

# LA PALESTRA

DAL 2005 LA RIVISTA DEI PROFESSIONISTI DEL FITNESS

LA PALESTRA - N°84 - settembre/ottobre 2019 - Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in abbonamento Postale - 70% - LO/MI  
"In caso di mancato recapito si prega inviare al CMP Roserio (MI) per la restituzione al mittente, che si impegna a pagare il diritto fisso dovuto".

## Pochi ma buoni

Come aumentare  
la redditività  
del proprio club  
senza aumentare lo spazio

### • Opportunità

Corsi di subacquea in città...  
anche senza piscina

### • Attrezzature

Allenamenti calibrati con  
i macchinari isoinerziali

### • Gestione

Ampliare i rinnovi  
cambiando le abitudini



**MD**<sup>®</sup>  
MOVE DIFFERENT

Coinvolgi il tuo cliente in un workout totalmente immersivo dove **Health fitness**, **Rehab** e **Sport Performance** si fondono in un'esperienza digitale senza precedenti...

*Move Different!*

**#YourDigitalFitness**

[www.tecnobody.com](http://www.tecnobody.com)



# D-WALL

Lo Specchio digitale di TecnoBody



## Balance



## Strength



## Functional Training



[www.tecnobody.com](http://www.tecnobody.com)



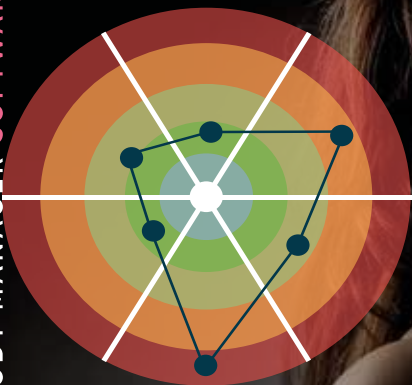
# BIODY COACH , LO STRUMENTO INDISPENSABILE

PORTATILE

MULTIFREQUENZA

CONNESSO

BIODY MANAGER SOFTWARE



MASSA CELLULARE ATTIVA

30,51 KG

+ 0,80 KG

% IDRATAZIONE

+ 0,47 L

73,45 %

MASSA GRASSA

18 %

- 1,97 KG

MASSA MUSCOLARE

+ 1,43 KG

23,51 KG



ANALISI CORPOREA PROFESSIONALE

EMS-TRAINING  
**A GLOBAL MOVEMENT!**

**miha**bodytec  
made in germany

# CREA IL TUO SPAZIO MIHA BODYTEC

- nuovo mercato
- nuovi clienti
- crescita veloce
- ROI in 6 mesi

**100%  
CONFORME!**

miha bodytec rispetta tutti  
i requisiti della norma  
**DIN Standard 33961-5**  
per l' EMS training

[www.miha-bodytec.com](http://www.miha-bodytec.com)

**OFFICIAL**  
DISTRIBUTOR

**INTERFIT S.r.l.**  
Telefono: +39 051 860916  
[italy@miha-bodytec.com](mailto:italy@miha-bodytec.com)

# LA PALESTRA

www.lapalestra.it

Anno XIV - N. 84

settembre/ottobre 2019

**Edita da:** Api Editrici Srl

Sede legale: Via Michelangelo 6  
20060 Cassina de' Pecchi (MI)

Sede operativa: Via Tortona 33  
20144 Milano

[info@lapalestra.it](mailto:info@lapalestra.it)

**Direttore editoriale:**

Cesare Salgaro

**Direttore Responsabile:**

Mario Fontana

**Per la vostra pubblicità:**

Cell. 342.1168712

[pubblicita@lapalestra.it](mailto:pubblicita@lapalestra.it)

**Hanno collaborato:**

Nicola Andreini, Alessandro Aru,  
Stefano Dametto, Raffaele Familiari,  
Stefano Filippi, Silvia Giannini, Glauco Grassi,  
Serena Kumar, Fabio Marino, Anna Palucci,  
Roberto Panizza, Katia Vaccari.

**Immagini:** LA PALESTRA archivio,  
Stock.adobe.com

**Foto in copertina:** Stock.adobe.com

**Stampa:** Alpha Print

**Distribuzione:** gratuita per aziende  
e centri fitness

**Se non desiderate ricevere più la copia**

**gratuita de LA PALESTRA, scriveteci 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 le pubblicazioni. 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 le dosi consigliate. Tenere fuori dalla portata dei bambini al di sotto dei 3 anni di età.

**MEDIA PARTNER**



## SETTEMBRE/OTTOBRE 2019



**10** Self Service e semplificazione dei processi: i vantaggi del digitale

**14** Donne in palestra



**18** Come creare un Dream Team

**20** In pochi, ma ben motivati



**24** Outreach una frontiera inesplorata

**28** 10 modi di creare promozioni

**32** Un business sommerso



**36** Palestre in forma con i sistemi isoinerziali

**40** Come allenare la mente dei nostri clienti

**42** **TOORX PROFESSIONAL:** la forza della solidità

**44** **Uptivo Armband:** l'accuratezza di un sensore cardiaco toracico

**45** **SHAPENESS:** il tuo piano alimentare personalizzato

**46** La SPA per tutti le soluzioni vincenti

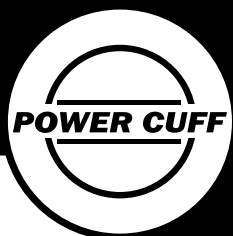


**50** Riparazioni straordinarie o educazione del cliente?

**52** La vetrina delle occasioni



JORDAN®



# POWER CUFF

## LA PALESTRA IN UN CERCHIO

IL PESO DIVENTA PARTE DEL TUO CORPO

PIÙ CONTROLLO E STABILITÀ DEI MOVIMENTI  
GRAZIE ALL'IMPUGNATURA INTERNA

MINORE INGOMBRO



# NUOVO ATTREZZO PER IL FUNZIONALE



Contattaci per sapere le prossime date disponibili  
sul corso di formazione Power Cuff Instructor!



# SCARICA IL CATALOGO LEGION

per scoprire di più sui  
nuovi prodotti  
scansiona il QRcode



# DoTile®



# SELF SERVICE E SEMPLIFICAZIONE DEI PROCESSI: I VANTAGGI DEL DIGITALE



È FONDAMENTALE

CHE LE

PALESTRE

SI DOTINO

DI STRUMENTI

DI CONDIVISIONE,

COMUNICAZIONE

E GESTIONE DEI PROCESSI

AZIENDALI CHE

SEMPLIFICHINO

IL LAVORO E FACCIANO

RISPARMIARE TEMPO

E DENARO

**S**ettembre è un mese molto delicato all'interno del centro fitness: la nuova stagione in partenza coincide con una serie di progetti e tanti interrogativi. In particolare, il manager si concentra sul come rendere la propria **offerta competitiva** e come **soddisfare** in pieno **le esigenze dei clienti**, confrontando tutto ciò con il **budget previsto**. È utile, in questa fase, individuare bene le possibili criticità, capire i punti deboli e

individuare le soluzioni in un'ottica di continuo miglioramento.

## Idee chiare

La prima domanda è: **come può essere ottimizzato il lavoro dello staff riducendo gli sprechi?** Gli sprechi sono all'ordine del giorno, purtroppo, sia in termini materiali, ad esempio quanta carta viene stampata giornalmente per orari e news, sia in termini temporali, ad esempio tutto il tempo impiegato a dare informazioni telefoniche a scapito del potenziale nuovo cliente in attesa al desk. Molte volte per un compito ordinario sono coinvolte più risorse per mancanza dei mezzi idonei ad affidare il compito a una sola persona, e anche questo genera mancanze in altri frangenti. Certe attività di analisi risultano macchinose e difficili per lo staff, portano via tempo e quindi denaro. Come possiamo **rendere i processi più snelli e le attività di segreteria più rapide?** Come possiamo far sì che in reception sia dedicato **il giusto tempo all'accoglienza del cliente?** Come possiamo aiutare i trainer ad aver bene chiara la situazione dei propri assistiti? Come possiamo **facilitare l'utente** nello svolgimento di azioni quotidiane meccaniche?

## La risposta ci viene dal digitale

Superato il tema del vantaggio/svantaggio dell'introduzione della tecnologia nei processi di lavoro, oggi siamo tutti concordi nel dire che **il digitale semplifica** e favorisce quei processi una volta articolati e complessi. Basti pensare a concetti come **le applicazioni per smartphone, la firma digitale, la vendita online...** per accorgersi di come il web aiuti a supportare le dinamiche professionali in svariati contesti. In pochi anni abbiamo visto introdurre **casse automatiche** all'interno dei Mc Donald's e nelle stazioni ferroviarie, quando ceniamo al ristorante le ordinazioni vengono prese sul tablet e prima di effettuare un acquisto consultiamo le app per conoscere la disponibilità online del prodotto desiderato. Nel mondo del fitness questo si traduce in **maggiore autonomia** da parte dell'utente e un generale **miglioramento della qualità del customer care**, il quale, non trovandosi più oberato di richieste, può dedicarsi al cliente in modo più tranquillo e sereno. La sensazione di autonomia, data all'utente dall'uso di strumenti self-service, è molto positiva ai fini della soddisfazione riguardante il servizio offerto.





Questi strumenti permettono di mettere definitivamente una croce sopra alle interminabili telefonate in attesa del primo operatore disponibile e alle lunghe code davanti al desk.

### Basta un dito

Le **applicazioni per smartphone** dedicate al cliente, sincronizzate con il software gestionale della palestra, forniscono la possibilità di effettuare, senza vincoli temporali o spaziali, tutta una serie di operazioni per cui fino a poco tempo fa era richiesto l'ausilio di un operatore. Ecco alcuni esempi già in uso in molte palestre e centri sportivi:

- prenotazione e disdetta di corsi e/o appuntamenti
- iscrizione in lista d'attesa qualora il corso risulti già al massimo degli iscritti
- acquisto e rinnovo abbonamenti e/o servizi, saldo di rate

- consultazione dei propri dati (es. scadenza del certificato medico, credito residuo su tessera ecc)
- consultazione delle news del centro (es. orario dei corsi, promo in corso)
- visualizzazione dei propri dati di allenamento (scheda di allenamento, scheda delle misurazioni)

Operazioni semplici, ma che fino a poco tempo fa portavano via tempo e risorse in reception, generando malcontento da parte degli utenti per i tempi necessari nel completare queste attività. Il personale, avendo ottimizzato il tempo a disposizione grazie alle soluzioni digitali, può quindi impegnarsi in modo più accurato nelle attività dove invece è richiesto un alto grado di specializzazione come ad esempio:

- la **receptionist** può accogliere con maggiore attenzione il nuovo utente
- il **consulente commerciale** può

dedicarsi ad attività di vendita e pianificazione

- il **trainer** può lavorare a programmi di allenamento sempre più specializzati

Anche strumenti come le **casse automatiche** sono pensati per lavorare in questa direzione. Grazie alla cassa automatica, in diretta comunicazione con il gestionale, si può riconoscere il cliente tramite la tessera e registrare la vendita sul suo profilo. Un sofisticato sistema di pagamento online registrerà gli incassi e provvederà ad emettere la ricevuta.

### Procedure semplici

Con la **digitalizzazione** stiamo andando verso la **semplificazione** e l'**automatizzazione dei processi** in favore di una user experience positiva di autonomia ed efficacia. Ci sono soluzioni digitali, come la **firma grafometrica**, che permettono di apporre la firma

a contratti e documenti su una tavoletta collegata al PC o su tablet anziché su carta. Nel centro fitness tra contratti, informative per la privacy e dichiarazioni di ogni tipo, come ad esempio i regolamenti, accumuliamo pagine e pagine firmate da conservare in archivi cartacei ingombranti e polverosi. Possiamo liberare gli spazi dedicati agli archivi grazie alla possibilità di avere in digitale i documenti sottoscritti con la firma grafometrica, mantenendo il valore legale, oltre a **semplificarne la ricerca, conservazione ed eventuale duplicazione**. Ma le nuove tecnologie non favoriscono il lavoro solo nell'interazione con il cliente, ci sono anche strumenti pensati appositamente per lo staff.

### Aiuto per i dipendenti

Per lo **staff tecnico** sono oggi disponibili una serie di **app** che **facilitano e supportano**

l'accoglienza del cliente. Esistono app, sincronizzate con il controllo accessi, in grado di avvisare il trainer quando il proprio cliente accede al centro, segnalare note o particolarità della sua anagrafica, comunicare con lui/lei tramite chat. Avere a disposizione i dati del cliente, senza doverli richiedere né in reception né tantomeno all'utente stesso, fa ridurre il tempo di gestione ed eventuali errori e fa sentire quest'ultimo considerato e coccolato migliorando quindi il rapporto di fiducia con il proprio istruttore, fondamentale per la buona riuscita del percorso di allenamento. Un cliente soddisfatto è il nostro miglior influencer che:

- rinnova, quindi si fidelizza
- parla positivamente della propria esperienza
- porta dei referal già qualificati

È essenziale, per utilizzare in modo

semplice gli strumenti messi a disposizione dal digitale, avere una soluzione software gestionale che garantisca precisione e affidabilità. La ricerca delle informazioni deve avvenire in modo rapido e semplice. Sempre negli strumenti a disposizione dello staff è importante adottare un buon **CRM**, di facile consultazione, che deve poter permettere, come minimo, la registrazione e la condivisione di ogni azione, **mettendo al centro del processo il cliente** programmando azioni automatiche come ad esempio:

- pianificare l'agenda degli operatori, ad esempio per:
  - chiamata di reminder per i clienti a cui scade l'abbonamento il prossimo mese
  - chiamata per soddisfazione e proporre upselling
- comunicazioni automatiche agli utenti con SMS, email o notifiche in APP ad esempio per:
  - ricordare l'appuntamento
  - informare di scadenze di abbonamenti/rate/certificati medici
  - proporre vantaggi per rinnovi specifici

inviare report automatici ai club manager e titolari, a titolo esemplificativo:

- andamento rinnovi e nuove vendite sia in termini percentuali che di fatturato generato
- discostamenti dai budget con grafici ed indicatori

Tutto questo è possibile nell'era del digitale perché oggi abbiamo a disposizione una serie di opportunità studiate per migliorare il lavoro di chi opera nell'ambito del fitness e aumentare la soddisfazione di un'utenza sempre più esigente.

Ignorare tutto questo sarebbe un errore gravissimo da non commettere. ■

### Serena Kumar

Digital Sales in TeamSystem. Dopo 6 anni nella formazione e assistenza clienti sono passata all'ufficio commerciale dove mi occupo di campagne mirate di upselling e redazione di articoli di settore. Grazie all'esperienza lavorativa e alla passione personale conosco bene il mondo del fitness e del wellness, in particolare sotto gli aspetti relativi al marketing e comunicazione.



I corrispettivi telematici  
e le aziende sportive, sei pronto?

**Addio a ricevute e scontrini fiscali!**

**Scopri subito**  
la soluzione in cloud  
di TeamSystem  
per palestre  
e centri fitness

Contattaci su:

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

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

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

☎ +39 0423760608

- Anagrafiche e abbonamenti
- Pagamenti e ricevute
- Controllo accessi
- CRM e marketing

# DONNE IN PALESTRA



CHE COSA CERCA  
UNA DONNA  
QUANDO SI  
ISCRIVE  
E CHE COSA  
LA FA... SCAPPARE

"G li uomini vengono da Marte e le donne da Venere" ed è proprio vero e questa differenza si evidenzia anche nel mondo del fitness e delle palestre. Mi capita spesso che titolari di palestra mi chiedano: «Katia, tu che sei esperta di allenamento e palestre al femminile, come faccio a portare le donne in sala da me? Ho solo maschi!». Nella realtà italiana, la maggior parte dei titolari di palestra

sono uomini. Vuoi per uno spirito imprenditoriale più accentuato, per maggior propensione al rischio d'impresa o per motivazioni di tipo "socio-culturale", sta di fatto che **la maggior parte di chi apre una propria attività nel settore del fitness è di genere maschile.**

## Non solo uomini

Ci sono senz'altro alcune eccezioni (per fortuna), io con i miei centri di Personal Training "Linea Lazy" ne sono la dimostrazione pratica, ma diciamo che la stragrande maggioranza dell'imprenditoria del nostro settore vede l'uomo come titolare. Nessun problema dal punto di vista della gestione, ma spesso mi ritrovo a notare che diversi elementi fondamentali per le donne non sono, purtroppo, rispettati e considerati in molte palestre. La stragrande maggioranza delle donne

va in palestra per motivi e finalità completamente diverse da quelle dell'uomo, **ricerca un ambiente che abbia parametri e piccole accortezze in più**, e spesso si "accontenta" di quel che trova solo perché nella sua zona non esiste nulla che faccia al caso suo, o che sia cucito su misura per lei.

## Ricerca continua

Il problema è che, se la donna non è poi soddisfatta, non rinnoverà l'abbonamento e cambierà continuamente, cercando disperata la location perfetta che soddisfi le sue esigenze. Se siete titolari di palestra, e provate per un attimo a ragionare come una donna, mettervi nei suoi panni e capirete davvero che cosa va cercando, allora farete "bingo" e avrete la palestra piena di donne entusiaste che non vedono l'ora di allenarsi da voi.



***SUL LAVORO BISOGNA  
MANTENERE LA CONCENTRAZIONE.***



.....

**LA CARTA REGALO DECATHLON ENTRA NELLA TUA AZIENDA.  
PERCHÉ LO SPORT È SEMPRE UNA BELLA SORPRESA.**

..... **BISOGNO DI INFORMAZIONI?** .....



[carte.regalo@decathlon.com](mailto:carte.regalo@decathlon.com)



[carteregalo-business.decathlon.it](http://carteregalo-business.decathlon.it)



+393468067032  
+393471600984  
+393469566378

**DECATHLON**



Dalla mia esperienza, essendo donna, il compito di “impersonificare la cliente” mi è risultato piuttosto semplice, ed è per questo che sono nati i centri Linea Lazy, ma sono sicura che con un piccolo sforzo ce la potete fare anche voi.

### 3 consigli

Eccovi di seguito 3 elementi di base da considerare che potete migliorare sin da subito.

#### 1) Alla donna piace allenarsi in ambienti confortevoli e profumati:

sembra una banalità, perché si dà sempre molto valore alla competenza, alla qualità degli esercizi, ai macchinari, ma la donna, a differenza di molti uomini, la prima cosa che fa quando entra in palestra è annusare, osservare, e se sente puzza o odori di vecchio, muffa, sudore, già parte con l'entusiasmo sotto i piedi. Se poi sale sul tapis roulant e lo trova pieno di macchie di sudore del tipo "super figo" che aveva corso un'ora prima di lei, o se si sdraia a terra sul tappetino e vede volare i “gatti di polvere”, allora state sicuri che in meno di 3 secondi, alzerà i tacchi e se ne andrà a cambiarsi.

Cercate quindi di **fare attenzione all'ambiente e aumentare il livello di igiene e pulizia** (che tra l'altro

non credo dispiaccia a nessun cliente, uomo o donna che sia). Cercate di areare le stanze, usare deumidificatori e profumatori per ambienti validi. Piccole accortezze per creino un ambiente confortevole. Le stesse accortezze, moltiplicate al quadrato, dovrete poi averle anche negli spogliatoi e nei bagni, dove il grado di attenzione della cliente sarà raddoppiato.

**2) La donna si vergogna e ha paura di essere derisa:** la donna, a meno che non sia un'assidua frequentatrice, solitamente si vergogna. Specie se è alla sua prima esperienza, o se deve dimagrire di parecchi chili, o se non conosce bene gli esercizi, o anche semplicemente se quel giorno si è svegliata con la luna storta o con i capelli che non le stanno bene. L'uomo solitamente se ne frega, la donna no. Figuriamoci se impacciata deve allenarsi in una sala in cui gli uomini le si piazzano davanti ad osservarla e spesso deriderla. Tempo di far scadere l'abbonamento e poi non la rivedrete più.

**Cercate quindi di creare uno spazio “protetto” in palestra,** dove la donna che è alle sue prime esperienze in ambito fitness, può fare la sua scheda. Potreste

pensare, ad esempio, a una zona in cui posizionare attrezzi tipici per le donne, come la Leg Curl, la Abductor ecc. integrando con tutta una serie di attrezzi a corpo libero tipici dell'allenamento femminile come elastici o Fitball. A volte bastano poche accortezze e attenzioni per far sentire la donna più a suo agio e quindi per fidelizzarla.

**3) La donna si annoia:** è risaputo, mentre l'uomo pur di raggiungere un risultato è capace di ripetere all'infinito lo stesso esercizio, aumentando e variando carico e ripetizioni, la donna dopo due/tre volte che ripete la stessa scheda si annoia. Se si annoia poi molto probabilmente o smetterà di frequentare la vostra palestra, oppure inizierà a fare di testa sua. E facendo di testa sua, spesso non otterrà i risultati che spera, oppure si farà male. E anche qui la conseguenza diretta sarà che smetterà di venire da voi e non rinnoverà l'abbonamento.

Per evitare questa catastrofe, servono davvero poche accortezze.

#### **Basta inserire nella scheda “classica” qualche esercizio**

a corpo libero o con piccoli attrezzi come elastici, palle, ring, fitball (che alla donna piacciono tanto). In questo modo non farà solo “macchine e pesi” e il suo allenamento diventerà quindi più “colorato” e divertente. Altra cosa da fare è creare già dalla prima lezione almeno 3 allenamenti da fare a rotazione, in modo che ogni giorno della settimana sia diverso. Ultima e importante accortezza è di ricordarsi di cambiare anche solo parzialmente la scheda che sta facendo. In questo modo sarà sempre motivata e stimolata a continuare. Questi sono solo 3 dei tanti elementi che differenziano il modo di vivere la palestra di noi donne rispetto agli uomini. ■

#### *Katia Vaccari*

Personal Trainer e specializzata in postura ideatrice metodo Linea Lazy  
Titolare centri Linea Lazy  
Titolare licensing Linea Lazy  
[katiavaccari.pt@gmail.com](mailto:katiavaccari.pt@gmail.com)

# EVOLUTIONFIT

 TeamSystem®

## Software Cloud e APP per l'allenamento dei tuoi clienti

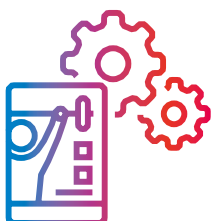
Utilizzato da oltre  
**1000 Centri Fitness  
e Personal Trainer**

Creare programmi  
di allenamento  
non è mai stato  
così semplice  
e immediato

- Schede allenamento
- Archivio esercizi grafica 3D
- Piani alimentari
- Plicometria
- Antropometria e Anamnesi
- APP per i tuoi clienti



acanto



### Scopri Gymnius

Il nuovo modulo di EvolutionFitPRO  
per creare i programmi di allenamento  
in maniera completamente automatica

Contattaci su:

 [evolutionfit@evolutionfit.it](mailto:evolutionfit@evolutionfit.it)

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

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

 +011 9012143

Richiedi la tua DEMO GRATUITA su [www.evolutionfit.it](http://www.evolutionfit.it)

# COME CREARE UN DREAM TEAM

NON BASTA

SODDISFARE  
IL CLIENTE,  
BISOGNA  
LAVORARE

SUI DIPENDENTI.

ECCO COME SCEGLIERE  
GLI "INGREDIENTI"  
NECESSARI PER AVERE  
UNA SQUADRA FELICE  
CHE OTTIENE GRANDI  
PERFORMANCE



**N**on mi stancherò mai di ripetere quanto sia importante riuscire a creare un team coeso e affiatato che si muove per il bene dell'azienda e quindi per il bene dell'imprenditore. Solo lavorando sul team i titolari d'impresa nel settore del benessere, possono prendersi delle meritate vacanze, lasciando in gestione l'attività, come un aereo con il pilota automatico. Innanzitutto, cosa significa lavorare in team? Mi piace spiegarlo con l'illuminante esempio del **movimento di uno stormo di uccelli**.

Lo stormo, si muove funzionalmente, con lo scopo ben preciso di raggiungere l'obiettivo desiderato, la destinazione finale, la sua meta. I principi che dominano il movimento così organizzato

dello stormo sono tre. Lo stormo ha sempre una:

- **Direzione** = Scopo da raggiungere (meta).
- **Posizione** = Ruolo di ciascun componente con compiti ben precisi.
- **Distanza interna** = Che viene rispettata senza interferire con gli altri componenti per evitare scontri.

## Esempio da replicare

Un'azienda funziona nello stesso identico modo. **Ogni componente deve avere un suo preciso ruolo**. E per ogni ruolo ci devono essere delle mansioni, scritte, non dette a voce. Purtroppo questo è un tasto dolente che in pochi riescono a mettere in atto. Un titolare si aspetta che assumendo un nuovo collaboratore, egli debba ricoprire una determinata mansione, ma poi anche tutta un'altra serie di

"compiti satelliti", (per esempio fare telefonate se c'è bisogno, assistere altri collaboratori ecc.) Per carità, tutto si può fare, non c'è niente di sbagliato in questo. Ma, la cosa fondamentale, è che deve ESSERE-DETTO-PRIMA-e-MESSO-PER-ISCRITTO tramite linee guida procedurali che in pochi creano. I compiti che spettano ad ogni mio nuovo collaboratore vengono specificati verbalmente in fase di colloquio, in forma scritta sul regolamento quando firmano il contratto, e poi li vedono mettere in pratica durante le ore di affiancamento ad un professionista più esperto che lavora da anni. Se poi il professionista è irrispettoso, il consiglio che do agli imprenditori che assisto, è di eliminarlo nel più breve tempo possibile in modo educato. Ogni componente ha una posizione



che deve rispettare. Un'impresa matura ha sempre al suo interno una gerarchia di figure più o meno importanti. È brutto da dire, ma è la verità pura e semplice, in ogni azienda. **Un'attività ben fatta è costituita come una piramide** ed è riconosciuta anche dall'interno, dai suoi componenti, come tale. Questa gerarchia di importanza non deve mai far venire meno l'umiltà dei componenti del team perché la mancanza di essa mina inesorabilmente la stabilità della squadra che sarà destinata a disgregarsi. E l'imprenditore non vuole che questo accada. Lavorare in team significa **non pensare più solo al proprio lavoro** in modo egoistico per la propria personale crescita o per il proprio tornaconto economico. Lavorare in squadra significa essere disposto a crescere nel gruppo, con esso, e per il gruppo. Se ciò non avviene, forse si ha a che fare con un professionista individualista che non aiuterà più

di tanto nel raggiungimento degli obiettivi aziendali condivisi e non darà valore al gruppo favorendone la crescita.

### Compiti precisi

Ogni componente deve pensare che ha delle **responsabilità** non solo nei confronti dei titolari, ma anche nei confronti degli altri colleghi. Deve favorirne la crescita e deve essere disposto al sacrificio anche non retribuito per far crescere un collega che si trova in stato di bisogno, così come qualche collega ha fatto tempo prima proprio con lui. Questa è la mentalità di tutto il team.

Da anni nei miei centri andiamo avanti così e non cambieremo mai il nostro modo di pensare perché è troppo vincente e appagante.

**Tutti devono sviluppare un'“intelligenza condivisa”** e pensare a cosa si deve fare per raggiungere risultati in team, per un bene comune e quindi poi anche del singolo stesso. La gratificazione

che deriva da risultati raggiunti in gruppo è molto più appagante della gratificazione raggiunta in solitudine. Anche perché se poi si vuole festeggiare i risultati ottenuti, con chi si festeggerebbe? Col team quando c'è la possibilità perché le cose vanno bene e c'è tempo per farlo, si può uscire a cena, organizzare momenti ludici di gruppo o team building. Questo l'ho sempre fatto per continuare a favorire la coesione del gruppo e per festeggiare il progredire dell'azienda.

I collaboratori non sono obbligati a venire, ma essendo stati abituati a ragionare in team, saranno i primi a farsi in quattro per essere presenti all'evento organizzato per loro. ■

### Fabio Marino

Laureato in Scienze Motorie  
Consulente di Centri settore Salute e Benessere  
Imprenditore e titolare Centri Kinesis Sport  
Bellusco - Agrate - Gessate - Monza 2020  
[fabio.marino@kinesisport.com](mailto:fabio.marino@kinesisport.com)

SCOPRI CHE COSA  
CI RENDE DIFFERENTI

**PaviFLEX**  
PAVIMENTI PER PALESTRE



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



# IN POCHI, MA BEN MOTIVATI

COME MOLTIPLICARE

LA REDDITIVITÀ  
DELLA PROPRIA  
PALESTRA  
SENZA  
AUMENTARE

LO SPAZIO? USANDO  
LA FORMULA DELLO  
SMALL GROUP TRAINING  
IL RISULTATO È GARANTITO



**S**iamo all'alba di una nuova stagione di fitness e, come ogni anno, milioni di persone nel mondo corrono in palestra, impazienti di ricominciare ad allenarsi dopo la pausa estiva. Altri, invece, si iscrivono in un centro fitness per la prima volta, con l'intento di iniziare un percorso che li porti a raggiungere gli obiettivi che si sono prefissati.

Tutti contenti: i titolari delle palestre, che vedono il proprio centro funzionare a pieno regime, e i clienti, principianti e non, che si allenano con la motivazione a mille. **Questo è quanto accade nella maggior parte delle palestre del nostro Paese**, tra settembre e inizio ottobre, ma i dati ci dicono che il quadro idilliaco descritto pocanzi non è destinato a durare a lungo. Troppo spesso, infatti, i clienti si iscrivono in palestra con le migliori intenzioni e molto entusiasmo e, nonostante ciò, il 30% di loro smette di frequentare il centro fitness dopo soli 3 mesi dall'iscrizione, dopo essersi allenato in media una sola volta a settimana, e questa percentuale arriva fino al 50%



se si prendono in considerazione i primi 6 mesi successivi alla firma sull'abbonamento. Perché? La risposta va ricercata nelle modalità di accompagnamento e avvicinamento dei clienti (in particolare i principianti) alla pratica sportiva: i risultati, si sa, non sono immediati, per questo è fondamentale creare sin da subito un forte legame tra gli iscritti e la palestra, per aiutarli nel loro percorso volto a costruirsi una vita più sana.

## Lo "SMALL GROUP TRAINING"

Uno dei modi più veloci e redditizi per incrementare il tasso di frequenza delle persone al club e mantenere elevata la loro motivazione, è quello di **coinvolgerle in attività che forniscano risultati uniti al divertimento**.

Facciamo riferimento, in particolare, alle attività assistite e sociali come i corsi collettivi e lo small group (allenamenti in piccoli gruppi). Se l'importanza di avere corsi

collettivi di qualità è indiscussa, focalizziamo qui la nostra attenzione sugli allenamenti in small group: **questa tipologia di allenamento sta acquisendo grande popolarità**, in particolare tra le nuove generazioni, perché è un modo efficace e divertente per essere seguiti da un coach, pur mantenendo il senso di competizione che il gruppo offre. Ma che cos'è lo small group? Si tratta di un tipo di allenamento in un gruppo (generalmente formato da un minimo di 3 persone a un massimo di 12) che è sufficientemente grande per divertire i clienti, ma allo stesso tempo abbastanza ridotto per garantire un lavoro personalizzato e di qualità. Questo crea un'experience di allenamento ludica ed efficace, proprio ciò che i clienti desiderano.

## Un trainer come guida

Nelle attività in small group l'istruttore non si allena con i clienti, ma è la loro guida: dopo aver spiegato e mostrato l'esercizio



# TOORX

PROFESSIONAL LINE

KEEP ON TRAINING

contact@toorxprofessional.it  
www.toorxprofessional.it

 toorxprofessional/  
 toorxprofessional/



da eseguire, assiste ogni partecipante nell'esecuzione dei movimenti e mostra a ciascuno come ottenere il meglio dal proprio allenamento.

**Risultato: l'allenamento risulta più efficace** e i clienti si sentono seguiti, potendo contare sul supporto tecnico e motivazionale del coach. Per inserire con successo nel vostro planning i corsi in small group è necessario tenere in considerazione alcune questioni strategiche e operative: **vediamo in particolare le 7 azioni** da mettere in atto affinché i vostri corsi riscontrino il successo dei clienti.

### 1 Definite obiettivi chiari

Abbiate chiaro in testa quale sia il vostro obiettivo con i corsi in small group: fidelizzare la vostra clientela attuale, attirare nuove persone in palestra, generare nuove entrate da un'attività diversa. Basatevi su indicatori misurabili per guidare la vostra attività, identificate le opportunità e le difficoltà di sviluppo.

### 2 Scegliete il buon modello economico

Riflettete sul prezzo di vendita della vostra offerta per renderla allettante e redditizia. Se siete un club generalista, definite se volete includere, o meno, i corsi in small group all'interno del vostro abbonamento di base. Non dimenticatevi di verificare che cosa fanno i vostri concorrenti: molti centri fitness e diverse boutique

gym nel mondo hanno costruito la loro fortuna proprio sui corsi in small group.

### 3 Selezionate le attività in maniera intelligente

La scelta di allenamenti in small group è vasta: CrossFit, HBX, allenamenti HIIT come il Grit, TRX, allenamenti sulla mobilità, ecc. Scegliete attività la cui qualità è facilmente controllabile, in modo da offrire ai vostri clienti allenamenti sicuri, efficaci e motivanti durante tutto l'anno.

### 4 Stabilite un planning efficace

Optate per sedute brevi, 30-45 minuti. Potrete aumentare il numero di corsi nelle ore di punta e i vostri clienti saranno felici all'idea di ottenere risultati senza passare ore in palestra. Ricordiamoci, infatti, che il planning dei corsi (collettivi e di small group) è un fattore determinante nella decisione di un potenziale cliente in merito alla palestra nella quale iscriversi.

### 5 Create un team di coach performanti

Prestate attenzione a tre punti chiave: 1) reclutate i profili di istruttori migliori per le vostre attività; 2) formateli in modo che possano proporre ai clienti sedute di allenamento sicure, efficaci e stimolanti; 3) coltivate nel tempo la loro motivazione a insegnare (formazione continua ad esempio).

### 6 Fate le scelte giuste in termini di design e attrezzature

Altro fattore da tenere in considerazione sono le attrezzature e il design della sala: se volete che i vostri clienti vivano un'esperienza eccezionale e ottengano i risultati desiderati, è necessario investire in attrezzature affidabili, ancor meglio se personalizzate con il logo del vostro club, e creare una sala corsi che sia motivante per chi si allena.

### 7 Realizzate un piano di comunicazione di impatto

Utilizzate strumenti marketing di qualità professionale per motivare i vostri attuali clienti e quelli futuri, a venire a fare sport nel vostro centro. Lavorate sulla vostra immagine aziendale, sfruttando anche gli eventi. Animate i vostri profili sui social media, in modo da coinvolgere la vostra clientela e stimolare la condivisione delle pubblicazioni.

### In conclusione

Oggi lo small group è diventato una vera e propria tendenza, basti pensare al successo del Cross Training o del programma Grit di Les Mills: allenamenti brevi, intensi e completi, che uniscono il lavoro cardio a quello di rinforzo muscolare. È la soluzione ideale per rendere redditizia la sala funzionale e proporre a clienti e prospect un nuovo metodo di allenamento, che li fidelizzerà nel medio-lungo periodo. Per differenziarsi dalla concorrenza le domande da porsi sono molteplici: quali attività, quali attrezzature, quanti corsi nel planning, quale business model, come reclutare e formare gli istruttori, come creare un piano di comunicazione, ecc. Avere da soli le risposte a tutto questo non è facile, per questo risulta fondamentale rivolgersi a esperti nel settore. ■

### Stefano Filippi

Responsabile marketing per l'Italia di Planet Fitness Group

Oltre alla vendita di formazioni, programmi e strumenti tecnici, Planet Fitness Group collabora con i propri partner per avvicinare il maggior numero di persone al fitness e fidelizzarle nel lungo periodo.

# T.TREKK<sup>20</sup>



THE EVOLUTION

# THE NEW ERA OF INDOOR WALKING



**TREKKMILL®**  
YOU ARE THE WAY YOU WALK

**CARGO<sup>3</sup>**  
Fitness Equipment

**Sellfit®**  
prodotti e idee per il fitness

[WWW.TREKKMILL.COM](http://WWW.TREKKMILL.COM)



# OUTREACH

## UNA FRONTIERA INESPLORATA



COME USCIRE  
DALLA  
SINDROME  
DELL'ASSEDIO  
E CONQUISTARE  
UN TERRITORIO

RICCO DI INCREDIBILI  
OPPORTUNITÀ DI  
GUADAGNO E DI CRESCITA  
CON I NUOVI CLIENTI

**L**e mura, i confini del nostro centro fitness, a volte si trasformano in una barriera invalicabile che ci separa dal mondo esterno. Fuori, e non lo sappiamo, c'è un **notevole e fertile bacino di clienti** che vorrebbero entusiasticamente aderire ai nostri programmi e iscriversi nella nostra palestra. Ogni persona che varca la soglia della nostra sede fisica o visita il nostro sito internet è il risultato inevitabile del rapporto con il territorio nel quale siamo inseriti. Della reputazione che ci siamo conquistati negli anni, nella visibilità e notorietà del nostro centro.

### Come fare

In questo articolo ci concentreremo sui tempi e sui modi per avventurarci fuori dai tornelli e ritornare con le stive piene di

preziosi "lead", ovvero contatti da lavorare a caldo, per innescare un picco di iscrizioni o accrescere le dimensioni, la qualità e quindi il valore del nostro "data base" o portafoglio clienti.

Un motto di questa linea di azione potrebbe essere: **"Se io non esco, loro non entrano"**. Lo stallo e l'inazione verso il mondo esterno sono letali per la crescita del nostro fatturato. Gli istruttori di sala fitness che allenano se stessi sotto il bilanciere della panca piana oppure le segretarie o le ragazze dell'accoglienza dietro il bancone chine sul loro telefono privato sono una conseguenza dell'atteggiamento inerte della direzione aziendale. La passività deprime il morale di tutti, abbassa la qualità percepita da chi ci ha già dato fiducia, gli attuali clienti, e allontana dall'acquisto gli eventuali visitatori potenzialmente interessati ai nostri



# OFFERTA SHOCK

## NUOVA LINEA IT 6000

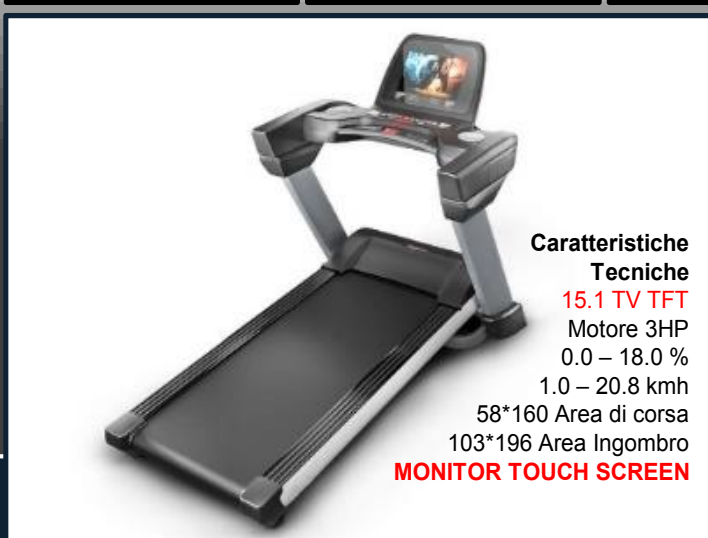
Scegli almeno 3 pz tra gli oltre 30 modelli disponibili  
senza preoccuparti del prezzo: tutti a € 980,00\* cad.

Condizioni:

- Acquisto minimo 3 pz
- Ordine entro 15/10/19
- Acconto 35% all'ordine
- Consegna Dicembre

# € 980,00\*

\*Escluso Iva e trasporto - Offerta soggetta a condizioni e restrizioni. Maggiori informazioni e regolamento ai recapiti indicati.



Caratteristiche Tecniche

15.1 TV TFT  
Motore 3HP  
0.0 - 18.0 %  
1.0 - 20.8 kmh

58\*160 Area di corsa  
103\*196 Area Ingombro

MONITOR TOUCH SCREEN

# M9 Treadmill

CON SUPERVALUTAZIONE USATO

# € 1.990,00\*

Possibilità di  
**NOLEGGIO OPERATIVO**

Cardiaca Srl Unipersonale  
[info@cardiaca.it](mailto:info@cardiaca.it) - Info 328.8773385



servizi. La relazione con la clientela e la sua cura vanno costantemente allenate, proprio come se fossero un "muscolo", pena il loro decadimento e deterioramento. Quindi in un periodo in cui le iscrizioni latitano e si abbassa anche la frequenza degli iscritti, scatta l'ora X per aggredire il territorio circostante.

### Mappa e compasso

Quali sono le prime azioni da compiere? Si stampa una mappa del nostro territorio in una scala tale da consentire l'immediata individuazione della nostra palestra. Poi si mette l'ago del compasso sul nostro edificio e si disegnano due cerchi concentrici. Devono avere il raggio di 5 e 10 minuti di percorrenza fino alla nostra porta d'ingresso. La determinazione di questo raggio dovrebbe in realtà tenere conto di molte variabili ambientali, ma come primo esercizio di relazione con il territorio una certa approssimazione è concessa. **Ora si devono individuare i luoghi più affollati** dove andare a esercitare le nostre azioni di "Outreach". **Questo previa indagine sui regolamenti comunali**, che normano le attività di promozione e distribuzione di materiale nei luoghi pubblici. Poi tocca al nostro staff scendere in campo. Facciamogli indossare la divisa aziendale, in linea con i colori sociali, e si parte. Sarebbe opportuno mandare personale adeguato al tipo di potenziali clienti che vogliamo approcciare. Giovani verso i giovani e senior verso i senior.

### Non si vende niente

Prima avvertenza importante: non si fa vendita. Ne diretta ne indiretta. Se le persone cui ci rivolgiamo temono di essere coinvolte in un tentativo di vendita si arroccano sulla difensiva. Ci danno le spalle stizzite e fuggono via. Si esce solo per fare solo raccolta dati da passare poi al nostro reparto commerciale. La stessa procedura che si svolge al nostro bancone in fase di prima accoglienza declinata sulla pubblica piazza. Inoltre, e questa è meno



ovvia, ma altrettanto interessante, uscire fuori e verificare se i passanti conoscono noi e le nostre attività è un'ottima occasione per **capire il nostro grado di penetrazione sul territorio e nell'immaginario collettivo dei concittadini**.

Uno strumento che coniuga al meglio queste due esigenze, raccolta dati personali e stima del nostro posizionamento, è il **sondaggio di opinione**. Le persone fermate per la strada sono ovviamente sospettose e diffidenti. Questi comprensibili sentimenti si smorzano prima di tutto con la divisa sociale, infatti, molto probabilmente si incontrano persone che conoscono i nostri logo e i nostri colori anche solo di vista, e questo li rassicura. Vinta la ritrosia si costruisce la relazione con il sondaggio di opinione. Fare semplici domande su argomenti di dominio comune facilita la raccolta dei dati personali, vero obiettivo del nostro colloquio. **Si sceglie di fare domande su temi di pubblico dominio** per non porre nessuno in un imbarazzante silenzio con domande astratte dalla realtà delle persone comuni. Meglio sempre restare legati ai nostri interessi di gestori di centri fitness.

Ovvero, ad esempio, chiedere alla persona intervistata se pratica o meno sport. Se lo fa in maniera regolare. Da solo o in squadra. Se conosce palestre in zona o persone che le frequentano. Chiedere anche se conosce i benefici di una regolare

attività fisica per la salute e la longevità.

### Premio per risposta

Finita questa prima fase si rilascia un piccolo gadget come gesto di riconoscenza per aver risposto alla batteria di domande di relazione e contemporaneamente si annuncia un secondo e più importante regalo se si si prosegue con l'intervista. **Qui si raggiunge il picco di efficacia della nostra azione**: il rilascio dei dati in cambio di un più sostanzioso beneficio. Per i nostri fini è necessario avere una stringa di dati personali completi (nome, cognome, indirizzo anagrafico, indirizzo mail, numero telefono mobile, età, sesso, professione e, infine, liberatoria sulla privacy). **Per avere almeno nome e mail si può procedere così**: si annuncia di voler consegnare un altro regalo più bello e importante, ma non per strada, si ritira nella nostra sede. Questo avviene contestualmente a un evento, generalmente una piccola festa, un cocktail, con la presentazione dei nuovi programmi di allenamento e dei nuovi istruttori. A chi ci lascia il nome e l'indirizzo mail si dà una ricevuta nominativa con la raccomandazione a presentarsi alla giornata che abbiamo annunciato per ritirare il regalo e poter scoprire una promozione valida solo ed esclusivamente per quella giornata e con disponibilità limitata di pezzi in offerta.

Personale esperto in attività di reclutamento esterno, in giorni e luoghi ben studiati, può riportare in sede elenchi con molti nominativi di contatti "tiepidi" (esiste una scala di temperatura dei contatti che va da "gelidi" a "caldi" sui quali si rapporta la possibilità percentuale di chiudere un contratto, più alta la temperatura più alta la possibilità di vendita) da avviare agli specialisti del commerciale. ■

### Nicola Andreini

Laureato in Scienze Politiche, gestisce centri fitness dal 1999. Nel 2014 inaugura il primo Box ufficiale CrossFit a Pistoia e provincia. Personal trainer, CFL1, TacFit Instructor Clubbel Instructor, istruttore FIKBMS CONI. [nicola.andreini.mobile@gmail.com](mailto:nicola.andreini.mobile@gmail.com)



# Bellissima – Elegante – Unica

## Nuova Linea

## IT 9000

# € 1.280,00\*

Oltre 30 modelli - Un solo prezzo\*

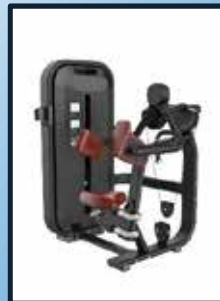


Scegli almeno **2 pz** tra gli **oltre 30**  
modelli disponibili  
senza preoccuparti del prezzo :  
**per te tutti a € 1.280,00\* cad .**

Offerta soggetta a condizioni, maggiori info ai recapiti indicati.

### \*Condizioni OFFERTA:

- Acquisto minimo 2 pz
- Ordine entro 15/10/19
- Acconto 35% all'ordine
- Consegna da Dicembre
- Iva e trasporto esclusi



## Molte Opzioni Colore



Cardiaca Srl Unipersonale  
[info@cardiaca.it](mailto:info@cardiaca.it) – Info 328.8773385





ECCO COME  
COSTRUIRE  
STRATEGIE  
PROMOZIONALI  
IN GRADO  
DI ATTRARRE  
NUOVI POTENZIALI CLIENTI  
SENZA PER FORZA DOVER  
FARE SCONTI SUL PROPRIO  
LISTINO PREZZI

# 10 MODI DI CREARE PROMOZIONI

**V**oglio elencarvi 10 modi per creare delle iniziative che possono soddisfare questi obiettivi, ricordandovi che ogni proposta deve essere contestualizzata in base a:

- **TIPOLOGIA DI CLUB** (posizionamento, caratteristiche, target ecc.)
- **MERCATO DI RIFERIMENTO** (location, concorrenza ecc.)
- **STAGIONALITÀ** (in quale periodo dell'anno?)

Inoltre, bisogna tenere presente che una buona iniziativa promozionale ha diversi obiettivi:

- **Ottenere nuovi contatti**
- **Acquisire nuovi clienti**
- **Agevolare le vendite**
- **Aumentare i ricavi del mercato interno**

## 1 I TEST

Servono per far conoscere il mondo del fitness e per far provare con mano alcuni servizi del club.

*Esempi:*

- 1 allenamento e 1 personal trainer in omaggio
- 1 settimana di dimagrimento con programma XX a solo YY €
- 1 Fit check + 1 analisi metabolica omaggio
- 2 settimane all inclusive a xx €

**Durata:** da 1 giorno a 4 settimane  
**Vantaggi:** facile da implementare, adatto a club poco conosciuti, club specializzati ma ancora poco noti.  
**Svantaggi:** non adatto per vendite immediate, serve una buona assistenza e sinergia tra il reparto vendita e il tecnico (se il periodo del test è lungo)

## 2 STUDIO A TARGET

È un particolare servizio di test che non viene percepito come pubblicità del centro ma come iniziativa nazionale.

*Esempi:*

- *Progetto ricerca – “Addio pancia”:* cerchiamo 30 persone che...
- *Quanto è FIT Firenze –* cerchiamo 50 adulti di età tra..
- *Quanto è FIT la tua schiena?* Cerchiamo 30 persone che....

**Durata:** da 4 settimane a 6 settimane

**Vantaggi:** buon ritorno economico, acquisizione di target “prudenti”, costi di acquisizione contenuti.

**Svantaggi:** no per branding (il logo del club figura come partner dell’iniziativa), serve uno staff formato nella gestione del cliente per aumentare le percentuali di conversioni in abbonamenti.

## 3 PACCHETTI SPECIALI

Sono un mix di servizi selezionati

dal listino che combinati servono per un particolare risultato/obiettivo

*Esempio:*

*Pacchetto speciale “Via il MAL DI SCHIENA” che comprende:*

- 10 settimane fitness – focus sul rafforzamento dei muscoli xyz
- +  
• Corsi specifici per la schiena +
- Utilizzo della spa +
- 10 massaggi da 20 minuti.

**Durata:** da 4 settimane a 6 mesi

**Vantaggi:** mostra competenza, rafforza il posizionamento come specialista, buoni risultati economici, aumenta il senso di appartenenza, buoni incassi dal mercato interno.

**Svantaggi:** elevata domanda, serve una buona consulenza, personale ben addestrato e informato.

## 4 OFFERTE SPECIALI

Simili ai pacchetti speciali, si offre un periodo con un obiettivo preciso da raggiungere: In evidenza loghi e programmi speciali.

*Esempio:*

- 4 settimane programma Slim Belly a solo 19,90 €
- 5 settimane – cura metabolica Finyo
- 10 allenamenti vibration trainer – Power Plate

# faress®

## Specialisti nello sport

Via Antonio Carruccio, 107 • 00134 Roma  
Tel. 06.71.350.124 • [fornituresportive@faress.com](mailto:fornituresportive@faress.com)  
[www.faress.com](http://www.faress.com)



**Durata:** da 4 settimane a 6 mesi

**Vantaggi:** Mostrare competenza, rafforza il posizionamento come specialista, buoni risultati economici (attenzione al calcolo del listino), buoni incassi dal mercato interno.

**Svantaggi:** elevata domanda, serve personale ben addestrato alla vendita e all'assistenza

## 5 GIORNI SPECIALI

Sconti e omaggi sono tipici dei giorni speciali come: anniversari, open day, black friday ecc.

Servono per aumentare l'effetto reazione e velocità delle adesioni.

*Esempio di offerte sull'annuale senza toccare il listino:*

*Acquista un annuale e avrai:*

- 8 settimane gratis;
- 10 allenamenti con programma dimagrimento/pedana vibrante
- 5 sedute di personal trainer del valore di 200 €
- 100 € in servizi. Test corporeo, PT, bevande e solarium.

*Con partner commerciali:*

- Buono servizio del valore di xx € (ristorante, cosmetici, buoni sconto ecc.)
- Partecipi all'estrazione di uno scooter Honda 125 (o altro prodotto di partner)

**Vantaggi:** Presentare servizi nuovi, focus sulle vendite senza impegno nel post-vendita, spese contenute se gestite con i partner.

**Svantaggi:** Costi elevati se i premi sono "ricchi", alcuni clienti potrebbero dire "ce l'ho già".

## 6 VANTAGGI PER ISCRIZIONI MULTIPLE

Vantaggi che vengono concessi solo per acquisti multipli contemporanei.

*Esempio:*

- Abbonatevi in 2 avrete 50 € di sconto sullo starter kit;
- Acquistate in 2 avrete la spa in omaggio;
- Abbonati con un amico avrete l'iscrizione omaggio.

*Suggerimento: si può concedere un tempo x per "cercare" un partner adatto anche per corporate aziendali.*

**Vantaggi:** Più clienti allo stesso tempo, basso costo di attivazione, facile da implementare.

**Svantaggi:** Non adatto per coloro che si vogliono allenare "da soli" o che hanno poche conoscenze.

## 7 ROTTAMAZIONE

Promozioni speciali per chi ha un abbonamento attivo in un'altra palestra.

*Esempi:*

*Se l'abbonamento rottamato costa meno:*

- Il cliente paga solo la differenza del mese moltiplicato per il numero di mesi residui alla scadenza;

*Se l'abbonamento rottamato costa di più:*

- Si offrono dei mesi in omaggio fino alla scadenza dell'abbonamento (max 6 mesi)

**Vantaggi:** Attraente per clienti insoddisfatti dei concorrenti, ideale per chi ha problemi di concorrenza e mercato in forte contrazione.

**Svantaggi:** Riduzione della media contratto.

## 8 GARANZIA DI SODDISFAZIONE

Si applica sull'acquisto di un abbonamento annuale, si può combinare con altre promozioni.

*Esempio:*

*Acquista un annuale e se non sei soddisfatto potrai fermarti nei primi 30 giorni:*

- Il cliente paga un acconto, il saldo a fine mese;
- L'acconto può essere promozionale oppure pari all'iscrizione + il prezzo di un mese;

*Suggerimenti: non imporre costi per la disdetta alti, usare una modulistica ad hoc.*

**Vantaggi:** attraente per potenziali "prudenti", aumenta la percentuale di vendita sugli annuali, risolve l'obiezione "non so se riesco a organizzarmi" o "voglio prima provare poi..."

**Svantaggi:** Come unica offerta potrebbe essere "leggerina".

## 9 GARANZIA CON RIMBORSO

Se il cliente non è soddisfatto del risultato del programma si prevede un rimborso parziale o totale:

*Esempio:*

- Via i chili in 5 settimane
- Mal di schiena stop
- Programma addio pancia
- 5 anni più giovane

*Suggerimenti: legare la garanzia a delle azioni precise, oltre che a un decalogo comportamentale (n° di allenamenti, diario alimentare, test ecc.)*

**Vantaggi:** grossa fiducia sul servizio, si attirano anche i più "scettici"

**Svantaggi:** elevate richieste da gestire, persone tecnicamente formate, solo su programmi testati e con test misurabili ed oggettivi.

## 10 SCONTO SUL PREZZO DELL'ABBONAMENTO

È l'ultima situazione presa in considerazione, in quanto tutti la conoscono bene.

*Suggerimenti: Fare attenzione alla media contratto, spesso si applica senza un'attenta analisi commerciale con esiti spesso disastrosi. ■*

**Alessandro Aru**

Direttore generale Violet srl  
Slim Belly Italia  
FT-Club Italia  
Consulenza&Marketing by  
Greinwalder&Partner  
[alessandro.aru@violetconsulting.it](mailto:alessandro.aru@violetconsulting.it)

TRADER TECHNOGYM DI ATTREZZATURE SPORTIVE RIGENERATE  
GARANTITE 12 MESI

**OCCASIONI IMPERDIBILI**

**WELLNESS POINT**

**WWW.WELLNESSPOINT.IT**

+39 0823 422787 - info@wellness-point.it

Via dell'Industria, Zona Industriale - San Marco Evangelista (CE) c/o Boccardi



**PALESTRA COMPLETA SELECTION TECHNOGYM**  
€ 45.000,00

**PALESTRA COMPLETA SILVER LUX TECHNOGYM**  
€ 22.000,00

**TECHNOGYM VISIO NOW EXCITE 700 (10 PZ)**  
€ 24.000,00

**TECHNOGYM EXCITE 700 CLASSIC (10 PZ)**  
€ 18.000,00

**TECHNOGYM EXCITE 700 CLASSIC (6 PZ)**  
€ 8.500,00

**TECHNOGYM EXCITE 500 CLASSIC (10 PZ)**  
€ 17.000,00

**TECHNOGYM EXCITE 500 CLASSIC (5 PZ)**  
€ 7.000,00

**TECHNOGYM XT PRO 600 (7 PZ)**  
€ 6.500,00

**TECHNOGYM XT PRO 600 (5 PZ)**  
€ 5.000,00

**TECHNOGYM XT LINE (6 PZ)**  
€ 5.000,00

Wellness Point fornisce alle strutture sportive attrezzature nuove ed usate, rigenerate come nuove, prodotte da marchi di primaria importanza con un abbattimento di circa il 60% rispetto al prezzo di listino nuovo.

Offre garanzia sui prodotti rigenerati ed assistenza rapida con tecnici specializzati.

La versatilità dell'azienda consente, inoltre, la possibilità di acquistare prodotti nuovi o usati rigenerati, permutando convenientemente i macchinari obsoleti.

Consegna ed installazione in tutta Italia.



**SCOPRI TUTTE  
LE NOSTRE  
OFFERTE!**



**f WELLNESS POINT**

**Instagram WELLNESSPOINT\_CE**

**in WELLNESS POINT SRL UNIPERSONALE**

di Roberto Panizza

# UN BUSINESS SOMMERSO



LE VACANZE  
APPENA  
TERMINATE  
SONO ANCORA  
VIVE NEI  
NOSTRI RICORDI,  
MARE, NATURA, PESCI...  
E SUBACQUEI. PERCHÉ  
NON INVENTARE  
UN NUOVO APPROCCIO  
A UN'ATTIVITÀ SPORTIVA  
CHE IN CITTÀ POTREBBE  
RENDERE PARECCHIO?  
E ANCHE SENZA AVERE  
UNA PISCINA

**C**hi di voi ha mai pensato a quegli esseri che vestono in neoprene, parlano una lingua fatta di parole che comprendono solo loro e prediligono muoversi sul fondo della vasca, **i così detti subacquei, come nuovi e inediti clienti della palestra?** Probabilmente vi starete chiedendo, perché mai dovremmo coinvolgere queste persone che con le loro bombole rovinano la vasca, gocciolano da tutte le parti e per giunta niente hanno a che fare con il mondo delle palestre. E a chi invece

tra di voi non dispone della piscina, chi glielo fa fare a continuare a leggere. Fermi tutti, continuate pure a leggere, sempre se lo gradite, perché **con o senza piscina scoprirete che si possono fare affari con i subacquei.** Partiamo da chi la piscina ce l'ha, sfatando da subito il mito che la subacquea è roba da piscina comunale, perché anche la vostra vasca dell'acquagym profonda in genere poco più dell'altezza del petto, può avere per un subacqueo la stessa dignità di quella del comune, perché nessuna organizzazione didattica della

subacquea - gli organi riconosciuti a livello internazionale che danno la patente ai subacquei per immergersi - impone limiti minimi di profondità, per quelle che in gergo sono definite le acque confinate, che altro non sono le piscine utilizzate per le varie esercitazioni. **Altra notizia positiva riguarda lo spogliatoio** e gli spazi comuni della vostra piscina, vanno benissimo quelli che avete e quindi a questo punto non ci sono più alibi, è arrivato anche per la palestra il momento di fare un tuffo - tuffo in gergo subacqueo è l'immersone - nel mondo della subacquea.

# InBody

L'ANALISI DELLA  
COMPOSIZIONE CORPOREA  
INBODY NON PUÒ MANCARE  
IN UN CLUB DI ECCELLENZA



InBody ti permette di fare una fotografia precisa ed accurata della forma fisica del tuo cliente, base di partenza indispensabile per poter monitorare i suoi progressi, misurare l'efficacia dei programmi di allenamento del tuo club e rilevare il raggiungimento degli obiettivi.

*Più professionalità per il club, per il lavoro dei personal trainer, a tutto vantaggio dei tuoi clienti.*

A PARTIRE DA

**99** € al mese  
con anticipo zero

Esempio: InBody 270, 48 rate da 99 € e rata finale da 500 € (IVA esclusa). Salvo approvazione della società finanziaria.

# UPDATE YOUR CLUB

InBody è l'impedziometro professionale leader di mercato. Per la sua precisione ed accuratezza è largamente impiegato nel settore medicale ed in ambito sportivo-professionistico.

Per saperne di più visita:

[fitness.inbodyitalia.it](http://fitness.inbodyitalia.it)

o scrivi a:

[info@inbodyitalia.it](mailto:info@inbodyitalia.it)

InBody è importato e distribuito  
in Italia da Caresmed S.r.l. - Milano  
Tel. 02.40741546



S10



120



270



370s



570



770

## Tante possibilità

Fino a qui abbiamo parlato solo di piscina, ma come promesso ce n'è anche per chi la vasca non ce l'ha. Se ci pensate bene, così come non è necessario disporre di una strada o di una pista di atletica per portare in palestra ciclisti e podisti, paradossalmente allo stesso modo può anche non servire la piscina per lavorare con i subacquei. Mi risulta invece che **poche palestre organizzano attività specifiche per attirare i subacquei**, eppure questo tipo di cliente ha un bel portafoglio ed è disposto ad aprirlo all'occorrenza pur di soddisfare la sua passione, e che ci crediate o no vi assicuro anche fuori l'acqua. Quindi può anche essere che sulla falsa riga della presciistica si organizzino attività a secco come i percorsi di ginnastica funzionale con esercitazioni specifiche per la subacquea, le attività che migliorano la respirazione e il rilassamento e con un po' di fantasia tanto altro, integrando in tutti i casi la sala e la piscina, insomma tutta la palestra. Ed è forse proprio questo il punto chiave della faccenda, lavorare con il subacqueo può essere il primo passo verso un modo diverso di pensare alla piscina dove non esiste un confine fisico e mentale con il

mondo della palestra, quindi uno spazio, la vasca e il bordo vasca, ibrido senza soluzione di continuità con la palestra stessa dove il nostro subacqueo spazia liberamente tra sala e vasca contagiando e coinvolgendo altri soci.

## Il passa parola

Ma ritorniamo al nostro tuffo, è semplicissimo da fare: è sufficiente come primo approccio alla subacquea, per farci le ossa per intenderci, cercare tra conoscenti e amici un contatto di un gestore di una scuola subacquea per proporgli di organizzare delle prove dimostrative gratuite per i vostri soci, arricchendo di fatto, senza troppo impegno il programma delle attività con una esperienza inedita. Ma non solo, provata e piaciuta la prova subacquea è arrivato il momento di inserirla in un evento più grande come può essere una mini olimpiade e il gioco è fatto. A questo punto si può decidere di continuare a lavorare con chi il subacqueo lo fa di professione, allargando il confine della palestra inglobando di fatto il suo mondo, intercambiando servizi e prodotti, lanciando magari una tendenza, per esempio, la Divegym oppure sulla falsa riga delle confezioni

regalo, probabilmente conoscete le SmartBox che riempiono gli scaffali dei centri commerciali, producendo delle scatolette personalizzate contenenti per esempio, una prova subacquea nella vostra o nella sua piscina la cosa non ha più importanza, una lezione di personal trainer sul rilassamento fatta in sala musicale e un gadget subacqueo venduti non più solo in palestra, ma su diversi canali quali ad esempio le varie scuole e associazioni subacquee, il web, ecc.

## Corsi su misura

L'alternativa di fare il prodotto in casa ovvero di organizzare direttamente corsi e attività subacquea per i propri soci senza avere competenze specifiche in questa attività è sicuramente impegnativo, ma non impossibile. **Aggiungere allo staff della palestra un istruttore di sub**, magari segnalato dal negozio subacqueo della zona che interessato a vendere la propria merce a nuovi clienti, fornisce alla palestra in comodato d'uso le attrezzature per le esercitazioni, è sicuramente la soluzione più semplice e anche quella più economica.

## Affari in vista

Per concludere, abbiamo visto che con la subacquea si può fare molto di più che vendere spazi e ore vasca, questo lasciamolo fare alla piscina comunale. Inoltre, le opportunità possono nascere come funghi, ovviamente intesi in senso letterale e non come igiene delle piscine, perché forti di questa esperienza si è pronti e allenati ad accogliere sempre più nuove tipologie di clienti e anche colui che oggi è per il gestore della palestra uno da tenere molto lontano, il canoista, diventa interessante e inedito per le piscine, scusate per la palestra, con i suoi corsi di eskimo, ma questa è un'altra storia. ■



## 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)



# SHAPENESS

- IL BENESSERE IN FORMA -



**GRAZIE A TUTTI QUELLI CHE CI HANNO  
VISITATO A RIMINI WELLNESS 2019**



**MISURE RIPETIBILI E SPECIFICHE**

Regime alimentare a controllo calorico personalizzato

Nome : **Rossi Mario**

Nutrizionista : Dott. \_\_\_\_\_  
Iscrizione all'albo # \_\_\_\_\_

**mercoledì, 18 aprile 2018**

**Colazione**

- 47 g Biscotti frollini
- 234 g Latte pastorizzato intero
- 234 g Arance succo

**Pranzo**

- 47 g Pane tipo integrale
- 292 g insalata di fagioli e tonno (Fagioli bolliti 134g, C. Basilico 7g, Tonno sott'olio (sgocciolato) 99g)

**Merenda**

- 175 g Pesche fresche con buccia

**Cena**

- 47 g Vino rosso da tavola
- 585 g Minestrone di Verdure (Carote crude 78g, C...



**PIANI  
ALIMENTARI  
REDATTI DA  
PROFESSIONISTI**

**APP INTERATTIVA CHE  
GUIDA L'UTENTE ALLA  
MIGLIORE ESPERIENZA**

**info@shapeness.it**  
**www.shapeness.it**  
**030-2191564**

di Stefano Dametto

# PALESTRE IN FORMA CON I SISTEMI ISOINERZIALI

IL RICHIAMO



AL PASSATO

È SPESSO

FONTE

DI ISPIRAZIONE,

NONCHÉ STIMOLO

PER INNOVARE. COME  
NEL CASO DI QUESTI  
MACCHINARI, PERFETTI  
PER ALLENAMENTI  
CALIBRATI E SENZA  
PERICOLI

**N**onostante si viva in un mondo in cui l'informazione grazie al Web sia alla portata di tutti con pochissime limitazioni di sorta, alcune notizie, sistemi, novità e pratiche operative rimangono ancora sconosciute o poco considerate nelle palestre italiane. È questo il caso dei sistemi isoinerziali, strumenti che iniziano solo ora a fare la propria comparsa nel nostro Paese, in netto ritardo rispetto ad altre nazioni.

Attualmente, negli ambienti sportivi e riabilitativi, la parola isoinerziale suscita spesso curiosità e interesse e solo in limitati casi, conoscenza e corretto utilizzo. **Essendo però macchinari ancora poco conosciuti**, che garantiscono i loro benefici in seguito a corretto utilizzo e settaggio, coordinazione motoria, ritmo esecutivo, hanno bisogno inizialmente di una fase educativa monitorata da personale professionalmente



competente. Per questo motivo è raro oggi giorno vedere all'interno di una sala pesi, uno di questi macchinari.

## A che cosa servono

Le ricerche scientifiche che si sono occupate dell'efficacia del metodo isoinerziale hanno evidenziato una maggiore produzione di forza e di potenza, espressa a differenti angoli articolari, rispetto ai "pesi liberi". Inoltre, tali metodiche, grazie alle quali è possibile enfatizzare il lavoro

eccentrico controllato, si sono rivelate utili anche nella prevenzione di infortuni muscolari e tendinei. Portando questa metodologia dall'ambito della ricerca scientifica di base da un punto di vista pratico, possiamo affermare che **la metodica isoinerziale rappresenta un passo avanti per un training completo**, per migliorare il movimento, la forza, la potenza, la coordinazione, consentendo di produrre movimenti funzionali, che sollecitino con una

sola azione tutti i muscoli interessati al gesto.

### Come sono fatte

Per semplificare la comprensione della spiegazione tecnica che segue, **si immagini di avere a che fare con una sorta di grosso yo-yo meccanico**. Nello yo-yo, con cui più o meno tutti hanno giocato da bambini, le due placchette rotanti erano collegate tra di loro da un piccolo perno di forma cilindrica sul quale si arrotolava e srotolava il filo con l'anello finale, necessario alla tenuta con la mano da parte dell'utilizzatore. La prima azione di srotolamento delle placchette, avveniva, grazie alla forza di gravità terrestre mentre l'effetto yo-yo era mantenuto grazie all'abilità del soggetto ed all'energia cinetica che le due placchette accumulavano durante la loro rotazione in senso orario e antiorario.

**I sistemi isoinerziali di cui parliamo in questo articolo, sono molto simili per concetto al giochino divertente**

di cui sopra, ma a differenza di questo, la forza di gravità è meno determinante al loro impiego. Motivo per cui tali macchine hanno trovato inizialmente largo impiego proprio in assenza di gravità.

### Come funzionano

Entriamo quindi nello specifico. **I macchinari isoinerziali, sono composti essenzialmente da 3 componenti fondamentali:** un disco rotante (volano), un elemento di trasmissione del moto al volano, definito anche albero di trasmissione (che può avere forma conica o cilindrica) e un ultimo elemento, normalmente una corda o una cinghia che, essendo vincolate all'albero di trasmissione permettono di tradurre il gesto motorio dell'utilizzatore, in movimento rotatorio del volano. La cinghia o corda tirate durante la fase concentrica dell'esercizio, accelerano il volano che ruotando immagazzina energia cinetica. La lunghezza della corda è regolata per

essere completamente svolta alla fine della fase concentrica nel momento in cui il volano, continuando a ruotare, la riavvolge in senso contrario. Il soggetto utilizzatore, a questo punto deve opporre una forza frenante eccentrica per rallentare l'inerzia del volano, con la corda che nuovamente si è riavvolta all'albero di trasmissione e che quindi permetterà di iniziare una successiva fase concentrica e quindi la ripetizione dell'esercizio.

### Due tipi a confronto

**A trasmissione conica:** i sistemi che utilizzano come albero di trasmissione un corpo conico, hanno una gamma di applicabilità maggiore. Il cono, grazie alla sua forma, che prevede diametri di circonferenze dalle più piccole alle più grandi e vice versa, si comporta esattamente come il cambio della bicicletta da corsa. Sfruttando questa caratteristica, e la libertà della corda sulla quale si dipana, si possono ottenere resistenze all'inversione

**UPTIVO**  
MATTER OF INTENSITY



MONITORAGGIO  
CARDIO IN TEMPO REALE



SFIDE DI GRUPPO E  
CLASSIFICHE



OTTIMIZZAZIONE  
PERFORMANCE E RISULTATI



COMPATIBILITÀ FASCE  
CARDIO PIÙ DIFFUSE



**SCOMMETTIAMO CHE IL CUORE SARÀ LA FORZA DEL TUO BUSINESS?**

Scopri la nuova formula **SODDISFATTI O RIMBORSATI** e installa subito UPTIVO nel tuo Club\*.

\*Vai sul sito [uptivo.fit](http://uptivo.fit) per conoscere tutte le condizioni.



del moto rotazionale del volano, più o meno impegnative. Questo vantaggio permette l'esecuzione di proposte pratiche molteplici che vanno da azioni a bassa richiesta di forza, ma con dinamica elevata, ad azioni ad alta richiesta di forza e dinamica lenta, mantenendo sempre e comunque omogeneità e fluidità del movimento.

**A trasmissione cilindrica:** viceversa le macchine a volano che sfruttano un sistema di trasmissione del moto con albero a geometria cilindrica, permettono di raggiungere valori di inerzia più alti. La sezione cilindrica comporta, in fase d'inversione del moto, uno stress elevato ed è per questo motivo che queste macchine sono più utilizzate nella fase di costruzione della forza in esercizi convenzionali (squat verticale e laterale, leg press, leg curl...) e con soggetti allenati.

### Quali differenze

Dovuto ad alcune leggi della fisica, **un chilo non è sempre un chilo**. Questo concetto fu dimostrato da Isaac Newton già alla fine del 1600. Se prendiamo in esame i classici macchinari isotonici presenti nelle sale pesi delle palestre, si dà per scontato che il "carico" impostato (ad esempio 10 Kg alla Lat Machine) rappresenti una resistenza nota, fissa e invariabile: in effetti lo è, ma solo

quando il peso è fermo o viaggia a una velocità costante. L'accelerazione e la forza necessarie per spostarlo, spingerlo, tirarlo e quindi toglierlo dal suo stato di quiete, ne modificano il valore. Come cambia il suo valore anche in base ai sistemi di leve e carrucole che permettono la sua movimentazione. Per ottenere una maggiore velocità di movimento sono necessarie accelerazioni elevate. Ciò significa che la forza sviluppata può variare notevolmente a seconda della velocità di movimento. Ed è per questo motivo che se due soggetti sollevano la stessa massa, ad esempio 100 Kg, non possono essere considerati forti uguali. Sarà sempre più forte colui il quale quei 100 Kg sarà in grado di accelerarli maggiormente.

### Come misurare?

Come si fa a valutare questo parametro? **Oggi giorno esistono degli accelerometri** che permettono di quantificare in tempo reale, azione per azione, la potenza che è erogata dal soggetto che sta eseguendo un determinato esercizio. Sono apparecchi dalle dimensioni ridotte (più o meno un telefonino o anche più piccoli), che posti sul pacco pesi o direttamente sul peso libero, bilanciere o manubrio che sia, misurano l'accelerazione a cui il carico è sottoposto e tramite

algoritmo danno l'espressione in watt della potenza erogata.

### Perché usarle

Una delle differenze principali rispetto ad altri esercizi convenzionali e sistemi visti in precedenza, (macchine a pesi, bilancieri o manubri, elastici, macchine iso-cinetiche, ecc.) è che, nei dispositivi iso-inerziali la resistenza, o meglio il carico è variabile ed è in ogni istante proporzionale alla forza sviluppata e alla velocità con cui si esegue il gesto:

- maggiore è la forza esercitata nella fase concentrica
- maggiore sarà l'accelerazione con la quale il volano reagirà e ruoterà.
- maggiore sarà l'impegno per contrastare e rivincere l'inerzia (enfasi sull'azione eccentrica del muscolo)

**In un dispositivo isoinerziale ogni ripetizione è sempre svolta alla massima forza che l'atleta riesce a produrre**, pur se questa decresce con la fatica. Ne consegue che la "dose" di allenamento (lavoro) può essere superiore che con i pesi convenzionali, proseguendo l'esercizio per un numero di ripetizioni superiori. Quindi, mentre per i carichi isotonici è il carico a determinare la possibile velocità di spostamento dello stesso e quindi la potenza erogata, nei sistemi isoinerziali è la forza applicata e la velocità di esecuzione di ogni fase a determinare il carico. In altre parole, ciascuna ripetizione, volendo, è sempre massimale. Alla luce di quanto scritto e alle evidenze scientifiche che avvalorano l'allenamento della forza eccentrica controllata come modello elitario per prevenire le lesioni muscolari, l'utilizzo di macchinari isoinerziali è senza dubbio un metodo molto interessante, con vasta applicabilità e benefici nell'ambito di ogni club. ■

*Stefano Dametto*

Maestro dello Sport Scuola dello Sport (CONI)  
+ Maestro Nazionale di Tennis (FIT) Roma.  
Resp. R&S - Uff. Tecnico Flyconpower  
[ufficiotecnico@flyconpower.com](mailto:ufficiotecnico@flyconpower.com)



# Non Solo Fitness®

Divulgazione • Consulenza • Formazione

nonsolofitness.it



## Corso Massaggiatore Sportivo

Quota di partecipazione  
ai Corsi € 399,00

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

PADOVA

ROMA

MILANO

25-26/1 e 22-23/2

1-2/2 e 29/2-1/3

8-9/2 e 7-8/3

Il massaggio sportivo è un tipo di massaggio eseguito negli atleti al fine di migliorare la prestazione sportiva. Eseguito in determinate zone del corpo prepara il muscolo a grossi carichi di lavoro. È utile per ripristinare una più ideale condizione fisiologica dei muscoli sottoposti allo stress dell'esercizio fisico.

Gli effetti benefici sono molteplici:

- Riduzione delle tensioni muscolari
- Maggiore ossigenazione muscolare
- Riduzione delle nodosità e aderenze cicatriziali
- Ritorno rapido della normale funzionalità muscolare
- Attenuazione dell'indolenzimento muscolare
- Riduzione della frequenza cardiaca e della pressione arteriosa
- Etimolazione del microcircolo locale
- Preparazione muscolare all'attività fisica
- Prevenzione degli infortuni

Corso riconosciuto  
AICS (EPS CONI) con rilascio  
del **DIPLOMA NAZIONALE** e  
certificazione internazionale.



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

# COME ALLENARE LA MENTE DEI NOSTRI CLIENTI



AUMENTARE LA  
PERCENTUALE DI  
FIDELIZZAZIONE  
DEI NUOVI  
ISCRITTI

PASSA ANCHE  
ATTRAVERSO  
IL CAMBIAMENTO  
DI ABITUDINI ORMAI  
CONSOLIDATE DEI CLIENTI.  
ECCO COME FARE



Ogni titolare di palestra conosce bene che, il numero di iscritti è determinato dalla somma di quelli nuovi con i rinnovi. Oggi mi voglio occupare di come alzare la percentuale di rinnovo del nuovo iscritto, attraverso due strategie semplici, quanto sicuramente originali:

- **Passare dalla motivazione alle abitudini**
- **Quanto aspettative e risultati siano un inganno a perdere**

Ma prima di passare in dettaglio a queste due strategie, permettetemi di condividere un cruccio che da tempo mi assilla. Ogni persona che viene nella nostra palestra è spinto

dall'idea di avere un corpo migliore, magari perdendo peso (grasso) e acquisendo sia muscoli sia salute.

**Ognuno dispone delle proprie scelte giornaliere**, per esempio: che cosa mangiare, quando andare in palestra oppure a che ora coricarsi. La mente, con i propri pensieri, fino all'attimo prima di iscriversi, aveva condotto il nostro cliente, verso uno stile di vita incerto, quindi probabilmente la strada del successo è quella di riuscire a modificare quegli atteggiamenti mentali, che lo condurranno verso il proprio successo.

## Il potere della mente

Di certo figure come quelle del mental coach e dello psicologo, possono dare un grande aiuto in tutto questo, ma credo che ogni istruttore debba avere le giuste qualità verso questa materia, come d'altronde ho scritto nel mio libro

*Dal pensiero all'azione*, per creare la neuroplasticità, cioè la capacità del cervello di cambiare nel corso della vita di una persona. Ma torniamo ai due errori, che spesso il cliente commette nel frequentare la palestra e che poi inevitabilmente lo porterà all'abbandono.

## Il primo errore

Il primo di questi è pensare che la motivazione sia l'arma alla quale aggrapparsi, per diventare degli assidui frequentatori: niente di più sbagliato. **La tanta decantata motivazione**, è vero che dà una spinta inerziale al fare, ma arriverà il momento in cui non si trova più, è come se si fosse esaurita, e allora il meccanismo migliore, che ogni nostro cliente dovrà adottare, sarà quella delle buone e sane abitudini. Raccontarlo all'inizio, nel famoso primo incontro della scheda e includerlo nei protocolli degli

esercizi, permetterà di instillare quei meccanismi come appunto le abitudini, che permetteranno al cliente di frequentare la palestra, anche quando la motivazione “è rimasta in vacanza”.

**Sarà allora che l'allenamento entrerà in una dimensione nuova,** inattaccabile da stati d'animo e quindi farà parte della routine giornaliera. Fin dai primi giorni di allenamento, pensare che la strada per diventare dei buoni frequentatori di palestra dovrà passare attraverso un momentaneo “girono Dantesco” che prende il nome di abitudini e rituali, che vanno al di là delle momentanee sofferenze.

### Il secondo errore

Il secondo errore mentale che il cliente commette e che, invece, deve essere spiegato e contestualizzato al meglio è **quello del ruolo di aspettative e risultati.** Nel centro che dirigo “Living Wellness” sento spesso dire ai miei

clienti (soprattutto nei primi mesi) che non vedono grandi risultati, che il problema sta che se dopo 50 anni, in cui il corpo ha avuto tanti chili di troppo e magari in assenza di allenamenti specifici, come ci si può aspettare grandi risultati. Inoltre, **molte volte sono gli stessi istruttori che illudono il cliente,** sovrastimando i futuri risultati. Sarebbe molto meglio mettere di fronte al cliente, con estrema sincerità e trasparenza, le tappe e i tempi dei miglioramenti, questo genererebbe il giusto stato mentale e non porterebbero all'abbandono. **Spesso la mente del cliente non aspetta altro che trovare la giusta causa per lasciare** la propria frequentazione, si chiama “attenzione selettiva”, ossia dove pongo la concentrazione trovo conferma che la palestra non funziona; da qui il passo è breve per stare a casa piuttosto che allenarsi.

### Massima sincerità

Di certo raccontare al nostro ospite,

che allenarsi, nutrirsi al meglio ed educare la propria mente, necessita dei giusti tempi e se questi saranno rispettati, ciò permetterà al nostro frequentatore di non cadere in quegli errori tipici di false aspettative, e generare invece il giusto atteggiamento mentale verso il proprio successo. In definitiva possiamo affermare, che **anche se il mondo del fitness sia sempre alla costante ricerca di corsi di tendenza,** di esercizi rivoluzionari e di macchinari che creino il miracolo; forse in questo contesto, dovremmo occuparci più del motivo perché una persona frequenta o non frequenta la palestra, e il più delle volte ciò è dovuto più a un aspetto di tipo mentale, che fisico, e lo sarà sempre più. ■

### Raffaele Familiari

Diplomato ISEF, socio fondatore del Club Living Wellness, autore del libro “Dal pensiero all'azione”, coach, creatore della *Delphit Performance*, come avere un corpo in forma e una mente performante, partendo dai propri pensieri.



Se hai domande  
sulla poledance,

noi abbiamo  
tutte le risposte.



**ThePole by AGMDesign.it**

poledance e sports aerei

035.905116 mob 3277870236

info@thepole.it www.thepole.it

# LA FORZA DELLA SOLIDITÀ



**TOORX PROFESSIONAL** AFFONDA LE SUE RADICI NEL SUBSTRATO DELLA SOLIDA CONCRETEZZA, UNITA ALL'INVENTIVA E ALLA LUNGIMIRANZA, DELL'IMPREDITORIALITÀ ITALIANA.

**F**iglio di Garlando S.p.A., azienda di successo nella produzione in Italia da 65 anni di articoli per l'intrattenimento e lo sport, il marchio **TOORX PROFESSIONAL** si inserisce nel competitivo ed esigente mercato del fitness professionale e rapidamente si afferma con decisione come "player" vincente ed affidabile, guadagnandosi la fiducia dei trainer e degli utilizzatori finali.

**Motivo del crescente successo? Qualità, design, prezzo, ampiezza di gamma, collaudata assistenza post vendita e dedizione delle persone che ci lavorano.**



**TOORX PROFESSIONAL** offre, infatti, una linea completa di prodotti che spaziano dagli attrezzi HIIT dedicati al crosstraining e all'allenamento funzionale, tra cui tapis roulant curvi, ski trainer, vogatore e bike ad aria, alle gabbie per il crosstraining e calisthenics, da interno e da esterno, configurabili a piacimento. Design, unito ad alta tecnologia e affidabilità anche per le macchine per sala cardio e sala isotonica. Completa la gamma, una amplissima selezione di accessori per sala corsi e per l'allenamento crosstraining e funzionale, che seguono i più recenti trend del mercato e rispettano i più elevati criteri qualitativi. Prodotti in continua espansione, frutto di un'attenta ricerca sui materiali, sulla biomeccanica del movimento e sull'ingegnerizzazione del prodotto.

Tra le novità 2019 in ambito **"crosstraining&functional"**, il tapis roulant con nastro di corsa curvo TRX FORCE CROSS e l'innovativo ski trainer SKX SKI CROSS, insieme al vogatore ad aria RWX AIR CROSS. Facilità d'uso, reattività immediata e la possibilità di variare rapidamente i carichi di lavoro, fanno sì che questi attrezzi siano lo strumento ideale per Cross Circuit e Functional Training.

Molto apprezzate per qualità e versatilità, le **"gabbie"** TOORX PROFESSIONAL, il cui sistema modulare permette di configurare innumerevoli strutture autoportanti o a muro che, assieme a una vasta collezione di strutture pre-composte, facilita la scelta della soluzione più adatta alle proprie necessità. I nuovi accessori funzionali e la linea outdoor completa di montanti, profili e telai obliqui, specificatamente trattati con zincatura elettrolitica e verniciatura epossidica nel nuovo colore "Energy orange", completano la gamma.

La personalità decisa e moderna dei prodotti **"Cardio"** inizia dallo studio del design e degli abbinamenti cro-



matici più ricercati da parte del dipartimento Research & Development interno, a garanzia di stile e qualità. Un look contemporaneo, solido ed elegante, unitamente a soluzioni tecnologiche di alto livello, rendono questi prodotti il fiore all'occhiello della linea TOORX PROFESSIONAL.

A completamento dell'ampia offerta, le macchine **"Strength"**: panche olimpiche, smith machine, dual pulley, pressa gambe e macchine a carico libero, progettate con il focus sull'ergonomia e sulla qualità esecutiva. Strutture solide e stabili che permettono di eseguire una grande varietà di esercizi in sicurezza e con efficacia, anche con carichi importanti.

Obiettivi per il futuro? Diventare il **#maipiùsenza** del settore, in Italia ma ... non solo.



**TOORX**  
PROFESSIONAL LINE

**TOORX PROFESSIONAL**  
[contact@toorxprofessional.it](mailto:contact@toorxprofessional.it)  
[www.toorxprofessional.it](http://www.toorxprofessional.it)

SEGUITECI ANCHE SU

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

[www.instagram.com/toorxprofessional](https://www.instagram.com/toorxprofessional) 

# UPTIVO ARMBAND

## L'ACCURATEZZA DI UN SENSORE CARDIACO TORACICO... A PORTATA DI BRACCIO



**S**e siete alla ricerca di un sensore da braccio che abbia l'accuratezza di un sensore toracico nella rilevazione cardiaca, **Uptivo Armband** è la soluzione giusta per voi.

**Uptivo Armband** è un cardiofrequenzimetro di ultima generazione che monitora l'intensità dell'allenamento tramite lettura ottica a LED. La rilevazione dei parametri cardiaci è precisa su qualsiasi tipo di pelle e con tutte le tipologie di esercizio: dai training individuali e di gruppo in palestra (es. HIIT, spinning, ecc...), agli allenamenti a casa o alle corse al parco.

Da tempo la tecnologia a lettura ottica del battito cardiaco è disponibile e fruibile con apprezzabili risultati per le attività cosiddette "steady state" (per esempio: corsa, indoor biking, ciclismo), in cui il movimento degli arti superiori è limitato e prevedibile e l'intensità di allenamento è costante o varia in modo graduale. Sul mercato si trovano da anni monitor ottici del battito – in particolare tracker o smartwatch da polso – dedicati al mondo del running o del cycling. Il discorso cambia se si valuta l'impatto della tecnologia LED sulla tipologia di allenamenti che più spesso ci si trova ad affrontare nelle attività in palestra: con allenamenti funzionali, corsi HIIT o di fitboxe, allenamenti in sala pesi, il risultato delle misurazioni tramite lettori ottici offre tradizionalmente risultati molto meno affidabili e, in ultima analisi, inutilizzabili per il monitoraggio dell'attività di fitness.

**Uptivo Armband utilizza una tecnologia brevettata americana di ultima generazione che ha permesso di realizzare il sensore ottico più affidabile sul mercato.** Il sensore misura le variazioni del flusso sanguigno in modo costante e accurato anche durante le attività fisiche che richiedono sforzi elevati, variazioni repentine dell'intensità di allenamento e movimenti ampi e irregolari delle braccia e del tronco.

Alla precisione della rilevazione, comparabile con i classici cardio toracici, l'Armband unisce la comodità di posizionamento sull'avambraccio (raccomandata per attività steady state) o sul tricipite (più indicata per attività funzionali e, in generale, per esercizi con movimento ampio di tronco e arti superiori). Consente il monitoraggio continuativo del training fino a 20 ore e, al posto delle tradizionali batterie a moneta usa-e-getta, include una batteria al litio ricaricabile comodamente tramite USB.



Uptivo Armband nasce per completare la soluzione **Uptivo**, fornendo ai club e agli studi personal uno strumento comodo e affidabile per il monitoraggio cardio PT, small group PT e per gli allenamenti di gruppo. Il sensore è inoltre compatibile con tutti gli strumenti di fitness disponibili sul mercato che utilizzano trasmissione Bluetooth Smart o ANT+ e con le migliori app per il fitness come Uptivo, Runtastic, Runkeeper, Nike+, e altre.

**UPTIVO**<sup>®</sup>  
MATTER OF INTENSITY

**Thinkerly**  
Tel. 0362 1857437  
[info@uptivo.fit](mailto:info@uptivo.fit)  
[www.uptivo.fit](http://www.uptivo.fit)

# SHAPENESS - IL TUO PIANO ALIMENTARE PERSONALIZZATO



È inevitabile quando cambiamo la pagina del calendario e leggiamo settembre dobbiamo iniziare a fare i conti con l'estate ormai agli sgoccioli, i ricordi delle vacanze e in moltissimi casi **qualche "chiletto" di peso in più!**

Ormai si sa, che a settembre tutte le riviste cercano di pubblicare la dieta perfetta dei 7 kg in 7 giorni, che come sanno tutti è un'utopia, ma tutti ci sperano. **Quest'anno l'alternativa c'è! È Shapeness**, che affianca i professionisti dei centri fitness, a far passare il messaggio che non per forza dieta, vuol dire costrizione e sacrificio, ma può e deve diventare consapevolezza e cultura che un **piano alimentare adeguato e mirato, ci permette di raggiungere gli obiettivi di benessere e forma senza necessariamente rinunciare a tutto.** Anche se siamo il "Bel Paese", e tutto il mondo invidia la nostra cucina, quasi sempre noi italiani mangiamo male, non per qualità ma per quantità e tempismo.

Le palestre che hanno abbracciato la nostra filosofia, stanno avendo riscontro non solo dai loro utenti, ma anche da molti, che **non sono mai entrati in un centro fitness**, e che per l'effetto di Shapeness e dei consigli degli operatori formati, sono entrati nel circuito delle palestre italiane. Quanto spendete in marketing per attrarre nuovi clienti che spesso sono rubati alla concorrenza? **Shapeness**, a oggi, è uno dei pochi strumenti per **attrarre**



**persone nuove** a questo ambiente, vendendogli un servizio di qualità, dove sta a Voi fidelizzarli nei Vostri club. Tutti sanno che il benessere si raggiunge facendo attività fisica regolarmente e mangiando sano. Al fitness ci pensate Voi, all'alimentazione ci pensa Shapeness con una equipe di professionisti che tramite il nostro servizio Vi permette di migliorare e fidelizzare i vecchi e nuovi clienti, avendo un unico riferimento in palestra, che può consigliare il percorso giusto da intraprendere per ottimizzare piano alimentare e attività fisica.

A qualificare questo servizio è anche l'utilizzo di un Adipometro, che ci permette di misurare in modo univoco e ripetibile nel tempo, lo strato sottocutaneo, andando a identificare gli strati adiposi differenziandoli tra quello superficiale e profondo ( SAT E DAT) e valutare anche il muscolo sottostante, di fatto è un ecografo che non ha bisogno dell'abilitazione medica per essere utilizzato. Oltre ai piani alimentari, questo strumento Vi permette di fare un check up dove potete stampare report e far vedere da subito al cliente la sua condizione, potendo "scannerizzare" tutti i punti di repere che volete, qualificando così qualsiasi servizio venduto che sia una scheda personal, un programma per atleti, un abbonamento annuale, ecc. Il nostro consiglio: iniziate a fare marketing con gli strumenti che avete a disposizione e che usate tutti i giorni, vedrete che sono ancora i più efficaci e redditizi, quindi non Vi resta che contattarci per approfondire e diventare anche Voi un centro Shapeness qualificato.

  
**SHAPENESS**

**Puoi contattarci:**  
tel +39 0302191564  
[www.shapeness.it](http://www.shapeness.it)  
[info@shapeness.it](mailto:info@shapeness.it)

# LA SPA PER TUTTI

## LE SOLUZIONI VINCENTI



SONO SEMPRE DI PIÙ I CENTRI SPORTIVI CHE OFFRONO TRATTAMENTI WELLNESS PER POTENZIARE IL GIRO DI AFFARI. MA LO SPAZIO? ECCO LE TENDENZE PER RENDERE REDDITIZIE ANCHE PICCOLE REALTÀ

**P**oter avere un percorso benessere all'interno della palestra è un'idea accarezzata da molti: come completamento delle attività da offrire ai propri clienti e per distinguersi dai concorrenti.

**Il benessere piace, ed è un servizio molto richiesto dalla clientela.**

Una pratica spesso adottata in passato era di inserire una sauna all'interno dello spogliatoio: un modo per dare un piccolo servizio agli utenti. Si tratta di una soluzione un po' superata: se è vero che la sauna ha innegabili effetti positivi, in particolar modo dopo una sessione sportiva, oggi le persone sono alla ricerca non di un trattamento, ma di un'esperienza,

per cui cercano qualcosa di più: un percorso emozionale vero e proprio, una SPA.

### Che cosa prevedere al suo interno?

Il primo requisito è di avere spazio sufficiente per inserire le attrezzature necessarie. Un percorso benessere, per essere definito tale, ha bisogno almeno di un'alternanza di trattamenti caldi (sauna/bagno di vapore) e reazione fredda (docce normali o emozionali/vasca di immersione etc), e possibilmente un'area relax.

**Una dotazione minima** composta da sauna, bagno di vapore e area relax, richiede almeno uno spazio di 50/60 mq, oltre a un minimo di vani tecnici, ovviamente



# POWER **fit**

strength • equipment



## LA VETRINA DEL NUOVO

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



Fan Bike CB700  
Prezzo listino € 990,00  
Offerta speciale

€ 850,00



Professional Run JB-8800  
Prezzo listino € 4.990,00  
Offerta speciale

€ 2.490,00

## IL NUOVO AL PREZZO DELL'USATO!

Rack JL7360 (compreso flyer 92+92 kg)  
Prezzo listino € 6.990,00  
Offerta speciale

€ 4.990,00



Tappeto curvo  
Prezzo listino € 2.990,00  
Offerta speciale

€ 1.990,00



Panche serie JL a partire da

€ 190,00



Offerta valida fino al 31 ottobre su una selezione di prodotti, entro il limite della disponibilità di magazzino. Offerta non cumulabile con le altre promozioni e offerte in corso.  
I prezzi si intendono al netto di iva e non comprendono consegna e installazione.

**POWER **fit****

Powerfit di Nardi Marco  
10090 Gassino Torinese

Tel: 335349767 - 3518066223

Email: [info@powerfit.it](mailto:info@powerfit.it) - P. Iva IT09789690014

immaginando di far utilizzare gli stessi spogliatoi della palestra agli utenti della SPA (altrimenti a queste superfici andranno aggiunte quelle per spogliatoi dedicati). Si tratta di percorsi per 10/12 utenti contemporaneamente, poiché in queste dimensioni possiamo immaginare saune o bagni a vapore che possano ospitare non più di 5 utenti ciascuna.

Se pensiamo in questi termini di dimensioni e servizi, cerchiamo di capire meglio le possibilità che ci offre il mercato.

### La sauna: pro e contro

La sauna è forse il trattamento che più fa binomio con palestra per tradizione e vocazione: migliora la circolazione, elimina lo stress e aiuta al rilassamento della muscolatura e allo smaltimento dell'acido lattico, configurandosi come strumento ideale per migliorare e amplificare gli effetti

di un allenamento. Sicuramente adatta ai veri e propri sportivi, **non sempre è adatta a tutte le conformazioni fisiche**: a chi soffre di pressione bassa risulta un trattamento troppo forte, ed è sconsigliata ai cardiopatici e a chi soffre di vene varicose.

Se vogliamo, quindi, avere un trattamento più adatto "a tutti" è possibile orientarsi su saune a infrarossi (che come dice la parola stessa utilizzano la tecnologia ad infrarossi per l'irradiazione del calore) o biosaune (con un maggior apporto di umidità rispetto alla sauna tradizionale): entrambe si attestano sui 60°, anziché gli 80/90° delle saune tradizionali.

**Alla sauna si aggiunge spesso il trattamento del bagno di vapore** perché ha un'azione positiva sull'epidermide e sulle vie respiratorie, completando l'insieme degli effetti benefici dei trattamenti "caldi".

### Idromassaggio

Indubbiamente oltre a quanto descritto sopra, un altro elemento molto accattivante all'interno di un percorso benessere è l'acqua: una mini piscina idromassaggio, che possa ospitare 6/8 persone, è davvero un trattamento molto apprezzato e richiesto, ma richiede almeno altri 20/30 mq, oltre ai relativi vani tecnici per i filtri e le pompe. Si tratta di investimenti importanti e, inoltre, non per tutti è possibile avere questi spazi a disposizione: quali altre possibilità si aprono?

Dal punto di vista economico è sconsigliabile scegliere soluzioni troppo a buon mercato, perché se ne avranno conseguenza in termini di manutenzione e durata delle attrezzature.

### Lusso per pochi

Una formula cui è possibile pensare è quella di ridurre le dimensioni di sauna e bagno turco, portandoli da 4/5 utenti a una dimensione di coppia, riducendo di conseguenza tutte le superfici, senza rinunciare alla qualità. Questo tipo di soluzione comporta un concetto completamente diverso nella proposta alla clientela: SPA non come uno spazio social e condiviso, ma **uno spazio privato, da utilizzare per coppie o piccoli gruppi, solo su appuntamento**, proprio come fosse una private SPA. Questa è una tendenza sempre più forte e sentita del mercato, che tende a ricercare piccoli lussi, riservati e intimi, dove poter essere padroni del proprio tempo, e si può trasformare in una possibilità di valore e di business per la vostra palestra. ■



*Anna Palucci*  
*Silvia Giannini*

Sono architetti di WELLNESS 7.0: un hub di professionisti specializzati nel settore fitness, benessere e horeca, che promuovono il concetto di PROGETTO SOSTENIBILE: analisi economiche, comportamentali, flussi, mercato e trend costituiscono la base per sviluppare progetti strategici e funzionali in relazione a logiche economiche ed imprenditoriali.



# upWell

benessere come stile di vita

**PRIMI IN ITALIA A PORTARE LA PREVENZIONE  
NELLE AZIENDE E NEI CENTRI FITNESS**

**25 ANNI DI ATTIVITA' CON PIU' DI 200.000 VISITE MEDICHE  
ESEGUITE PRESSO AZIENDE MULTINAZIONALI IN TUTTA ITALIA  
E NEI PIU' IMPORTANTI CENTRI SPORTIVI WELLNESS E  
FITNESS.**

**VISITE MEDICHE DI IDONEITA'  
DIETOLOGIA - Analisi della Composizione Corporea  
CONSULTI CARDIOLOGICI  
MEDICINA SPORTIVA**

**CONSULENZE di direzione per Centri Wellness  
ORGANIZZAZIONE - GESTIONE**

**Upwell**

**www.upwell.it | Tel.+39 02 48101006 | Email: info@upwell.it**

# RIPARAZIONI STRAORDINARIE O EDUCAZIONE DEL CLIENTE?



POCHE MA CHIARE  
REGOLE  
CONSENTONO  
DI FAR  
DURARE  
L'EFFICIENZA

DEI PROPRI MACCHINARI.  
ECCO COME APPLICARLE

**C**ari lettori e lettrici, gli articoli che scrivo trattano di argomenti tecnici e in alcuni casi ci sono degli approfondimenti comprensibili ai soli addetti ai lavori, nonostante questo ho scoperto di essere letto anche dal gentil sesso, che sempre di più ricopre posizioni fondamentali all'interno dei club, oltre ad essere loro stesse proprietarie di centri fitness. E se devo dirla tutta, sono proprio loro che sono più attente anche all'aspetto dell'organizzazione delle manutenzioni e dell'efficienza delle attrezzature, forse perché non essendo il loro "mestiere" tendono a informarsi di più e meglio. **Prendendo spunto da una richiesta specifica** fatta da Elisa, coordinatrice di una palestra che punta alla qualità dei loro servizi, **su questo numero trattiamo l'aspetto della manutenzione ordinaria** della sala attrezzi che spesso viene trascurata e poco calendarizzata.

## Che cos'è la manutenzione ordinaria?

Sono una serie di check e controlli con azioni giornaliere o settimanali che dovrebbero essere eseguite dagli operatori di sala o dalla persona predisposta a questo, **vediamone alcuni partendo dall'apertura della palestra**. Di norma il primo operatore che entra in sala accende le linee principali della corrente degli attrezzi, le luci, accende la radio di sottofondo, si accende il pc e via a fare le schede di allenamento, salutare i clienti che entrano ecc.

**Ma gli attrezzi vengono controllati?** Oppure poiché non vedendo biglietti di segnalazione alla reception, si dà per scontato che tutto sia OK. È proprio al mattino, appena si apre, quando non c'è ancora confusione, il momento migliore per "ascoltare" le attrezzature e vedere anche visivamente se sono in buono stato. Per chi non lo vuole fare tutti i giorni sarebbe sufficiente una volta alla settimana, ma salire, accendere e provare per una trentina di secondi l'attrezzo, permette di verificare il perfetto funzionamento e notare se ci sono dei rumori o cigolii strani, se è posizionata al posto giusto, se le console e relativi tasti sono funzionanti, se i cavi delle isotoniche sono integri, scorrono bene e non ci sono limitazioni nei movimenti.

## Prevenire è meglio che... riparare

Tutti questi check permettono molte volte di anticipare

rotture improvvise e magari compromettere parti più importanti. Per la salute delle persone si dice che prevenire è meglio di curare, per gli attrezzi è lo stesso, con la variante che prevenire è meglio che spendere. Tutto questo riguarda la parte tecnica e funzionale, se non si possiede un registro cartaceo o elettronico di verifica, è consigliabile farlo, **tirando le somme, alla fine dell'anno, tra il tempo impiegato e i soldi risparmiati, si resterà piacevolmente sorpresi.**

## Belli anche sotto

Spesso però è sottovalutata anche la pulizia ordinaria e di utilizzo, sicuramente il personale addetto a lavare i pavimenti, i bagni le parti di passaggio è perfettamente rodato. Ma le stesse persone sanno come pulire le attrezzature? O semplicemente ci girano attorno o al massimo alzano la pendenza dei vostri treadmill per lavare sotto. Spesso vedo gli incaricati delle pulizie che utilizzano i prodotti per lavare i vetri o pavimenti anche per pulire console, scocche degli attrezzi, telai delle macchine isotoniche, pellame delle imbottiture ecc. Purtroppo pochi sanno che la maggior parte dei detergenti utilizzati comunemente per le pulizie industriali e domestiche hanno all'interno una percentuale considerevole di ammoniaca o similari, che al momento detergono,



ma sulle parti di plastica come cover e console, oramai tutte di materiale plastico, nel tempo tende a opacizzarle proprio per l'effetto della componente chimica del detergente troppo aggressiva. Allora che cosa fare? Il consiglio se non volete usare dei detergenti neutri è quello di diluire il prodotto almeno del 50% per la sola igienizzazione delle superfici degli attrezzi.

### Il fai da te

Spesso si notano nelle sale rotoli di carta e spruzzatori a disposizione dei clienti, che dovrebbero al termine della propria sessione di allenamento su un attrezzo cardio, pulire le parti di contatto e il sudore depositato. Ma gli avete mai detto o fatto vedere, che cosa e come pulire? Da quello che vedo, ben pochi degli operatori insegnano come si deve lasciare un attrezzo. **Ecco alcune accortezze, ma che di norma non vengono seguite:** come prima cosa lo spruzzino con il detergente va bene, ma non sempre spruzzare

sugli attrezzi è utile, quando dobbiamo pulire una console non si spruzza direttamente, ma si bagna la carta e poi si passa sul monitor e tasti (alcune rotture dei display avvengono perché si "bagnano" le schede elettroniche e ovviamente vanno in corto), fate attenzione a questo particolare è molto frequente.

**Il secondo consiglio** riguarda il passare l'attrezzo con la carta in modo da asciugare prima di igienizzare, di solito il cliente spruzza e poi passa con la carta aggiungendo bagnato su bagnato, oltre allo spreco di carta, l'igienizzazione non sarà ottimale. Infine non c'è bisogno di "annaffiare" gli attrezzi, una o due spruzzate di detergente bastano, anche perché l'azione è ripetuta ogni qual volta un cliente utilizza un attrezzo per un tempo prolungato.

### Igiene prima di tutto

Si parla molto di fidelizzazione, l'importanza dei dettagli, il metodi nell'accogliimento del cliente, c'è

ormai un'attenzione maniacale alle luci e aromi nelle varie zone del club, e poi mentre si esegue un esercizio, si vedono due dita di polvere sotto al pacco pesi, oppure strisce di sudore essiccato sulle cover di ellittiche e step, tutto questo è riassunto in una metafora a me cara: il boscaiolo che ha una catasta di legna da segare, non si preoccupa se la sega è affilata, aumenta sempre di più la velocità per cercare di finire prima. Ergo se ogni tanto non ci si ferma a osservare, per capire se le cose sono organizzate bene, si rischia di correre a destra e sinistra senza ottimizzare nulla, la manutenzione e verifica ordinaria ne sono un classico esempio. ■

### Glauco Grassi

Fondatore di Fullsport. Creatore nel 1999 di una delle prime reti di assistenza tecnica dello Spinning®. Formatore e consulente Tecnico (I.S.E.F. statale di Milano) con l'abilitazione dei principali marchi del fitness mondiale.  
[glauco@fullsport.it](mailto:glauco@fullsport.it)

**ILLUMINAZIONE A LED**

**ACCENDI LA TUA ATTIVITÀ!**

SCOPRI LA NOSTRA FORMULA DI **NOLEGGIO A COSTO ZERO** ED INIZIA A RISPARMIARE DA SUBITO!

**NOLEGGIA LE TUE LUCI LED A COSTO 0€**

**Progetto e**  
energia in evoluzione

**CONTATTACI E RICEVERAI SUBITO UN PREVENTIVO GRATUITO!**

0425 412780

[info@progettoe.it](mailto:info@progettoe.it)

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

# LA VETRINA **DELL'USATO**

UNA SEZIONE DEDICATA AI MACCHINARI E A TUTTI I PRODOTTI PER IL FITNESS  
CHE POTETE TROVARE A PREZZI PROMOZIONALI

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



**PANCA TIPO PANCA FIT**  
**EURO 400,00 + IVA**



**RUN CURVO A BANANA**  
**EURO 3.500,00 + IVA**



**RECLINE FORMA**  
**EURO 1.200,00 + IVA**



**WAVE EXCITE 700**  
**EURO 1.100,00 + IVA**



**NEW CROSS FORMA BLACK**  
**EURO 1.950,00 + IVA**



**PORTA VALORI NUOVO 30 POSTI**  
**EURO 650,00 + IVA**



**BIKE EXCITE 500 BLACK**  
**EURO 1.350,00 + IVA**



**LEG EXTENSION USATA CROSSBOWLINE**  
**EURO 1.500,00 + IVA**

# FITNESS STUDIO.it

di Tony Fumagalli

Per informazioni chiamate

Cell. 338.6525777

Tel. 0434.857012

Fax 0434.81061

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

e-mail: [info@fitnessstudio.it](mailto:info@fitnessstudio.it)



RECLINE EXCITE 700  
EURO 1.350,00 + IVA



ARMADI A 4 ANTE CHIUSURA SERRATURA,  
DI DIVERSI COLORI  
EURO 300,00 + IVA



PANCA SCOTT PURE STRENGTH  
EURO 750,00 + IVA



MULTIPOWER ELEMENT BLACK  
EURO 2.200,00 + IVA



PANCA PIANA  
EURO 680,00 + IVA



PANCA INCLINATA  
EURO 680,00 + IVA



PULLEY  
EURO 1.990,00 + IVA



LEG CURL PRONO  
EURO 1.990,00 + IVA



DISCHI NUOVI OLIMPIONICI DA 5-10-20 KG  
EURO 5,00 + IVA AL KG

# FITNESS STUDIO.it

di Tony Fumagalli

Per informazioni chiamate

Cell. 338.6525777

Tel. 0434.857012

Fax 0434.81061

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

e-mail: [info@fitnessstudio.it](mailto:info@fitnessstudio.it)



**RUN EXCITE** EURO 2.850,00 + IVA



**NUOVA**

**PEDANA COMPATIBILE LINEA LUX  
TECHNOGYM  
EURO 49,00 + IVA**



**NUOVA**

**PEDANA COMPATIBILE LINEA LUX  
TECHNOGYM  
EURO 35,00 + IVA**



**NUOVA**

**PEDANA COMPATIBILE LINEA LUX  
TECHNOGYM  
EURO 49,00 + IVA**



**RUN NOW** EURO 3.800,00 + IVA



**RUN JOG** EURO 2.800,00 + IVA

# REALVT

VERY TRAINED PEOPLE



**ENTRA  
NEL FUTURO  
CON REALVT!**

✓ Mai più sale vuote

✓ Corsi a tutte le ore

✓ Senza numero  
minimo di partecipanti

✓ Anche on demand

Scrivi subito a [commerciale@realvt.it](mailto:commerciale@realvt.it)  
o compila il modulo su [www.realvt.it](http://www.realvt.it)  
per essere contattato da un nostro consulente.

# ACISO

Fitness & Health Consulting

## CERCHI GLI STRUMENTI GIUSTI PER FAR CRESCERE IL TUO CLUB?



**KNOW-HOW  
STRATEGICO**

+

**MARKETING  
POWER**

=

**CONCENTRATO  
DI COMPETENZE**

- ▼ 30 anni di esperienza
- ▼ Ottimizzazione dei processi
- ▼ Grande Know How
- ▼ Formazioni professionali

- ▼ Marketing strategico
- ▼ Concetti innovativi
- ▼ Campagne pubblicitarie online ed offline

Concentrato di competenze con grande portfolio di servizi per il successo del tuo centro!

**PRENOTA SUBITO SENZA IMPEGNO  
UNA CONSULENZA GRATUITA SKYPE**



Tel. 0586 405433 - [info@aciso.com](mailto:info@aciso.com) - [www.aciso.it](http://www.aciso.it)