

il wellness life style coach



di Savino Tuppusti

seconda parte

Dopo aver descritto le mansioni e tracciato l'identikit di questa nuova figura professionale, vediamo perché e come introdurla nei club che intendono puntare sulla qualità del servizio, differenziarsi e compiere l'agognato salto di qualità

Nella prima parte di questo articolo, pubblicato nel precedente numero della rivista, abbiamo visto chi è e cosa fa il *wellness life style coach*, figura professionale che può dare un contributo fondamentale alla crescita del club, indispensabile per compiere un vero e proprio salto di paradigma e conquistare nuove ampie fasce di clientela. In questa seconda parte andremo più sul concreto affrontando gli aspetti più "aziendali" della questione. Spiegheremo il perché e il come introdurre questa nuova figura nei fitness club *high quality*. Innanzitutto, vediamo quali sono gli strumenti di cui il coach dispone per aiutare e sostenere i propri clienti.

In particolare analizziamone uno, la cosiddetta *Ruota del Wellness Lifestyle Coach* (vedi **figura 1**).

la ruota del wellness lifestyle coach

La *ruota della vita* è uno degli strumenti principali che un coach professionista ha a disposizione per valutare lo stile di vita del cliente e capire quali sono le aree da migliorare o modificare per raggiungere un certo equilibrio e vivere meglio. È uno strumento di pensiero sistemico che consente, impiegando un unico foglio, di visualizzare i vari aspetti della vita, concentrarsi su ognuno di essi e fare chiarezza.

Il concetto di *wellness* è strettamente correlato a tutto ciò che facciamo, non solo all'attività fisica e all'alimentazione. C'è un'interconnessione tra le diverse aree che lo compongono e un cambiamento in una di queste si riflette, inevitabilmente, sulle altre. Nel 1976 il dottor Bill Hettler, co-fondatore e presidente del *National Wellness Institute* (www.nationalwellness.org), ha definito e sviluppato quelle che ha chiamato **le sei dimensioni del wellness**: fisica, sociale, intellettuale, spirituale, emozionale e occupazionale.

Da queste 6 macro aree prende spunto la *Ruota del Wellness Lifestyle Coach*, costituita da un cerchio diviso in diversi spicchi che analizzano le 10 principali aree rappresentative quasi tutto quello con cui interagiamo. Particolare atten-

zione viene posta alla dimensione fisica – caratterizzata da tre settori peculiari come salute, attività fisica e alimentazione – e alle due dimensioni relax e stile di vita che sono una componente di tutte le altre. Gli altri cinque settori riguardano le restanti dimensioni: emozioni, lavoro, vita sociale, crescita personale e spirito.

Un'**autovalutazione del cliente** consente di definire la situazione attuale e stabilire quali sono le aree deficitarie alle quali prestiamo poca attenzione. È un ottimo strumento di diagnosi grazie al quale è possibile configurare un piano d'azione e mettere in atto comportamenti che si traducono nel cambiamento delle cattive abitudini.

Per ogni area presa in esame il **cliente valuta il proprio livello di soddisfazione** esprimendo un voto compreso tra 1 e 10. In pratica, il coach invita il suo assistito a riempire di colore il numero di settori di ogni spicchio corrispondente al grado di soddisfazione (compreso tra 1 e 10). Osservando la ruota "compilata" nel suo insieme, si avrà così un quadro chiarissimo di come stanno le cose, sia sul piano specifico sia in generale. **Una ruota compilata** che appare squilibrata, ovvero "non in grado di girare" (**vedi immagine in basso**), renderà necessario individuare le priorità da inserire nel piano d'azione.



Questo strumento può essere utilizzato per analizzare sia la **situazione presente** sia quella **passata** per comprendere meglio i comportamenti del cliente, ricordando anche i successi ottenuti, non solo gli insuccessi e le relative difficoltà. Il cliente viene inoltre invitato a compilare la **ruota proiettandola al futuro**, indicando in questo modo la direzione verso la quale intende andare, definendo gli obiettivi che vuole raggiungere e il livello di soddisfazione che desidera in ogni area. Compilando le diverse ruote, il cliente prende **consapevolezza** della propria situazione e consente al coach di scrivere un vero e proprio **piano d'azione** per modificare il proprio stile di vita e, di fatto, realizzare ciò che realmente desidera.

Per ogni spicchio della ruota il coach pone domande precise che permettono di

stabilire il livello di soddisfazione passato, presente e desiderato per il futuro. Il coach deve calibrare le aree e le domande in funzione della persona che ha di fronte in modo che alla fine la ruota sia un'immagine fedele dalla quale ricavare riflessioni consapevoli.

Ecco le domande fondamentali, definite **le cinque domande del coaching**:

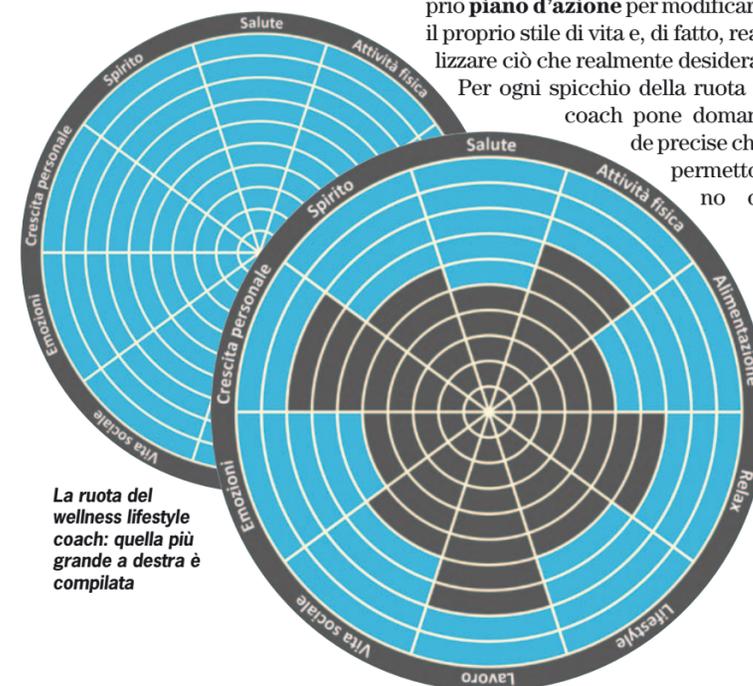
- Che cosa farai di **più**? (per aumentare la frequenza);
- Che cosa farai di **meno**? (per diminuire la frequenza);
- Che cosa farai di **nuovo**? (per valutare le altre opzioni);
- Che cosa **smetterai di fare**? (per eliminare le distrazioni);
- Che cosa farai da **subito**? (per passare all'azione).

L'obiettivo è raggiungere un certo **equilibrio fra i vari aspetti della vita**, poiché, come esseri viventi, siamo un sistema, un insieme di elementi interconnessi tra di loro e con l'ambiente esterno tramite interazioni che si comporta come un organismo. Quanti di noi trascurano la salute per il lavoro? E quanti, essendo significativamente in sovrappeso per la propria sedentarietà e le cattive abitudini alimentari, trascurano la vita di relazione?

La *Ruota del Wellness Lifestyle Coach* va utilizzata ogni due-tre mesi e inserita in un percorso di coaching abbinato al training.

il programma

Per rendere ulteriormente chiara la comprensione di questo prezioso >



La ruota del wellness lifestyle coach: quella più grande a destra è compilata



strumento, facciamo un esempio di percorso – il **Wellness Lifestyle Coaching Program** – che può essere proposto a tutti i soci, compresi i neo iscritti e i potenziali. È un programma di coaching ideale per chi desidera un supporto specifico che preveda aggiornamenti periodici e un'efficace supervisione e faciliti il raggiungimento dei propri obiettivi. All'inizio del percorso prevede 4 sessioni così distribuite: le prime tre in successione dall'avvio del programma, la quarta a fine mese. Successivamente il programma assume una cadenza trimestrale e per ogni periodo è previsto un controllo, un *follow-up* e la partecipazione ad un *focus group* o a un *wellness seminar* che arricchiscono le conoscenze del cliente e al tempo stesso favoriscono la sua socializzazione nel club.

Un programma di questo tipo è innovativo nell'**approccio al cliente** e nel **modo di comunicare** e consente di vivere una nuova e significativa esperienza tramite sessioni che durano circa 30 minuti.

perché il wellness life style coach nel club?

Ritorniamo alla prima domanda che ci siamo posti all'inizio dell'articolo: perché introdurre questa nuova figura professionale nei club *high quality*? Innanzitutto per tre ragioni: elevare **la qualità del servizio**, migliorare il tasso di **fidelizzazione** e, ultimo ma non ultimo, incrementare la **redditività**.

Procediamo con ordine, ponendoci un'altra domanda. Perché, nonostante l'informazione diffusa dai media circa i benefici dell'attività fisica raggiunga davvero tutti, la sedentarietà continua a essere la causa di una vera e propria emergenza sanitaria nel nostro Paese? Oggi anche i sassi sanno quanto sia importante svolgere regolarmente esercizio fisico, ma evidentemente il vero problema non è più la consapevolezza, quanto una grave carenza motivazionale, la mancanza di stimoli ad adottare uno stile di vita più attivo.

Il *Wellness Lifestyle Coaching* si rivolge in special modo a tutte quelle persone che intendono modificare il proprio stile di vita, che magari ci hanno già provato, senza riuscirci, iscrivendosi a un centro fitness o facendo attività fisica all'aperto. Per cambiare stile di vita è necessaria

una **motivazione profonda** e, nella maggior parte dei casi, il **supporto di una guida**, di un coach.

I club possono aiutare tante persone a migliorare la qualità della propria vita proponendo **programmi per la tutela della salute** che, oltre all'allenamento, prevedano questa forma di supporto.

Bisogna mettere la persona, nella sua complessità, al centro del sistema, fornendo un servizio altamente personalizzato e in grado di fare la differenza. Oltre a incrementare la qualità del servizio – e la percezione di tale qualità da parte del cliente – **il coaching favorisce la fidelizzazione**. Persone maggiormente motivate e costantemente monitorate dal coach frequenteranno il club con maggiore costanza e più a lungo.

Ciò che fa davvero la differenza è la **capacità di incidere sullo stile di vita e sui comportamenti**, capacità che garantisce il raggiungimento degli obiettivi prefissati, alimentando la motivazione nel tempo. La maggiore attenzione prestata all'**aspetto relazionale** – rispetto al servizio standard di personal training – **augmenta la percezione del valore da parte del cliente** e la sua consapevolezza di avere una guida il cui obiettivo è accompagnarlo in un percorso finalizzato a migliorare la qualità della sua vita.

percorsi introduttivi e medical fitness

L'introduzione del servizio di *Wellness Lifestyle Coaching* consente inoltre ai club di aumentare la propria redditività, non solo attraverso l'incremento della fidelizzazione, ma anche tramite l'innalzamento della spesa media sostenuta da ogni cliente. Con questo servizio, si inserisce un nuovo **Centro Multiplo di Profitto (CMP)** che sostiene il fatturato in momenti come questo, in cui è difficile far crescere il numero di iscritti. Questo è un servizio "trasversale" che può essere proposto a tutte le persone che vogliono attuare un qualsiasi cambiamento nello stile di vita. È possibile incrementare la redditività del club proponendo questo servizio anche sotto forma di **percorsi introduttivi** ai neo iscritti e ai potenziali clienti, in special modo i neofiti dell'esercizio

fisico, i decondizionati e le persone che hanno già vissuto esperienze negative in un centro fitness.

Questi percorsi possono essere rivolti anche a coloro che hanno bisogno di migliorare il proprio stato di salute, ma non hanno la motivazione necessaria per passare dai buoni propositi all'azione. È possibile organizzare dei **"Progetti per la salute"**, rivolgendosi a uno o più target specifici. È una scelta vincente poiché lega il club ai benefici dell'attività fisica in termini sia preventivi sia curativi. Queste persone, tendenzialmente sedentarie, scopriranno un mondo a loro estraneo fino a quel momento che modificherà il loro modo di vivere. Diversi club sensibili a queste tematiche hanno aderito al progetto *Fitness è Salute*, una campagna di sensibilizzazione all'attività fisica dedicata a prevenzione e salute che consente ai club di proporsi come interlocutori del comparto medico al fine di migliorare la qualità della vita delle persone. Il progetto ha come finalità la divulgazione dei benefici dell'attività fisica in modo che diventi una sana e duratura abitudine nello stile di vita del maggior numero possibile di persone. Attraverso i *wellness seminar* è possibile – sempre nell'ambito di questo progetto – coinvolgere volontari e creare dei **gruppi di studio** per testare protocolli d'allenamento specifici in risposta a esigenze specifiche. Per farlo, è sufficiente mettere a disposizione dei volontari *Quattro settimane per un corpo più sano e una vita più felice* che consentono di sperimentare i cambiamenti, a livello sia fisico sia mentale, sortiti dall'attività fisica. Nel corso di queste quattro settimane i parteci-

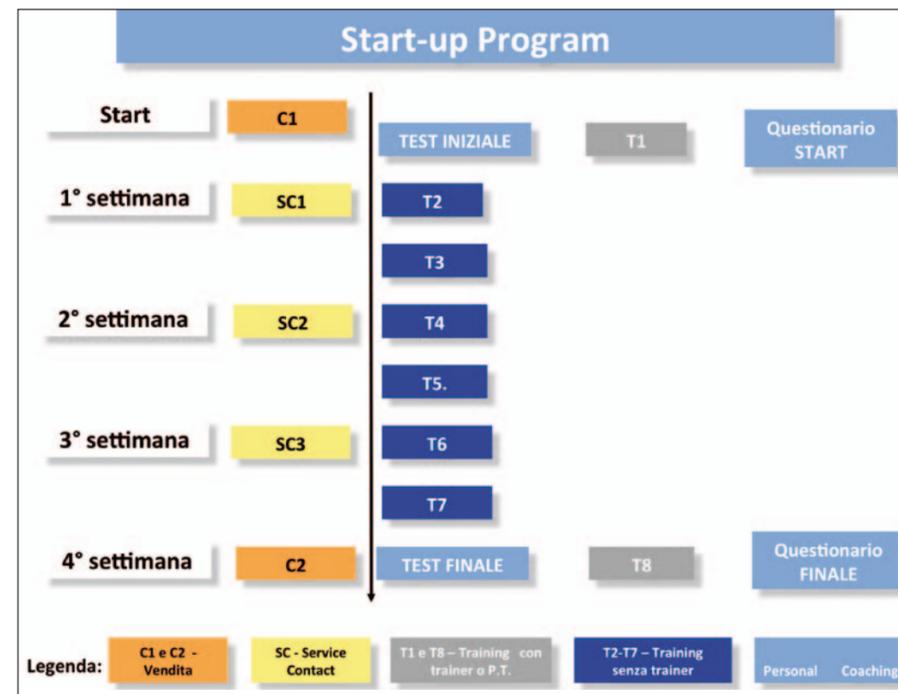


figura 5

panti seguono, nell'ambito del *Wellness Lifestyle Coaching Program*, un percorso introduttivo, definito **Start-up**, che prevede 8 sessioni di training (due a settimana), e 4 di coaching che comprendono una valutazione iniziale e una finale.

Il grafico riportato in **figura 5** mostra l'integrazione delle procedure tecniche con quelle commerciali. Queste ultime prevedono due momenti di vendita (uno iniziale di presentazione e uno finale di chiusura) e tre momenti di *service contact* da effettuare con il cliente ogni settimana al termine del training. Diversi club hanno attuato con successo questo progetto, registrando un considerevole incremento dei tour e delle iscrizioni,

riscuotendo un forte apprezzamento da parte dei partecipanti. È possibile ascoltare il feedback di uno dei partecipanti guardando il video all'indirizzo www.youtube.com/watch?v=mz92nLVHu2Q.

possibilità di business

Il *Wellness Lifestyle Coaching* può essere attuato applicando **diversi modelli di business**, consentendo di stabilire in che modo proporre questo servizio innovativo e come introdurre questa nuova figura professionale nella propria organizzazione aziendale.

Il programma introduttivo *Start-up*, poc'anzi menzionato, consente di inserire nel club, in modo gra-

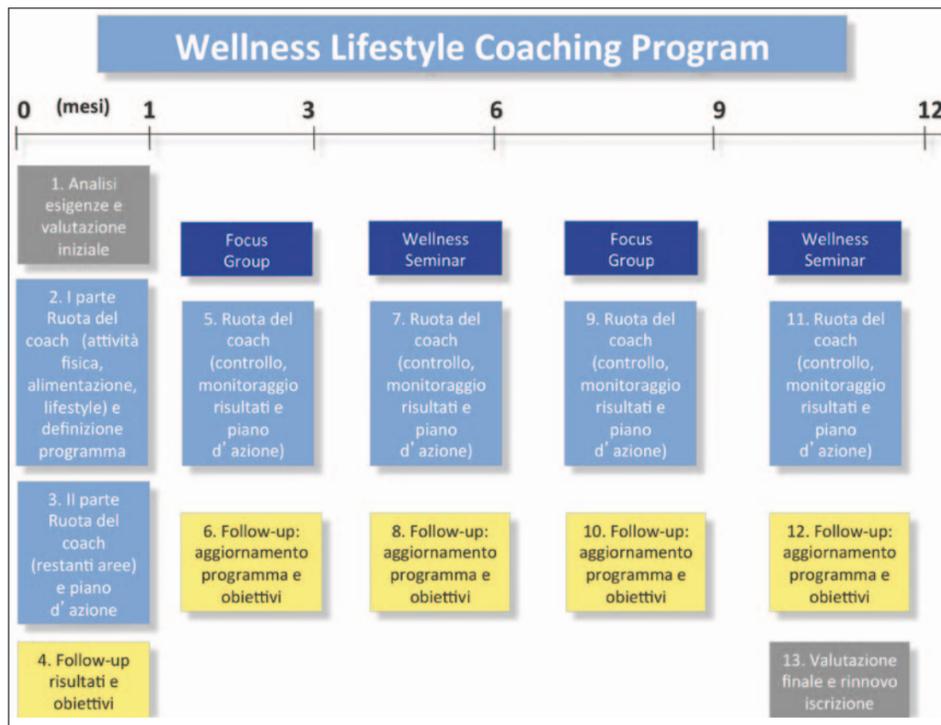


figura 4



conoscere, soddisfare, fidelizzare IL CLIENTE DEL CLUB di Roberto Tiby

Desidero ricevere copia/e del volume al prezzo unitario di **euro 28,00 + euro 4,50** per spese di spedizione e pagamento come indicato + **€ 3,50** per spese di contrassegno

cognome _____
 nome _____
 ragione sociale _____
 indirizzo _____
 cap _____ tel. _____
 città _____
 prov. _____

desidero fattura p.ta iva

spedite in contrassegno postale
 ho effettuato il versamento sul ccp n° 19113406
 allego assegno bancario/circolare
 carta di credito:
 visa mastercard cartasi eurocard
 n° carta _____
 scadenza carta _____
 titolare carta _____
 data di nascita _____
 firma _____

ordinale anche su www.ilcampo.it



duale e qualificato, persone decondizionate, senza alcuna esperienza nell'ambito del fitness o deluse da precedenti esperienze. Ovviamente l'obiettivo è convincere queste persone a iscriversi al termine delle quattro settimane di "avviamento", anche proponendo incentivi sotto forma di sconto su abbonamenti di medio e lungo termine. Per indurre a iscriversi coloro che utilizzano il club durante il mese dello *Start-up*, si può fare ricorso alla vendita a incentivi riservando condizioni agevolate a chi sottoscrive un abbonamento durante lo svolgimento del programma introduttivo. Si può proporre un "buono a scalare" il cui valore diminuisce man mano che gli 8 ingressi vengono utilizzati. Il prezzo del mese di *Start-up* andrebbe fissato tenendo in considerazione l'organizzazione e le strategie di marketing del club: può variare dalle gratuità a un massimo di 79 euro. Un club di Faenza, ad esempio, ha ottenuto l'adesione di 55 persone al progetto *Quattro settimane per un corpo più sano e una vita più felice* e 33 hanno acquistato l'abbonamento, facendo registrare un confortante tasso di conversione pari al 60 per cento che ha generato un introito pari a 16.484 euro.

un servizio in più per i soci

Il *Wellness Lifestyle Coaching Program* può essere proposto a tutti i soci del club, soprattutto a coloro che desiderano essere sostenuti dal punto di vista motivazionale e guidati verso il raggiungimento dei propri obiettivi. Molti iscritti non ottengono miglioramenti tangibili con il solo allenamento e sono disposti ad acquistare un servizio personalizzato che consenta di massimizzare i benefici derivanti dall'utilizzo del club.

Il club potrebbe ad esempio inserire nel proprio listino un abbonamento *Premium*, ossia di maggior valore in quanto comprendente un maggior numero di servizi rispetto alla versione *Basic*. Anche in questo caso il prezzo deve essere coerente con la politica commerciale del club e può variare da un minimo di 129 a un massimo di 249 euro al mese. Nei club che propongono il programma *Start-up*, mediamente il 30 per cento delle persone che lo svolgono, come primo approccio al club, propongono la loro esperienza nel club acquistando l'abbonamento *Premium*.

È inoltre possibile vendere il pro-

gramma *Wellness Lifestyle Coaching Program* a sedute, alternando quelle d'allenamento a quelle di coaching, proponendo pacchetti da 10-12 sessioni, sempre abbinate ad una valutazione iniziale ed una finale. Questa soluzione risulta ideale per le persone che richiedono un servizio di livello superiore che massimizzi la personalizzazione facilitando il raggiungimento di obiettivi specifici (e diversi in momenti diversi nel corso dell'abbonamento). In questo caso le sessioni dovrebbero avere una durata di circa 45 minuti al prezzo classico del personal training, proponendo il pacchetto a un prezzo variabile tra i 300 e i 400 euro.

un'opportunità per tutti

Come accennato nella prima parte di questo articolo, pubblicata nel numero precedente della rivista, ritengo che questa figura professionale avrà un grande sviluppo nei prossimi anni e contribuirà al successo dei fitness club high quality. Come forma di supporto, il coaching si evolverà e si diffonderà parallelamente alla sempre maggiore diffusione di programmi di promozione e facilitazione dell'attività fisica finalizzata alla salute.

Il contenimento della spesa sanitaria richiede progetti e azioni concrete per ridurre il più possibile la sedentarietà e i club possono e devono giocare un ruolo da protagonisti. A vantaggio di tutti, anche di se stessi. ●

Savino Tuppusti

Laureato in Scienze Motorie con specializzazione in gestione e organizzazione delle strutture sportive, ha operato per diversi anni nel campo del fitness come istruttore, personal trainer, club manager e poi titolare di due wellness club. È impegnato nella formazione e consulenza di centri fitness come esperto in organizzazione, gestione e sviluppo delle politiche commerciali e di marketing. Business e team coach, è ideatore di *Wellfit Solutions*.