

# MARKETING I SPRZEDAŻ W TRENINGU PERSONALNYM

Prowadzący szkolenie: Piotr Bednarczuk

## I WSTĘP

1. RYNEK FITNESS - OBECNA SYTUACJA W BRANŻY

## II TRENING

1. CZYM JEST TRENING PERSONALNY
2. KIM JEST TRENER PERSONALNY (CHARAKTERYSTYKA TRENERA PERSONALNEGO)
3. ODBIORCY TRENINGU PERSONALNEGO (KLIENCI)
4. ASYSTOWANIE W CZASIE TRENINGU

## III MARKETING I SPRZEDAŻ TRENINGU PERSONALNEGO

1. NARZĘDZIA MARKETINGOWE
2. TRUDNY KLIENT (CHARAKTERYSTYKA I METODY RADZENIA SOBIE Z TRUDNYM KLIENTEM)

## IV MOTYWACJA I FEEDBACK

1. MOTYWACJA (CZYM JEST. RODZAJE MOTYWACJI. KIEDY MOTYWOWAĆ. JAK MOTYWOWAĆ)
2. FEEDBACK (CO TO JEST FEEDBACK. RODZAJE INFORMACJI ZWROTNEJ. JAK STOSOWAĆ)

## V PROFESJONALIZM I ZARZĄDZANIE CZASEM

1. JAK PLANOWAĆ SESJE TRENINGOWE
2. JAK UMAWIAĆ Z KLIENTEM SESJE TRENINGOWE
3. ROZLICZANIE SESJI TRENINGOWYCH (REGULAMIN TRENINGÓW)

## VI UTRZYMANIE KLIENTA

1. ODPOWIEDNIE PROWADZENIE PROCESU SPRZEDAŻY I PROCESU TRENINGU
2. UTRZYMANIE DOBRYCH RELACJI Z KLIENTEM
3. DŁUGOTRWAŁA WSPÓŁPRACA

## VII ASYSTOWANIE PODCZAS TRENINGU

### STRETCHING ASYSTOWANY

1. JAK PRAWIDŁOWO ASYSTOWAĆ PODCZAS TRENINGU - ASEKURACJA W ĆWICZENIACH
2. STRETCHING ASYSTOWANY W PRAKTYCE