicuramente, ad oggi, sono uno dei primi Imprenditori nel campo del fitness e dell'allenamento ad aver acquistato e provato la tecnologia di Oculus 2 per entrare nel mondo del metaverso. (Realtà aumentata). Significa vivere con più sensi, ma soprattutto attraverso la vista e il tatto (per la tecnologia di oggi), una realtà virtuale di qualità e intensità superiore rispetto alla realtà virtuale del pc o della televisione.

**Il metaverso non è solo un visore che consente di allenarsi** in una modalità più evoluta rispetto all'online, né tanto meno è semplicemente un visore che consente di scaricare applicazioni e giocare, anche con gli altri. Il metaverso è quella che in economia viene chiamata innovazione dirompente (disruptive) ovvero si tratta di quelle tecnologie destinate a cambiare il mondo con un **nuovo step-evolutivo**.

Un nuovo paradigma dell'esistenza nel rapporto ormai imprescindibile uomo-tecnologia. Nei prossimi anni nel metaverso, io già lo sto facendo, sempre più si lavorerà, si faranno call e meeting, si potrà andare a feste organizzate, si prenderanno i propri cinque minuti di pausa lavorativa per entrare in un altro mondo virtuale e rilassarsi. Queste e tante altre esperienze ci aspettano nella realtà diversificata e aumentata del metaverso.

Capisco che ad oggi possono essere **concetti difficili da digerire**: quando ho raccontato ai miei collaboratori personal trainer e fisioterapisti che ero andato a fare un giro nel mondo Venus del metaverso e mi sono scattato un selfi con un amico che vive in Spagna, e insieme siamo andati a vedere un concerto (sempre nel metaverso), mi hanno guardato come se fossi diventato pazzo ed hanno osservato un minuto di silenzio. Quindi capisco il fatto che potrebbe sembrare tutto un po' difficile da comprendere in questo momento. Per questo si tratta di tecnologia dirompente.

## Perché allenarsi nel metaverso?

Allenarsi nel metaverso è una esperienza che, utilizzando un aggettivo, definirei **unica**. Non abbiamo pensato la stessa cosa con l'avvento degli allenati online. Degli allenamenti online abbiamo pensato ad una esperienza, bella, originale, particolare, diversa... ma non unica.

Allenarsi nel metaverso significa essere catapultati in una dimensione alternativa. Un'altra dimensione che le parole non sono sufficienti per descriverla. **Bisogna provarla**.

Per far capire l'intensità della realtà aumentata, se si prova a salire sulle montagne russe (uno dei tanti programmi esistenti nel metaverso), si percepiranno le stesse sensazioni che si avrebbero andando realmente dal vivo sulle montagne russe, compreso il vuoto nello stomaco durante la discesa. L'unica esperienza che si può provare è la sensazione tattile-pressoria dell'aria sulla pelle.

## Applicazioni di allenamento nel metaverso

Il metaverso è già ricco di applicazioni che consentono di allenarsi in diverse forme:

- Allenamenti con personal trainer
- Corsi di gruppo
- Boxe e discipline di combattimento simili
- Tecniche di meditazione, yoga, pilates ecc.

Le applicazioni presenti hanno un grado di intensità sensoriale che sfiora la realtà del mondo fisico. E la sconvolgente novità (in termini positivi) è che comodamente da casa propria o in qualsiasi altro luogo come dal proprio ufficio, si può posizionare il visore sugli occhi ed essere catapultati in pochi secondi in altri mondi fatti di colori, **suoni e sensazioni studiate appositamente per divertire l'uomo**, rilassarlo e coinvolgerlo nel migliore dei modi. Allenarsi nel metaverso, io per esempio mi alleano con la boxe, è un'esperienza che non ha nulla da invidiare agli allenamenti fisici in palestra dal vivo.

Ci si può allenare con un Trainer virtuale oppure ci si può trovare con il proprio amico, che magari vive dall'altra parte del mondo, in una palestra virtuale, per fare insieme lo stesso allenamento; si vedono virtualmente i movimenti dell'uno e dell'altro e si sentono le reciproche voci come in una telefonata dall'effetto molto più realistico. Si possono anche fare **allenamenti di gruppo** con altre persone di tutto il mondo naturalmente. L'unico aspetto negativo che ad oggi rilevo negli allenamenti virtuali nel metaverso, è la mancanza di strumentazione e attrezzatura idonea per allenarsi con sovraccarichi per esempio: sacchi da box, pesi, bande elastiche ecc. ma sicuramente le cose cambieranno nel futuro prossimo.

## Conclusione realtà aumentata e allenamenti nel metaverso

La realtà virtuale, con la propria tecnologia, i propri servizi e con le applicazioni a disposizione, è già pronta per accogliere la più ampia fetta della popolazione. È la popolazione che ancora non è pronta mentalmente ed è il motivo per cui grandi Aziende come Meta (facebook), stanno producendo strumenti come Oculus di un livello tecnologico devastante, e li stanno immettendo sul mercato ad un prezzo ragionevole. Queste grandi Aziende come Meta e Google, sanno bene che per **creare la cultura**, devono tenere i prezzi contenuti e far sì che le persone in massa inizino a comprare i visori. Maggiori sono gli utilizzatori di realtà virtuale aumentata, **maggior sarà la normalità** con la quale verrà percepita. ■

### Fabio Marino

Laureato in Economia della Start-up  
Laureato in Scienze Motorie con master in Posturologia. Imprenditore e titolare dei Centri Kinesis Sport. Consulente di Palestre e Centri fisioterapici tematiche: Pianificazione e strategie aziendali-Creazione del Team. Scrittore e autore dei libri per professionisti: "REALIZZA IL TUO SOGNO" e "IL VIAGGIO DA PROFESSIONISTA AD IMPRENDITORE"  
[www.kinesisport.com](http://www.kinesisport.com)  
[fabio.marino@kinesisport.com](mailto:fabio.marino@kinesisport.com)

# Mese del fitness

**-15% SULLE NOSTRE SOLUZIONI**

Programma la nuova stagione  
e digitalizza il tuo centro sportivo!



scopri di più



## GESTIONE

### CLUB MANAGER

Software per una gestione facile e completa del tuo centro sportivo.



## PRENOTAZIONE

### MY SMART CLUB

L'app mobile per i tuoi servizi di prenotazione e acquisto di corsi, eventi e promozioni.



## SICUREZZA

### DISPOSITIVI DI CONTROLLO

Tornelli, lettori, gadgets, termoscanner e telecamere per rendere sicura la tua struttura sportiva.



## ALLENAMENTO

### TRAINING PROGRAM PRO

L'innovativo software in cloud per creare e monitorare allenamenti personalizzati + App Mobile per gli atleti.

PROMOZIONE VALIDA FINO AL 31 LUGLIO 2022

**PER INFO E PREZZI:**

Telefono: +39 095 393 205

E-mail: [info@xeniasoft.it](mailto:info@xeniasoft.it) - Sito Web: [www.xeniasoft.it](http://www.xeniasoft.it)

XENIASOFT SRL



# 3ENNE

## IL BROKER FULL SERVICE PER LA TUA PALESTRA



In un panorama sempre più complesso ed articolato, con dinamiche di mercato incerte ed in continua evoluzione, la **3Enne** è la prima realtà italiana a introdurre, in modo strutturato e completo una figura unica e assolutamente innovativa per il settore del fitness e del wellness: il **Broker Full Service**.

### Cos'è un Broker

Partiamo dal capire questa figura, conosciuta da anni in settori sicuramente più evoluti, come quello della finanza, quello immobiliare o assicurativo ma non presente nel settore del fitness professionale.

Il **Broker** è un professionista o un'azienda che si occupa di individuare, acquistare e vendere, per conto di altre persone e nel mercato di riferimento il bene più adatto per il cliente, sia esso un prodotto o uno strumento finanziario, con miglior rapporto qualità-prezzo.

Il broker può agire su una serie di classi di prodotto diverse tra cui azioni, beni immobili e assicurazioni, spesso addebitando una commissione per l'ordine da eseguire. Alcuni broker forniscono i dati di mercato e consigliano quali prodotti acquistare o vendere, a seconda che si tratti di intermediario full service o meno.

### Cos'è un Broker Full Service

Gli intermediari full service, offrono più di un servizio, tra cui ricerca dei prodotti, analisi di mercato e degli investimenti, consulenza fiscale. Chi non ha tempo di occuparsi della propria pianificazione imprenditoriale può trovare utile questo tipo di broker. Gli intermediari full service normalmente applicano commissioni superiori a quelle di altri broker. La principale differenza tra i broker full service e altri intermediari è la quantità di servizi offerti.

### Costo del servizio

La **3Enne**, pur ponendosi a tutti gli effetti come un intermediario full service per il titolare del centro fitness, offre questo servizio in modo totalmente gratuito. Nessuna spesa aggiuntiva, nessuna commissione, nessun costo nascosto.

Il cliente riceve preventivi dettagliati, elaborati per soddisfare le sue esigenze, con l'indicazione del prezzo offerto per ogni singolo prodotto e per ogni servizio (per esempio spedizione e montaggio), in modo da poterlo confrontare liberamente sul mercato con tutte le aziende fornitrici prima di sottoscrivere il contratto e solo dopo aver valutato la reale convenienza.



## Broker mercato & prodotti

### PER LE NUOVE APERTURE

La 3Enne introduce quindi una figura professionale mai esistita nel mondo delle palestre, un professionista di supporto e consulenza a 360°, che affianca l'imprenditore in tutte le scelte più importanti per l'apertura della sua attività:

- Analisi di mercato e territoriale;
- Scelta della location e consulenza di progettazione;
- Analisi degli strumenti finanziari disponibili sul mercato (finanziarie, fondi regionali ed europei, etc.);
- Scelta dei prodotti in funzione dell'indirizzo del centro e dei trend di mercato;
- Ricerca dei migliori fornitori, per qualità e prezzo, tra quelli possibili;
- Analisi e certificazione della disponibilità e della data di consegna;
- Affiancamento fino alla corretta evasione dell'ordine sottoscritto.

### PER I CENTRI GIÀ OPERATIVI

Sulla base di oltre 25 anni di esperienza maturata nel settore, il servizio offerto si articola nei seguenti punti:

- Individuare, sulla base delle indicazioni ricevute, il miglior prodotto per il cliente tra quelli offerti dalle aziende presenti sul mercato nazionale e internazionale;
- Verificare e certificare la disponibilità, la data certa di consegna e – previa accettazione del cliente – procedere con l'ordine;
- Garantire il prezzo più basso per lo stesso prodotto, con la formula del rimborso dell'eventuale differenza riscontrata.

## Quali vantaggi

Innumerevoli sono i vantaggi nell'avvalersi di questo servizio, alcuni immediatamente percepibili altri meno. Tra i primi, sicuramente si ha l'aver a disposizione una figura che affianca l'imprenditore in ogni passo, cercando di supportarlo con consigli che spaziano in campi diversi. Scegliere, per esempio, in un panorama di aziende e fornitori diversi può non essere semplice, con diversità in termini di progettazione dei prodotti, di qualità, di tempi di consegna e di costo finale.

Scorrendo l'elenco, come sopra dettagliato, è impossibile non apprezzare e non comprendere il valore dei servizi offerti. Valore che, se monetizzato, sarebbe sicuramente molto elevato.

Questo è un primo, grande vantaggio: usufruire gratuitamente di una lunga lista di servizi offerti da personale qualificato.

## Consegna certificata

Tra i numerosi vantaggi, uno su cui focalizzare l'attenzione è la consegna certificata. Quali problemi può comportare un ritardo di consegna ben oltre le intese contrattuali o la normale prassi commerciale? Quali danni di immagine o per mancati ricavi su un'apertura programmata e poi annullata?

Il broker assicura che la merce sia disponibile nel caso sia richiesta la pronta consegna o può garantire la stessa in base alle esigenze del cliente, eliminando tutti i rischi in tal senso. Dialoga direttamente con le aziende fornitrici e procede con l'ordine solo quando la consegna può essere certificata, regalando al cliente sicurezza e tranquillità.

## Prezzo più basso

Come se questo lungo elenco di opportunità offerte gratuitamente non bastasse, 3Enne garantisce il prezzo di acquisto più conveniente: il cliente può addirittura chiedere il rimborso della differenza se trova, a parità di condizioni ricevute, ad un prezzo più basso lo stesso prodotto che ha acquistato.

Quindi nessun costo per il servizio ricevuto e sicura convenienza sull'acquisto effettuato.

## Test gratuito e non impegnativo del servizio

La 3Enne invita ciascun cliente a prendere contatto per testare senza impegno il servizio. Basterà descrivere le proprie esigenze e attendere la proposta. Per il semplice acquisto di uno o più prodotti, o per un progetto più ambizioso e importante, il Broker Full Service di 3Enne offrirà una risposta immediata e conveniente, cucendola sulle esigenze di ognuno.



**3Enne S.r.l.s.**  
 Tel. +39.328.8773385  
[info@3enne.net](mailto:info@3enne.net)  
[www.3enne.net](http://www.3enne.net)

# IL CARISMA DELLO STAFF

## COME STRUMENTO DI ATTRAZIONE PER IL CLIENTE



FORMARE  
LO STAFF E  
INDIRIZZARLO  
VERSO  
L'ACQUISIZIONE

DI NUOVO ED EFFICACE  
CARISMA PER ATTRARRE  
ULTERIORI CLIENTI NEL  
CENTRO SPORTIVO



**Q**uando parliamo di carisma, ci troviamo coinvolti in un termine a cui diamo diversi significati.

A volte abbiamo poco chiaro come interpretarlo, come si possa implementare e in quale modalità si manifesta: mentre abbiamo una maggior certezza che sia uno stile comportamentale che ci attrae ci, incuriosisce, e allo stesso tempo affascina.

Siamo stupiti della bravura e l'abilità di un istruttore nel saper **coinvolgere e motivare** i propri allievi durante le lezioni, oppure, siamo felici di vedere uno staff di collaboratori che vivono un clima energetico, e a loro volta diffondono una operatività di mera attrazione e coesione tra ognuno loro.

Affascinante osservare un atleta sul podio dopo la sua vittoria, perché ci coinvolge e ci emoziona per l'energia e l'entusiasmo

manifestato. Straordinaria la maestria con cui un presentatore televisivo conduce il proprio spettacolo.

### Quali sono i motivi per cui siamo affascinati e attratti?

La definizione più semplice ed accreditata di carisma è *"condurre a se"* ovvero **saper attrarre le persone**, saperle coinvolgere, saperle motivare, saperle e volerle ascoltare con un certo pathos, sapere valorizzare la propria immagine.

Il carisma è anche saper avere un buon atteggiamento mentale verso se stessi e gli altri, conoscere e migliorare i processi della simpatia e della sintonia, sapere come fare per creare relazioni vincenti.

Ma quali sono i motivi per i quali ci sentiamo attratti in determinate circostanze?

Come può il carisma del nostro staff

supportarci nell'organizzazione del Club e lasciare nel cliente un ricordo positivo, e che lo attragga rispetto al **Club della concorrenza?**

In qualsiasi processo di crescita e di miglioramento "comportamentale" e di rinforzo trasversale delle soft skills, è determinante acquisire nuove competenze al fine di indirizzare il nostro verso la direzione voluta dal management per **finalizzare nuove strategie operative**.

Acquisite le nuove competenze, sarà determinante affrontare un percorso pratico, comportamentale ed istruttivo, per trasformare quanto appreso in nuove risorse e dare valore e risalto ai nuovi strumenti appresi.

### Dalla teoria alla applicazione pratica

Raggruppiamo in tre principali aree il percorso "formativo/

comportamentale” per rinforzare il carisma della nostra squadra:

- Area immagine;
- Area relazionale;
- Area motivazionale.

La cura e l'immagine del nostro staff, è il primo passo verso un cambiamento “attraente” per la nostra clientela.

Molto interessante raccogliere, mediante incontri e training specifici con i nostri collaboratori, quali sono i due fondamentali valori del nostro Club: Mission e Vision, e come diffonderli mediante l'immagine comunicativa.

Molti staff, seppur ben istruiti e formati, hanno poco chiaro cosa e quali siano i valori del proprio Club. Ma come si diffondere un'immagine e i valori del proprio Club, se non li si conosce?

Stabiliti e condivisi i valori del proprio Club, sarà opportuno trovare il colore, il logo, il motto, la peculiarità, la strategia e, attraverso

questa, tracciare l'immagine e iniziare un nuovo **cammino di crescita e di modalità operativa e comportamentale**.

Basti pensare a colossi come Apple, Amazon, Google, quanto hanno lavorato e lavorano affinché la propria Mission e Vision sia sempre più un segno distintivo e attrattivo per ogni singolo consumatore che, anche chiudendo gli occhi ed immaginando uno specifico prodotto, abbia molto chiaro il loro logo, brand e servizio.

Stabiliti i punti cardine sopra indicati, abbiamo costruito le fondamenta per **rafforzare il nuovo stile relazionale**.

### La relazione carismatica

La relazione carismatica è l'altro elemento a cui dedicare attenzioni per rendere uno staff più attrattivo, si tratta di una modalità relazionale che sappia attrarre i clienti per **lasciare un ricordo positivo**.

In prima battuta occorre avere molto

chiaro quale sia la definizione di comunicazione efficace ovvero **“una comunicazione che raggiunge lo scopo per cui l'abbiamo messa in atto”**, e

proprio per questo motivo, sarà opportuno formare il nostro staff affinché la modalità relazionale risponda allo scopo.

Entriamo in un aspetto molto interessante a cui ho dato il termine di “relazioni vincenti” ovvero una modalità relazionale e comportamentale che deve contraddistinguere e, nel nostro specifico, portare a una **costante attrazione del cliente** verso di noi e la nostra organizzazione.

Fondamentale intraprendere un percorso per il nostro staff che fornisca competenze definibili “calamita” e che questi strumenti diventino risorse quotidiane utilizzabili e spendibili nella nuova modalità relazionale, con facilità e soprattutto con naturalezza e spontaneità.



**Non c'è competizione tra salute e benessere.  
La nuova idea di palestra è HEALTHNESS®.**

Per incrementare la propria attività le palestre hanno la necessità di evolvere ed offrire una gamma di servizi: non solo mera attività fisica ma anche servizi salute.

Upwell da più di 25 anni opera come consulente nel mondo del fitness e dispone di un'esperienza unica in Italia per assistere l'evoluzione delle palestre tradizionali verso le nuove esigenze del mercato.



### Gli argomenti del nostro percorso di “relazioni vincenti”

In prima battuta va posto in atto un ascolto attivo e non giudicante, sarà indispensabile con ogni singolo cliente attuare una comunicazione ed un ascolto con leggerezza, cercando la sintonia e la sensibilità che a volte vediamo tra i ballerini, talmente importante che **ogni passo è la precisa conseguenza dell'altro** senza che vi sia mai una sovrapposizione dei ruoli.

Questa “danza comunicativa” deve essere una nuova modalità comportamentale dello staff che desidera mettere in atto una relazione carismatica, orientata a voler comprendere l'importanza di ascoltare e di carpire i bisogni, gli obiettivi e i desideri di clienti e frequentatori.

Il secondo strumento chiave che dobbiamo mettere a disposizione del nostro staff è insegnare loro, mediante moduli formativi, come si crea un **processo relazionale** chiamato “Rapport”, una relazione fondata su aspetti chiave: **sintonia, accordanza ed affinità**.

La P.N.L., ovvero una metodologia comunicativa nota come **programmazione neuro linguistica**, ci insegna come poter creare questa modalità relazionale imparando e mettendo in atto calibrazione, ricalco e guida.

Quando utilizziamo ed implementiamo i processi di “rapport” abbiamo sia come staff che come singoli individui,

l'opportunità di creare una relazione fondata in primis sull'obiettivo che abbiamo stabilito, e nel nostro caso saper “attrarre” i clienti e frequentatori.

Attraverso un percorso formativo indirizzato abbiamo l'opportunità di “guidare e indirizzare” ogni singolo cliente, verso la soddisfazione dei bisogni soggettivi.

### Motivazione e soddisfazione del cliente

Quando parliamo di soddisfazione del cliente occorre andare oltre un semplice sorriso che arricchisce la relazione, dobbiamo metaforicamente prenderlo per mano e portarlo verso il migliore percorso per fargli raggiungere i suoi obiettivi che l'hanno spinto nell'isciversi nel nostro Club.

Il terzo aspetto su cui puntare per una nuova formazione e addestramento, è la **motivazione del nostro staff**.

L'etimologia del termine motivazione ci fornisce un contributo per comprendere molti aspetti: *motivazione = dare un motivo all'azione*.

La motivazione unita agli altri elementi sopra indicati, consente di mettere in atto un processo di ulteriore attrazione della clientela.

Uno staff motivato infatti è sempre ed esclusivamente la conseguenza di un percorso formativo che insegna e illustra a ogni membro quali sono le fonti della propria personale motivazione per comprendere, arricchire ed

applicare, elementi fondamentali per dare motivi specifici collegabili alle azioni, e capire le competenze basilari della motivazione intrinseca e della motivazione estrinseca. Il risultato sarà che ogni membro sarà capace e abile a trasferire la propria spinta ed energia, l'animazione, l'empatia, verso l'azione: attrarre ogni singolo cliente.

### Siamo tutti attratti verso qualcosa

Siamo tutti piacevolmente incuriositi in alcune circostanze: serate di gala, caratteristiche dei personaggi dello spettacolo o della moda, oppure quando ci rechiamo a teatro per vedere il nostro comico preferito, attendiamo con piacere le sue battute, la sua voce, la sua modalità di presentazione. E dopo la serata rimane un bel sorriso sul volto, per quello che abbiamo visto, per i contenuti e per le emozioni che abbiamo vissuto: carisma è tutto questo.

Questi tre aspetti: **l'immagine, la relazione e la motivazione**, quando sono supportati da un obiettivo ben formato ed espresso in positivo, che l'obiettivo sia eccitante e che abbia una data definita entro la quale lo si vuol raggiungere, ci consentirà di poter avere un'organizzazione e un Club di eccellenza.

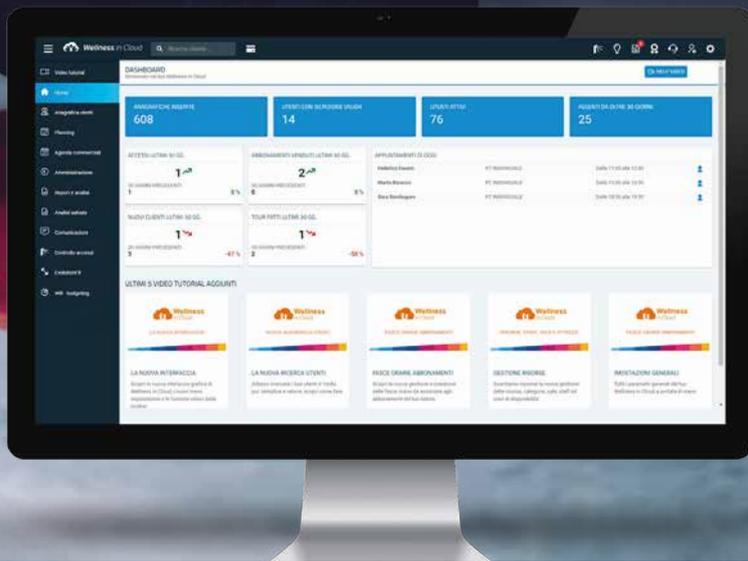
Il nostro grande obiettivo per l'imminente futuro, sarà **saper creare e formare una nuova organizzazione** che sia orientata nel saper mettere in campo tutte le nuove soft skills al fine di saper valorizzare ogni elemento distintivo.

La nuova organizzazione sarà caratterizzata da un modus operandi orientato nel saper cogliere e raccogliere ogni piccola sfumatura organizzativa e relazionale, al fine di voler lasciare un ricordo positivo dei valori del nostro Club ovvero Mission e Vision. ■

*Sandro Castellana*

Club Manager Anytime Fitness Italia  
Cernusco sul Naviglio, Life & Sport Mental  
Coach Professionista e Formatore per le  
materie sulla comunicazione, motivazione  
e team building  
[info@sandrocastellana.it](mailto:info@sandrocastellana.it)

# Software gestionale per palestre, piscine e centri fitness



## NEWS

**POS Digitale integrato**  
e sei in regola con la  
normativa sui pagamenti  
elettronici

-  Prenotazioni corsi e attività
-  Abbonamenti e rinnovi automatici
-  Acquisti e pagamenti online
-  Gestione contabilità ASD e SSD
-  Controllo accessi
-  Schede allenamento

Contattaci su:

-  [wellness@teamsystem.com](mailto:wellness@teamsystem.com)
-  [wellness.teamsystem.com](http://wellness.teamsystem.com)
-  [@teamsystem.wellness](https://www.facebook.com/teamsystem.wellness)



Scopri di più



La soluzione più scelta in Italia.

# LA FORMAZIONE DI QUALITÀ CON NonSoloFitness



**Formarsi e tenersi aggiornati nel settore del fitness è un imperativo assoluto per chi vuole inserirsi sul mercato da Professionista, cercando di massimizzare i risultati e distinguersi dalla concorrenza**

Da oltre 20 anni NonSoloFitness opera sull'intero territorio erogando oltre 40 differenti certificazioni professionali, tutte con Diploma Nazionale emesso direttamente dall'EPS ric. dal CONI, e conformi alle vigenti normative in materia.

## **In cosa si differenzia la formazione di NonSoloFitness**

Senza dubbio la **qualità** e la **continuità**! La qualità è relativa a ogni singolo aspetto dei corsi erogati, a partire dai docenti che operano in azienda, oltre 70 professionisti quasi tutti plurilaureati, molti con un trascorso da docenti

universitari, o tuttora con tale incarico; passando per il **materiale didattico** incluso nei corsi, sempre e solo libri di testo di altissimo valore scientifico. Niente dispense da stampare o materiale a pagamento, un prezzo chiaro che comprende tutti i servizi necessari.

Ogni studente ha pieno e illimitato accesso ad un'area personale con video di approfondimento e altro materiale didattico per una preparazione più efficace.

## **La banca lavoro del fitness**

In termini di continuità, ogni studente può attivare senza alcun costo e senza scadenze, il proprio profilo nella banca lavoro del fitness ([www.bancalavorofitness.com](http://www.bancalavorofitness.com)), un database specifico che aiuta l'inserimento nel mondo del lavoro. Un sistema di ricerca geografica automatizzato che consente l'incontro della domanda e dell'offerta. Migliaia sono gli accessi giornalieri, con altrettante possibilità per ogni istruttore di trovare agevolmente centri fitness e privati alla ricerca di un professionista da impiegare.

## **Oltre 400 webinar gratuiti con attestato**

La continuità della formazione non si esaurisce con i corsi, ciascuno studente nonsolofitness, anche dopo la

conclusione del suo percorso, può accedere a centinaia di webinar monotematici su allenamento, alimentazione, personal branding, biomeccanica, discipline sportive, per migliorare le sue conoscenze. I webinar sono tutti in diretta, quindi chiunque può ulteriormente porre domande e sciogliere i dubbi. Ma è anche possibile guardarli in differita e senza scadenza. Per ogni webinar gli studenti NonSoloFitness potranno richiedere **l'attestato di frequenza gratuito**, senza alcun limite!

## I riconoscimenti Nazionali, Europei e Internazionali

Tutti i corsi di formazione erogati prevedono il rilascio del **Diploma Nazionale EPS CONI**, l'inserimento nell'albo degli istruttori secondo la normativa, e la certificazione europea. Dal 1 gennaio 2019 NonSoloFitness è riconosciuta sia dalla **AFAA** e dal **NASM** come *Approved Continuing Education Provider* (Provider Approvato di Formazione Continua), e ciascun corso concorre quindi al riconoscimento internazionale.

NonSoloFitness è anche *Preparatory Academy Recognised EurEthICS Registered ETSIA*, protocollata NSF - ACDY 0069/2020. E i corsi sono validi ai fini del rilascio del **Certificato Europeo EQF4** e per l'inserimento nell'Albo Europeo.

## Una rivista tecnico scientifica in abbonamento gratuito

I vantaggi non si concludono, ciascuno studente riceve un abbonamento annuale gratuito alla rivista **Scienza e Movimento**, organo tecnico scientifico che da anni pubblica articoli dei più importanti divulgatori scientifici del panorama del fitness. Un ulteriore modo per garantire la continuità nella formazione e un supporto ai professionisti del settore.

## Dove e come frequentare i corsi NonSoloFitness

I corsi sono erogati in tutta Italia, con una rete capillare che prevede la presenza di almeno un centro di



formazione praticamente in ciascuna regione italiana. Oltre **40 certificazioni possibili** divise per: Area Personal Trainer, Area BodyBuilding, Area Posturale, Area Fitness, Area Funzionale, Area Pilates, Area Fitness Musicale, Area Olistica, Area Preparazione Atletica, Area Fitness in Acqua. Ma non è finita, ciascun corso è fruibile anche in modalità FAD (**Formazione a Distanza**) restando comodamente a casa. Non si tratta di una formazione in qualche modo passiva, a ciascuno studente viene assegnato un tutor di riferimento con il quale confrontarsi e approfondire.

## Tutti gli strumenti per i professionisti

Naturalmente non è finita, perché NonSoloFitness fornisce tutti gli strumenti necessari ai professionisti, tra questi la possibilità di attivare un **Software per l'elaborazione dei programmi di allenamento**, eseguire la valutazione antropometrica e funzionale della clientela. Un prodotto di punta e recentemente rinnovato che non richiede installazione! Il Trainer Program® infatti sfrutta la rete per il suo funzionamento, è quindi accessibile ovunque anche con un semplice smartphone, e non solo per il professionista, anche per il cliente che potrà visualizzare in tempo reale la sua programmazione. NonSoloFitness è anche **casa editrice specializzata**, ed è quindi possibile accedere a un vasto catalogo di libri per studiare e tenersi aggiornati.

Come iscriversi o richiedere informazioni

L'iscrizione ai corsi è possibile facilmente dal link rapido [www.nsf.it](http://www.nsf.it) ma è anche possibile richiedere informazioni per telefono o email ai recapiti **06.40.40.39.25** o a [supporto@nonsolofitness.it](mailto:supporto@nonsolofitness.it)



Tel. **06.40.40.39.25**  
[www.nonsolofitness.it](http://www.nonsolofitness.it)

# LE PAROLE GIUSTE

## PER I PROFESSIONISTI DEL FITNESS



FOTO, FILTRI,  
VIDEO,  
STORIES, E  
REEL, GLI  
ELEMENTI

VISIVI SONO I PADRONI  
INDISCUSSI DI  
OGNI STRUMENTO,  
VETTORE O FORMA DI  
COMUNICAZIONE ATTUALE.  
MA LE PAROLE CHE FINE  
HANNO FATTO?



**N**ella comunicazione di oggi le immagini sembrano predominare, ma siamo sicuri che le parole non abbiano più importanza? Ovviamente sì! Il contenuto testuale rappresenta lo strumento di comprensione, approfondimento, e “vendita”, imprescindibile per qualsiasi azione commerciale. Non c’è coinvolgimento, interazione o conversione senza le giuste parole. Se è vero che l’immagine colpisce, e attira maggiormente l’attenzione, è il testo che soddisfa i primi bisogni dell’utente, un filtro iniziale, ma fondamentale, che determina la riuscita di qualsiasi **campagna commerciale**. Forse è per questo che negli ultimi tempi si sente molto spesso parlare di **copywriting**, peccato però che solo in pochi conoscano il vero significato di questo termine, e la sua reale utilità.

### Copywriting: cosa non è

Da non confondere con il termine copyright, che indica il diritto del

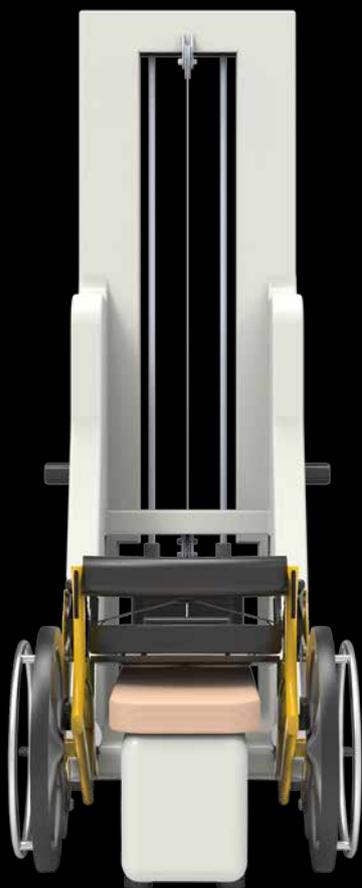
titolare dell’opera di utilizzarla in modo esclusivo, salvo qualche eccezione. Il copywriting è un settore ampio ed eterogeneo, definirlo semplicemente come l’attività di scrivere testi risulterebbe una risposta limitata e poco esaustiva, ma quindi cos’è? È **marketing!** O meglio un’attività che necessita di conoscenze specifiche e di uno studio strategico e analitico degli obiettivi, del mercato e del **target** di riferimento del **brand**, elementi fondamentali per il raggiungimento di determinati risultati. Il copywriting non è un’arte, anche se è richiesta una buona dose di creatività, non è nemmeno una scienza purtroppo, perché non esistono leggi certe che conducano ad altrettanti certi risultati. Fare copy è tutto questo e molto di più, significa creare ma utilizzando un metodo strutturato e preciso, significa conoscere le regole del testo e della grammatica, giocare con il significato delle parole, delle figure retoriche e di tutti quegli elementi che, seppur

testuali, riescono (se utilizzati sapientemente) a coinvolgere chi legge, ad emozionarlo, a condurlo inconsciamente a compiere un’azione specifica, o soltanto ad avvicinarlo di più all’oggetto, al tema o al brand di cui si sta parlando.

### Non c’è pubblicità senza comunicazione

Nell’ambito del settore **fitness e wellness** la figura del copywriter è di necessaria utilità, usufruire delle competenze di un professionista del testo aiuterebbe innanzitutto nell’azione fondamentale e più sofferta oggi, da qualsiasi realtà sportiva o meno, ovvero distinguersi nel mercato. Trovare il proprio posto, differenziarsi dai vari competitor, emergere e richiamare un proprio target specifico, sono tutte azioni che ne presuppongono un’altra alla base: comunicare la propria **identità**. Ovvero, raccontare e informare, in maniera semplice e chiara, utilizzare un “**tone of voice**” adeguato, un modo di parlare, un

"La **disabilità** non si trova  
nella persona,  
ma nell'**ambiente circostante**"



Prenota la **PROVA GRATUITA**  
nella tua struttura  
(in base alle disponibilità)

 **wheel**®

MILANO

[www.owheel.it](http://www.owheel.it)  
[info@owheel.it](mailto:info@owheel.it)



Inquadra il QR Code  
per guardare il video

DISPOSITIVO MEDICO  
CLASSE 1



MADE IN ITALY



TESTATA DAL  
**POLITECNICO**  
MILANO 1863

tono di voce che rispecchi sia i valori dell'azienda, che quelli del pubblico di riferimento a cui si vuole arrivare. Una buona fetta di **comunicazione pubblicitaria** si sviluppa **off line**, basti pensare agli annunci pubblicitari per riviste e quotidiani, ai cartelloni per strada, ai testi sul **packaging** di prodotti, o coupon. Le brochure e i **flyer**, gli spot televisivi e radiofonici o le lettere commerciali. Nel **mondo digitale** troviamo altrettanti strumenti che veicolano messaggi pubblicitari (e per cui serve un copy specifico): le **newsletter**, le schede di prodotti per i **siti e-commerce**, i banner, gli annunci pubblicitari online, i **podcast** e gli articoli di blog e magazine online. Mezzi differenti che utilizziamo ogni giorno, ma se ci soffermassimo ad osservarli con occhio più tecnico ci accorgeremmo che in ognuno i testi sono di fondamentale importanza, ma utilizzati in maniera diversa per rispondere a tecniche e obiettivi specifici.

### Copywriting e fitness: un'accoppiata vincente

Assodato tutto questo cerchiamo

ora di illustrare il perché sarebbe utile (anche nel settore sportivo) collaborare con un copywriter, o perché no iniziare ad arricchire le proprie competenze in questo campo. Riuscire a creare **contenuti coinvolgenti** e racconti emozionali aiuta a fidelizzare, generare nuovi **referral**, dare motivazione, suddividere i **prospect** in "percorsi" diversi, finalizzati ad obiettivi specifici. Tutte azioni fondamentali in un **piano marketing** di successo. Se non è sempre possibile affidarsi ad un professionista, o come spesso succede ad un'agenzia che gestisca tutti i vari aspetti comunicativi, per questioni di budget o aspetti gestionali, resta comunque utile (per non dire necessario) avvicinarsi a questo mondo delle parole, e acquisire le basi per imparare a gestire in maniera più funzionale il copy della propria azienda, brand, studio o altro. Chi meglio di un proprietario, trainer, collaboratore che vive ogni giorno la propria azienda può conoscere il **target di riferimento**, le reali necessità, e trasmettere nella maniera più accurata, e sentita" possibile, le caratteristiche più importanti del

prodotto, o servizio che vende?

Chi vive ogni giorno le criticità, le soddisfazioni e quelle dinamiche particolari che costruiscono la quotidianità di un centro, di una palestra o di uno studio, custodisce già un'importante bagaglio che può rivelarsi straordinario se utilizzato sapientemente.

### Consigli utili per scrivere meglio e vendere di più

Non si diventa copywriter da un giorno all'altro, ma compiere alcuni passi può aiutare chiunque voglia a gestire meglio la propria comunicazione, e crescere a livello di **visibilità**.

1) La lettura innanzitutto! Di qualsiasi cosa si tratti, leggere apre la mente e rafforza le competenze linguistiche e grammaticali, senza le quali è inutile cimentarsi in qualsiasi produzione testuale.

2) Curiosità e ricerca, come per qualsiasi settore non c'è niente di più utile che scoprire e analizzare strumenti che non utilizziamo già, i **social** sono un esempio utilissimo! Ognuno funziona diversamente, e utilizza testo e immagini secondo regole precise. Capirle vi aiuterà a strutturare meglio i vostri post e campagne.

3) Non dimenticare l'**utente finale**, prima d'iniziare a scrivere qualsiasi testo bisogna aver chiaro a chi è diretto, e qual è il fine del nostro messaggio. Scrivere in maniera troppo articolata, tecnica e complessa non è mai funzionale nel mondo della **pubblicità**.

In ultimo ma non per importanza, l'**aspetto creativo**, senza il quale nessuna azione pubblicitaria avrebbe senso. Creare, provare e sbagliare, mantenendo però la propria **unicità**, è questo il segreto per raggiungere risultati sempre migliori, nella comunicazione, nelle vendite e nella vita in generale. ■

### Vanessa Cocco

Copywriter, social media manager, web content editor. Esperta di comunicazione nel settore sportivo, gestisce e coordina l'attività comunicativa di associazioni di promozione allo sport a livello nazionale, centri fitness e piscine. [vanessa.cocco86@gmail.com](mailto:vanessa.cocco86@gmail.com)





# CIWAS

Confederazione  
Italiana Wellness  
e Attività Sportive  
per la Salute

**#UnitiPerLoSport**

# ADESSO TOCCA A TE!

**SCRIVIAMO INSIEME IL NOSTRO FUTURO.**

Ciwas **ascolta** ed **amplifica** la tua voce, per **ridurre la frammentazione ed aumentare l'autorevolezza** di Palestre, Piscine e Centri Sportivi.

Scegliere di appartenere a **CIWAS - Confederazione Wellness** è un atto di valore che manifesta il tuo impegno per **tutelare, accrescere e proteggere** il Settore del Wellness e delle Attività Sportive per la Salute.

**ORA TU PUOI SCEGLIERE !  
SCEGLI DI AFFILIARTI A CIWAS:**

**[WWW.CIWAS.IT/AFFILIAZIONE](http://WWW.CIWAS.IT/AFFILIAZIONE)**

# CONTENT MARKETING

PROMUOVERE, SEDURRE E VENDERE CON I CONTENUTI



Ed. Hoepli  
256 pagine  
26,50€

Di quanto siano importanti i contenuti nell'acquisizione di nuovi clienti ne abbiamo parlato anche in questo numero della rivista, nell'articolo di Vanessa Cocco. Per approfondire meglio l'argomento e utilizzare questo importante supporto nel favorire la diffusione del proprio messaggio commerciale e non solo, finalizzato ad aumentare gli iscritti al proprio club, vi consigliamo il libro "Content Marketing" di Luca Conti e Cristiano Carriero.

Come gli stessi autori ci ricordano, la battaglia dell'attenzione si vince con i contenuti, attraverso i quali raggiungere e stimolare l'interesse di potenziali clienti. In un momento in cui i media tradizionali perdono terreno a vantaggio di app e media digitali, ogni azienda/organizzazione ha l'opportunità di diventare essa stessa un editore, producendo e curando i propri contenuti: testi, video, infografiche e molto altro.

Questo processo già enormemente di rilievo, ha subito un'accelerazione incredibile negli ultimi anni, dove l'uso delle piattaforme si è intensificato e di conseguenza sia la stretta dei competitor che l'impiego di tali media da parte degli utenti finali per operare le loro scelte d'acquisto, soprattutto nel settore fitness.

"Content marketing", continuano gli autori, vuole aiutarvi a ragionare come professionisti, analizzando i bisogni dei destinatari che volete contattare, pianificando le attività necessarie, con metodo e continuità. Strategie, consigli per un piano editoriale corretto e best practice di aziende e specialisti rendono questo volume un programma da applicare subito. Il content marketing vi consente di emergere dal mare magnum della rete, permettendovi di conquistare l'attenzione e la fiducia dei vostri clienti, attuali e futuri. È una delle grandi opportunità per il vostro business.

## I SEGRETI DEL PERSONAL BRANDING

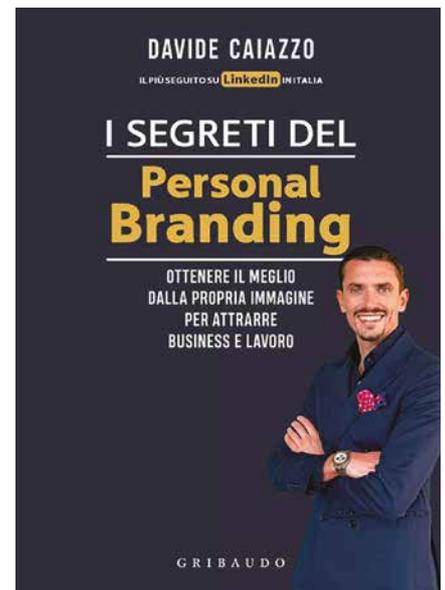
OTTENERE IL MEGLIO DALLA PROPRIA IMMAGINE PER ATTRARRE BUSINESS E LAVORO

Il personal branding è un elemento troppo spesso sottovalutato nell'ambito del business, ma di fatto è un elemento decisivo al momento di operare qualsiasi scelta che determini un esborso economico. Quando scegliamo un professionista, una azienda, perfino un semplice film, l'opinione sul protagonista che sta dietro ogni settore, è una leva decisionale di grande importanza.

Non meno di rilievo è nell'ambito dei fitness club, che non a caso si contendono i migliori istruttori e presenter. Dietro tanta bravura, c'è sempre l'abilità nel costruire la propria fama, la propria riconoscibilità, in altri termini il proprio personal branding.

Questo volume di Davide Caiazzo aiuta i tanti per i quali il personal branding è ancora sconosciuto. Come afferma l'autore, parlando del testo, tutti ogni giorno (a volte senza rendercene conto) "facciamo personal branding", comunichiamo agli altri qualcosa di noi. Questo manuale, con un linguaggio sempre chiaro, diretto e molti esempi pratici, spiega che cosa possiamo fare quotidianamente per migliorare la nostra immagine e quella della nostra azienda, del nostro profilo social oppure della nostra professione. Un libro utilissimo per imprenditori, liberi professionisti e dipendenti, ancora di più in tempi in cui i nuovi media hanno moltiplicato enormemente la possibilità di mettere in evidenza le competenze e i talenti che, se comunicati in modo corretto, si trasformeranno in una sicura fonte di guadagno e di successo.

Un testo utile non solo agli imprenditori del fitness ma anche a istruttori e Personal Trainer che potranno apprezzare l'appendice dedicata al miglioramento del proprio profilo LinkedIn.



Ed. Gribaudo  
160 pagine  
14,62€

# LA SERENITÀ DELLA SOCIETÀ DI GESTIONE



LE GESTIONE  
FLUIDA E  
SERENA  
DEL CENTRO  
PERMETTE

DI DIVIDERE I COMPITI,  
APPLICARE PROTOCOLLI  
CON PRECISIONE E  
METODO E MASSIMIZZARE  
I RISULTATI



Indipendentemente dall'attività di cui si occupa una organizzazione, non c'è dubbio che la serenità debba essere alla base di tutto. Per serenità si intende ovviamente un clima sereno all'interno dell'organizzazione, tra i collaboratori e tra i soci titolari dell'attività.

## Cosa si intende per serenità?

Vuol dire che tutti vanno d'amore e d'accordo? Ovviamente NO.

Per serenità si intende quell'**equilibrio all'interno del gruppo** tale da mantenere rispetto, confronto, rispetto dei ruoli e chiarezza nei metodi e nei protocolli da seguire.

Per ottenere ciò occorre prima di tutto avere ben chiaro come è strutturata l'azienda:

1. **organigramma**
2. **divisione dei compiti**
3. **metodi e protocolli**
4. **tempi di intervento**

## Organigramma

L'organigramma è la prima cosa in assoluto da fare. Stabilire in una **struttura piramidale** dove

sono suddivisi i reparti e come è organizzato il personale. In alto, al primo posto, il titolare del centro che comunica direttamente con il direttore. Spesso la 2 figure combaciano. Sotto i responsabili di settore:

- amministrazione
- commerciale
- tecnico
- medico
- manutenzione

Sotto ancora tutti i sottoposti di ogni settore. Ci saranno poi tutti i collegamenti tra loro.

Non spiegheremo in modo capillare tutto l'organigramma di un'azienda, ma quello che conta è capire che la suddivisione dei ruoli e il loro livello **determina una chiarezza nel modus operandi**. Il "capo" parla direttamente con i suoi sottoposti che sono i responsabili di settore. A loro volta parleranno con i loro collaboratori. Ogni settore è sostanzialmente organizzato come un organigramma nell'organigramma. Questa suddivisione fa sì che difficilmente possono nascere incomprensioni o diverbi tali da compromettere la serenità del centro.

## Divisione dei compiti

Nell'organigramma verranno poi successivamente definiti i compiti. Nelle caselle verranno inserite le varie attività specifiche. La definizione dei compiti chiarisce in modo indiscutibile l'organizzazione del centro. Se tutto ciò viene scritto e divulgato non ci potrà più essere un pessimo gioco di scarica barile che spesso avviene. Stabilire in pratica **chi fa che cosa**.

Questo aiuta anche a chiarire bene come il centro intende operare. Se io inserisco la reception sotto il responsabile commerciale, non potrà accadere che un tecnico dia ordini ad una receptionist, egli parlerà con il suo responsabile che ne parlerà con il responsabile commerciale, in modo così che ogni elemento del personale non subisca delle "umiliazioni" **tali da creare successivamente tensioni**.

Mi è capitato spesso di sentire discutere un collaboratore addetto al ricevimento con un istruttore o un commerciale con il medico. Ciò accade proprio per mancanza di chiarezza dei ruoli ed il rispetto di essi. Va detto che questo tipo di tensioni capitano tutti i giorni in tutti i settori.

Ecco la necessità di **chiarire bene l'organizzazione della società**, subito dall'inizio.

### Metodi e protocolli

Il terzo punto essenziale è la definizione dei metodi e dei protocolli. Una volta stabilito cosa propone il centro, è necessario stabilire in che modi avviene la realizzazione delle proposte. Per capirci innanzitutto il centro deve **definire la sua identità**: può essere un centro dimagrimento, un centro dove si pratica body building, oppure una struttura per anziani. Insomma, il centro deve chiarire tra i titolari quale sarà il suo interlocutore. Una volta deciso questo occorrerà **definire la metodologia applicata**: visita medica all'inizio, controlli e monitoraggi, schede di allenamento, corsi; tutto ciò che determina l'obiettivo della struttura e definire i protocolli da applicare. Per raggiungere l'obiettivo il cliente applicherà il metodo proposto e si sottoporrà ai protocolli decisi per raggiungere il successo richiesto. Anche in questo caso, se tutto viene discusso nei vari ambiti definiti precedentemente dall'organigramma, affrontando nei vari settori i metodi e i protocolli di cui parlavamo, non può esserci tensione nel gruppo.

### Tempi di intervento

La tempistica è ciò che determina l'efficienza di una struttura, se si interviene subito in qualsiasi settore, **il pubblico frequentatore è soddisfatto**. Questo non vuol dire fare le cose in fretta con il rischio di farle male, vuol dire dimostrare che

il centro ha una struttura attenta alle sue problematiche. Quindi nella struttura dell'organigramma, ogni settore si deve prendere la responsabilità per il suo ambito di intervenire nei tempi corretti, valutando prima quanto tempo occorre e comunicandolo agli altri settori. Mi è capitato spesso di sentire personale accusare un collega perché non interviene nei tempi dovuti, questo succede perché non vengono decisi prima gli interventi e non viene comunicato la tempistica. In alcuni casi occorre più tempo e perciò gli altri settori devono esserne a conoscenza evitando così di formulare accuse.

### I soci titolari

Tutto ciò che abbiamo detto in modo molto sintetico, è per spiegare che i titolari di un centro devono aver ben chiaro come impostare la gestione. Occorre impostarla e sostenerla rispettandola e facendola rispettare. Capita troppo spesso che i titolari parlino al personale scavalcando i responsabili di settore **delegittimandoli e creando confusione**.

Se la società di gestione è costituita da più soci, è necessario che i ruoli tra loro siano chiarissimi e lo siano anche al personale. È necessario, inoltre, che uno non scavalchi l'altro. Le divergenze devono essere ripianate tra loro all'oscuro assoluto del personale. I dissapori non devono trapelare nel personale.

Questo altrimenti **provoca soprattutto disorientamento**.

Al di là del semplice pettegolezzo,

il messaggio pericoloso è che se i titolari litigano tra di loro, potrebbe essere successivamente messo in discussione il futuro stesso della struttura.

Inversamente invece, se c'è serenità tra i soci proprietari, si trasmette nell'organizzazione una tranquillità che permette al personale di lavorare meglio e con più determinazione perché avverte l'idea di uno sviluppo futuro.

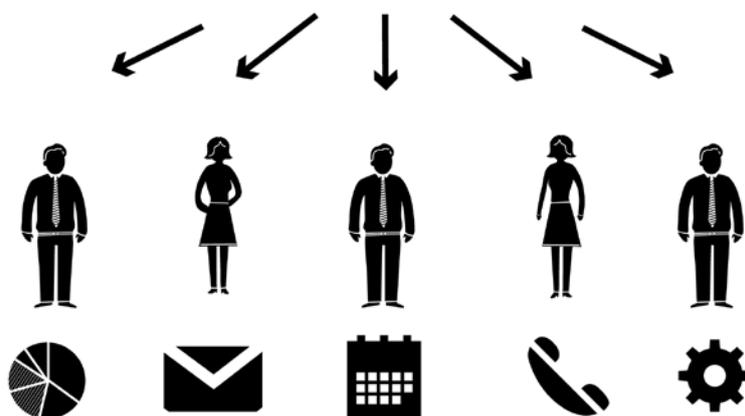
Il confronto interno può anche essere acceso, ma l'obiettivo è di arrivare ad una soluzione condivisa per dare sicurezza al gruppo. Quando non si arriva ad un compromesso, si decide di attuare una soluzione che può comunque essere modificata successivamente. Tutto questo poi va comunicato ai vari settori che a loro volta avranno le loro opinioni da riportare in uno step successivo.

Se poi le divergenze tra i soci titolari non si superano, occorre che tra loro decidano di separarsi ma sempre **senza coinvolgere direttamente la struttura** onde evitare una forte destabilizzazione che può determinare alla fine un calo delle vendite. Il personale deve poter continuare a lavorare serenamente attuando il sistema impostato precedentemente senza dover porsi domande sul futuro del centro.

Infine, può succedere che uno o più soci titolari abbiano un buon rapporto di amicizia con alcuni collaboratori e che si sfoghi con loro. A volte addirittura per cercare alleanze future da coinvolgere nelle battaglie societarie. Errore imperdonabile!

Come già detto i titolari **non devono assolutamente coinvolgere i collaboratori** (anche se amici) proprio per evitare gravi destabilizzazioni e/o gravi fazioni che non hanno più l'obiettivo del buon servizio ai clienti ma la battaglia per nuovi schieramenti e nuovi ruoli.

Portare sempre serenità e mantenerla ad ogni costo! ■



*Fabio Swich*

Ideatore di UpWell, società di servizi benessere, e pioniere del cardio-fitness dal 1986.

[fswich@upwell.it](mailto:fswich@upwell.it)

# PALESTRE E IMPIANTI SPORTIVI

## ATTENZIONE AGLI ERRORI DA PRINCIPIANTI



FRUTTARE LE  
COMPETENZE  
ACQUISITE PER  
MIGLIORARE  
LA PROPRIA  
STRATEGIA  
COMMERCIALE:  
COME DA UN CASO  
CONCRETO NASCANO  
IDEE PER IL GESTORE  
DELL'IMPIANTO SPORTIVO



**A**nche questa volta durante un incontro con un fornitore per allestire la palestra di un hotel, non sono riuscito a togliermi dalla testa la battuta finale dello sketch di cabaret "La rapina in banca" che si concludeva con un: "Zitti voi, che volete saperne di più del rapinatore?".

**La pratica lavorativa è fatta di regole** che servono per non farti pensare. Una di queste regole è quella che, comunque vada, il fornitore ne sa sempre più di te. Devo ammettere che per accettare questa regola c'è voluto molto tempo e tanti errori da parte mia, ma alla fine della fiera questa regola è sempre valida e provo a raccontarvi perché.

### Perché ricordarsi bene di questa regola

Mi sono chiesto, perché proprio in quel momento ho sentito l'esigenza di ricordarmi di questa regola? Eppure con la fornitura di attrezzature fitness agli hotel ho abbastanza dimestichezza. Ma proprio in quel momento mi sono ricordato un avvenimento di gioventù, quando nei primi anni novanta alle dipendenze di un tour operator mi è stato affibbiato il compito di attrezzare le palestre degli hotel gestiti dal Gruppo. Allora con un diploma Isef in tasca **pensavo di sapere tutto**, ma purtroppo era tutto quello che sapevo.

Peccare di orgoglio da giovani ci sta, specie se il conto lo pagano gli

altri. Ma nel caso delle palestre si sa bene chi paga il conto.

Una volta entrato in tema di amarcord mi sono tornate in mente tutte quelle volte che come product manager di tour operator, in modo cinico guardavo negli occhi l'albergatore, mio santo fornitore, e illudendolo con giochi di prestigio gli offrivo mari e monti, e il fatto di essere il migliore a vendergli le camere solamente per strappargli le migliori condizioni economiche al limite del centesimo.

Indipendentemente che si trattasse di attrezzature sportive o di camere consideravo, sbagliando di brutto, i miei fornitori puramente sul piano commerciale.

È normale direte voi, che il commercia voglia chiudere l'affare e portare a casa i soldi. Ma non è sempre così.

### È finito il tempo della vendita dei servizi, occorre vendere esperienze

Dovete sapere che fino a poco tempo fa le compagnie aeree vendevano sedie, mentre oggi vendono esperienze. Questo cambiamento a prima vista banale non lo è per una azienda abituata ad avere un rapporto numerico con i suoi clienti. Non è stata una mutazione dal mattino alla sera, ma piuttosto un percorso che queste compagnie aeree hanno vissuto insieme agli operatori turistici, un percorso comune tra fornitore e compratore. Se sono riusciti loro, tutto è possibile.

A differenza di altri settori merceologici, comprare attrezzature e servizi in ambito sportivo è un'arte che non può essere relegata a pura compravendita. Il gestore di un centro fitness è il Michelangelo delle palestre che, al pari dell'artista che sceglieva con il cavatore di marmo i tagli migliori, dovrebbe **creare un prodotto e servizio insieme al suo fornitore.**

### Dalla teoria alla pratica: un esempio concreto

Andiamo sul concreto. Ipotizziamo di voler coinvolgere il produttore/fornitore che più commerciale non c'è, come per esempio un



noto brand di running. Prima di tutto è importante avere una idea chiara del business da proporre al fornitore, che deve essere coerente con il territorio su cui si agisce e del quale dobbiamo sapere tutto; la densità di popolazione, le aree abitative coinvolte, i dati sul target running: negozi specializzati, grandi catene di articoli per sportivi, ecc. insomma una foto in 3 D. Prendiamo come esempio la zona San Siro di Milano che, per i suoi parchi, attira tantissimi runner e nella quale non sono presenti altrettanti servizi dedicati.

**Le aziende hanno sempre bisogno di proporre novità** ben collocate sul territorio e pertanto iniziative come "prova le scarpe in palestra e comprale nel negozio" oppure "allenati in palestra e diventa presenter" possono sicuramente essere vincenti.

La sottoscrizione di una Membership Card, emessa dal fornitore, che da accesso ad una serie di chicche esclusive riservate ai runner che vogliono vivere le stesse sensazioni che provano i professionisti va verso questa direzione.

Ma non solo, con lo sviluppo di una App dedicata la Membership Card

consentirà di partecipare a diverse sfide, di accumulare punti attraverso i chilometri percorsi, di **ottenere sconti su prodotti e servizi.**

La Membership Card porterà i runners all'interno della palestra per utilizzare alcune delle chicche. Quindi andrà realizzato un Hub Run con logo del fornitore all'interno della palestra, dedicato alla corsa su strada e al trail running con tutti i prodotti e i servizi necessari a chi punta a superare i propri limiti o a chi semplicemente vuole il meglio per se stesso. Con consulenza di personale qualificato, con la possibilità come scritto precedentemente di provare scarpe, accessori, elettronica per poi andare a comperarli nel negozio running di riferimento del fornitore.

Questo è possibile solo se pensiamo che "il fornitore ne sa sempre più di te", e prendiamo dallo stesso il know out del running per diventare il punto di riferimento del territorio. ■

*Roberto Panizza*

Professionista di tour operator, catene alberghiere e amministrazioni pubbliche per lo sviluppo e la promozione della vacanza a tema sportivo e attivo.

[panizzarobi@yahoo.it](mailto:panizzarobi@yahoo.it)

di David Cardano

# MENTAL COACHING AZIENDALE

SEMPRE PIÙ SPESSO

SI PARLA DI  
COACHING  
AZIENDALE,  
QUALI SONO  
I VANTAGGI



CONCRETI DEL SUPPORTO  
PROFESSIONALE PER  
UN CLUB

**D**a parecchi anni si parla di coaching aziendale e siamo giunti a una fase dove questo “fenomeno” sta sempre più consolidandosi. I trend messi in luce da ricerche sono chiari. Le aziende che si sono rivolte a Mental Coach professionisti hanno tratto **benefici di grande valore**. Una ricerca dell'*International Personnel Management Association* pubblicata dal *Financial Times* nel 2002 aveva rilevato che se i programmi di formazione in media migliorano la produttività del 2% il Mental Coaching raggiunge l'86%. Nel 2004 è stata condotta da *G.N. Dawdy* una indagine che ha concluso che il 90% delle aziende intervistate che erano state affiancate da un Mental Coach avevano giudicato l'intervento efficace e funzionale.



La società di consulenza *Right Management Consultants* di Philadelphia nel 2004 ha evidenziato che l'85% delle aziende interpellate aveva affermato di aver fatto ricorso al Mental Coaching per “affinare” e “affilare” le competenze dei **collaboratori identificati come futuri leader**. *L. Robertson* nell'agosto del 2005 scriveva sulle pagine di *The Dallas Morning News* che negli stati uniti il Mental Coaching era diventato un'industria da un miliardo di dollari l'anno.

Nel 2007 una delle società inglesi più quotate nell'ambito della formazione e dello sviluppo (la CIPD) dichiarava nel suo report annuale che il 64% dei manager intervistati si era avvalso del supporto del Mental Coaching. Il ROI Institute (azienda che ha sviluppato sistemi sofisticati per valutare il ritorno sugli investimenti nel settore dello sviluppo) ha analizzato casi in cui l'effetto del Mental coaching **ha prodotto un ROI del 200%**.

## Funziona solo in America o c'è spazio anche in Italia?

Molti di voi ora potrebbero dire: *“Ok tutto vero, ma sono cose che funzionano in America o Inghilterra, l'Italia è un'altra cosa!”* Sbagliato!

**Anche in Italia si sono ottenuti eccellenti risultati.** I dirigenti e imprenditori più accorti si sono resi conto che il supporto di un Mental Coach professionista è in grado di fornire un apporto fondamentale al raggiungimento di risultati rilevanti e duraturi. Le aziende che si sono avvalse del Mental Coaching lo hanno ritenuto un intervento migliorativo a livello quantitativo e qualitativo sia per le prestazioni dei singoli collaboratori, che dei lavori di gruppo che dell'intero sistema aziendale.

Desidero ora condividere con voi lettori una definizione che ritengo molto efficace di Mental Coaching. *Il Mental coaching è l'arte e la scienza di facilitare lo sviluppo e la performance di un manager, ampliando la varietà delle sue risposte comportamentali.*

## Il significato di alcune parole chiave

**Arte e scienza:** il Mental coach dispone contemporaneamente di strumenti precisi di intervento e di capacità creative che gli consentono di adattarsi alle situazioni.

Con queste competenze a sua disposizione il Mental Coach è in grado di affrontare ogni necessità aziendale perché il suo modello di lavoro gli consente flessibilità operativa a 360 gradi.

**Facilitare:** Il Mental Coach è un facilitatore del cambiamento. Il suo intervento non è direttivo ma è un intervento mirato a guidare i manager tramite un percorso e un processo orientato agli obiettivi e all'eccellenza (dove eccellenza non è perfezione o assenza di errore ma è un impegno costante e quotidiano con noi stessi nel raggiungere una meta). **Sviluppo e Performance:** il Mental Coaching è un intervento strutturato sulle azioni e sul miglioramento di uno o più aspetti del comportamento del cliente. Infatti un Mental Coach

viene remunerato per gestire i processi che conducono i clienti da uno stato attuale a quello desiderato in un lasso di tempo il più breve possibile.

**Ampliando la varietà delle sue risposte comportamentali:** questo è un elemento fondamentale del lavoro del Mental Coach. Sovente l'origine dei problemi in una azienda risiede nelle limitazioni che a livello conscio e/o inconscio si generano nel suo interno. Diventa così necessario che gli imprenditori e i manager **dispongano di nuove risorse** con cui fronteggiare le sfide e i cambiamenti. Anche in questo ambito il Mental Coach apporta il suo valore ampliando la gamma di scelte e alternative con la finalità di oltrepassare gli ostacoli e trasformare i limiti in possibilità.

## Come rispondere alle aspettative degli imprenditori

Ogni imprenditore è alla ricerca di risultati e in questo campo il Mental Coaching ha dimostrato che risponde pienamente alle aspettative. Tramite il Mental Coaching gli imprenditori e i manager si sono resi conto che riescono a raggiungere tre obiettivi fondamentali.

1. migliorare le proprie performance
2. aumentare la produttività e la competitività
3. migliorare le performance dei collaboratori

Il Mental Coach ha il compito di attivare risorse già presenti nelle persone e nel contesto in cui viene chiamato ad intervenire.



Allora ci si potrebbe chiedere: *“ma se il mental coach non crea nulla di nuovo e attiva ciò che già è presente allora non serve, posso farcela anche da solo”*.

Risiede proprio in questo ragionamento egoico il problema e la scelta errata di non voler rivolgersi a un professionista del coaching.

Ho incontrato questo tipo di pensiero e ragionamento centinaia di volte nella mia vita e ora vi spiego perché è errato. Le risorse è vero che sovente sono già presenti ma sono presenti in modalità disorganizzata nella mente, nelle motivazioni, nelle prospettive, nel talento di persone e team che hanno invece necessità di entrarne completamente e pienamente in contatto in modo da far fluire tutto il potenziale. È un po' come avere 1000 tessere di un puzzle sparse su di un tavolo e non riuscire ad unirle per creare una immagine chiara. È vero che tessere del puzzle ci sono già tutte ma manca la capacità di unirle e far emergere l'immagine finale. Questo è quello che fa il Mental Coach, arriva, vede le tessere del puzzle sul tavolo e permette al proprietario del puzzle di **unire ogni tessera ed estrapolare l'obiettivo finale**.

### Ottimizzare e tirare fuori il meglio da aziende e manager

In alcuni casi il Mental Coach può determinare un vero e proprio cambiamento di prospettiva divenendo un sistema molto efficace per oliare un complesso ingranaggio che assieme a tutti gli altri fa muovere le macchine aziendali. Il complesso ingranaggio di cui parlo è la mente umana con il suo insieme complesso di emozioni, convinzioni, condizionamenti, capacità tecniche, intuizioni e **diverse tipologie di intelligenza**. L'utilità del Mental Coaching è molto importante in funzione del modo in cui le strutture aziendali mettono a punto abilità e approcci nuovi. Gli imprenditori, i manager i direttori devono essere in grado di adattare continuamente le loro competenze rispetto alle novità

e cambiamenti che ci si trova continuamente ad affrontare. Basti pensare a cosa è successo negli ultimi due anni e cosa sta accadendo ancora oggi. Come Mental Coach professionista, e con una esperienza ventennale in ambito di coaching aziendale posso affermare con certezza che nessun approccio fino ad oggi si è dimostrato più efficace del coaching nell'allineare le competenze e l'attitudine dello staff ai **principali obiettivi aziendali**.

### Le ricadute positive del Mental Coaching

Desidero ora darvi dei dettagli su chi beneficia del coaching aziendale. Ovviamente la risposta immediata è: l'azienda. Risposta corretta, ma chi in particolare e a quale livello opera il Mental Coach all'interno di una organizzazione?

La mia esperienza e quella di anni di coaching nel mondo affermano che l'efficacia del Mental Coaching è ravvisabile in **ogni ambito aziendale e a qualsiasi piano o livello della struttura**. Infatti il Mental Coaching può facilitare il lavoro di qualunque ruolo. Ne beneficiano:

- i livelli decisionali più alti (**amministratori delegati**, direttori generali, imprenditori a vari livelli) dove il Mental Coach fornisce loro feedback di qualità;
- **i vari dirigenti e responsabili di settore** dove il Mental Coach aiuta a potenziare le proprie risorse migliori e consente di far luce su quelle risorse che necessitano di essere ancora sviluppate;
- **i talenti più promettenti** che le aziende desiderano far crescere dove il Mental Coach supporta il loro processo di crescita, sviluppo e formazione orientandoli ai più alti obiettivi professionali;
- **i manager** che hanno cambiato ruolo o che sono stati promossi di recente a nuovi incarichi (magari più impegnativi) dove il Mental Coach facilita la transizione e la trasforma in un momento di grande arricchimento ed evoluzione positiva;
- **i collaboratori che mostrano cali di prestazione** e manifestano demotivazione dove il Mental

Coach li aiuta a fare un punto della situazione su se stessi e sulla propria posizione in azienda per rimettersi in azione con energie e motivazione rinnovate;

- **il Team che manifesta inadempienze**, frequenze di errori che superano il livello di guardia, ritardi nel raggiungimento di obiettivi. Può accadere che il calo di performance di un singolo membro del team si estenda anche ad altri componenti della squadra e ne condizioni l'operato. Quando viene a mancare uno scopo comune e il senso di condivisione dell'impegno e della ricerca di soluzioni. Quando è necessario creare nuove abitudini produttive come quella di coordinarsi in modalità più organica e di confrontarsi. Quando è necessario acquisire maggior consapevolezza degli effetti dei contributi individuali sul lavoro di tutta la squadra. Quando sono presenti uno o più fattori elencati coinvolgere l'intero team in un lavoro di Mental Coaching **può comportare un sensibile miglioramento delle performance**, della produttività e non per ultimo della qualità di vita dei vari membri della squadra. Per un team il Mental Coaching è principalmente finalizzato a una revisione comune del lavoro svolto, a riprogrammare gli obiettivi, a migliorare la comunicazione interna al team, a costruire o consolidare atteggiamenti e sentimenti di stima e fiducia tra le persone coinvolte. Contribuisce inoltre a far luce sulle competenze e sui talenti individuali che ciascun componente può sviluppare in modo coordinato rispetto ai colleghi e agli obiettivi comuni **creando armonia ed evitando competizione disfunzionale** tra i vari componenti del team. ■

### David Cardano

Dottore magistrale in Psicologia-Ipnostista.  
Master universitario in psicologia dello sport.  
Dottore magistrale in Scienze motorie.  
Specializzazione in marketing e posturologia.  
Esperto in tecniche corporee  
Direttore scientifico scuole di formazione e specializzazione: MENTAL TRAINER ACADEMY e HYPNO ACADEMY  
[www.mentaltraineracademy.com](http://www.mentaltraineracademy.com)  
[davidcardano@gmail.com](mailto:davidcardano@gmail.com)

# PaviFLEX

PAVIMENTI PER PALESTRE

SCOPRI CHE COSA CI RENDE **DIFFERENTI**



[www.paviflex.it](http://www.paviflex.it)

Installation: Storm Club Monza (Italy) | Design & Photography by Bulgarelli Architetti

# CLUB 4.0 MATRIX



## ENTRA NEL MONDO MATRIX 4.0

Rinnova il tuo Club con Matrix.

Potrai recuperare fino al 40% dell'investimento su beni strumentali che rispondono ai requisiti 4.0 e scoprire i possibili vantaggi fiscali fino all'85% legati alla realizzazione di un Club Matrix 4.0.

**Entra nel mondo Matrix 4.0.  
L'innovazione è nelle tue mani.**

### MATRIX

SCOPRI DI PIÙ SU [MATRIXFITNESS.IT](http://MATRIXFITNESS.IT)

[f](#) [@](#) matrixfitnessitalia | [www.matrixfitness.it](http://www.matrixfitness.it)

