

Jak to robią W CHRZANOWIE?

KRYSTIAN KEMPA, MARZENA BĘBENEK

Kiedy nowa osoba wykupuje członkostwo w klubie, wprowadza w jego progi osobowość, której jeszcze nie znasz. Zadaniem twoim, menedżera klubu, jest poznanie jej unikalnej złożoności i sprawienie, aby ewoluowała ona od klienta nowego aż do członka lojalnego. Można tego dokonać na wiele sposobów, ale trud zostanie zmarnowany, bez stworzenia odpowiednich warunków.



Warunków, dzięki którym nowy członek głębiej zainteresuje się naszym klubem, zaufa jego pracownikom, otworzy się przed nimi i stanie integralną częścią klubowej społeczności. Zagadnienie to bardzo dobrze opanowała Marzena Bębenek, właścicielka Kinetik Fitness z Chrzanowa, a już niedługo moja partnerka podczas warsztatu na Forum Fitness Biznes. Wypracowane przez lata standardy, domowa atmosfera, niezwykle imprezy, nasza troska, a tym samym emocje, relacje i zadowolenie naszych gości to najprostsza droga do retencji klubowych klientów – takie słowa usłyszałem w odpowiedzi na pytanie o sekret powodzenia jej miejsca.

Według piramidy potrzeb ludzkich Masłowa potrzeba przynależności do grupy/elity plasuje się na trzecim miejscu, zaraz po potrzebie fizjologicznej i potrzebie bezpieczeństwa. Fakt ten, odpowied-

nie wykorzystany w klubie fitness, działa jak pewnik gwarantujący sukces miejsca, w którym go odpowiednio wykorzystano. Potrzeba przynależności wypływa bezpośrednio z potrzeby bezpieczeństwa, czyli pozycji poprzedzającej przynależność, co czyni ją jeszcze mocniejszą. Pisze o tym kanadyjski filozof Jean Vanier: „Aby ludzka istota mogła znaleźć swoje miejsce w świecie i czuć się w nim bezpiecznie, musi nade wszystko poczuć swoją przynależność do grupy”. Dodaje on również: „Człowiek pragnie kontaktu z drugim, który zawierałby płaszczyznę współdziałania, porozumienia umysłowego i emocjonalnego. Przez współdziałanie można rozumieć wspólne dążenie do wyznaczonego celu, pokonywanie trudności, wzajemną odpowiedzialność. Razem podejmowane działania budują więź, opartą na wspólnych przeżyciach, pozwalają lepiej poznać się i zbliżyć do siebie”.

Jak wykorzystuje to chrzanowski klub?

- W Kinetiku babeczka ze świeczką i huczne „Sto lat” dla członków klubu obchodzących urodziny czy ważniejsze wydarzenia życiowe to standard. Przyjemność, a nie obowiązek.

- Regularnie obdzwanianie nieobecnych klientów, aby ustalić powody ich absencji. Jak mi wytłumaczono, to świetna okazja, żeby poznać zdanie klienta, jego oczekiwania, ewentualny powód niezadowolonia. To również okazja do przeprosin i naprawy popełnionych błędów. Sposobność do pozyskania informacji, czy klub spełnia oczekiwania klientów.

- Każdy instruktor sprawdza frekwencję na zajęciach. Jeśli stwierdzi nieobecność klienta, który zwykle chodzi na jego zajęcia, ma obowiązek przekazania informacji na recepcję.

- Imprezy integracyjne to znak rozpoznawczy Kinetika. Okazja do poznania się i wspólnej zabawy. To emocje, relacje, wspólne przeżycia. To coś, co trwale łączy klientów z pracownikami, kreuje wspomnienia. Gala Oskarowa 2015 w Pałacu przeszła już chyba do historii w całej branży. Imprezy integracyjne, które tworzą kinetиковą społeczność: kuligi, wianki, piżama party, ciało i umysł w bibliotece, rozgrzewki na sportowych imprezach w Chrzanowie, urodziny klubu, wspólne oglądanie filmów na letnim patio klubu, kręgle albo po prostu zwykłe „posiadówki” do nocy...

- Edukacja stałych klubowiczów; warsztaty, akcje profilaktyczne: rejestracja dawców szpiku, profilaktyka raka piersi, spacer po zdrowie, odchudzamy Chrzanów.

- Spotkania ze znanymi ludźmi.

- Imprezy charytatywne, np. WOŚP. Dobroć „kręci” członków klubu Kinetik.

- Często organizowane są różnego rodzaju konkursy, zabawy, wyzwania (np. sezonowe akcje „100 dni do lata” albo „do sylwestra”), wspólne malowanie jaj wielkanocnych czy zdobienie świątecznych pierników.

- Latem, okazjonalnie, zajęcia przenoszone są do parków, zimą wynajmowane jest lodowisko na wspólne szaleństwa na łyżwach.

- W pogodne dni organizowane są kinetiko-we śniadania.

To dużo? Na pewno nie mało, a to zaledwie część tego, co wyłowilem z działalności chrzanowskiego Kinetik Fitness i czym pochwaliła się Marzena.

– Pracujemy nad zadowoleniem klienta w najdrobniejszych szczegółach. Słuchamy, przyjmujemy krytykę, naprawiamy błędy, dziękujemy za wskazówki. Dopieszczamy klientów już od progu. Jesteśmy małym klubem, znamy każdego klienta z imienia i tak



Krystian Kempa



Marzena Bębenek

też go witamy. Liczymy się z jego zdaniem, pytamy o potrzeby, rozmawiamy na imprezach, wyjazdach i przy kawie. To dzięki usatysfakcjonowaniu naszych gości, często pozyskujemy kolejnych klientów. Początkowo pantoflowa, zaproszenia dla ich przyjaciół nie tylko w formie voucherów na zajęcia, ale zaproszenia na klubowe imprezy, eventy, wydarzenia, warsztaty. O nowych klientów dbamy, otaczając ich szczególną troską – opowiada Marzena. – Mają swoich opiekunów/instruktorów. Są oprowadzani po klubie. Siadamy z nimi po zajęciach na kanapie i rozmawiamy o ich marzeniach. Wszystkie nasze działania mają na celu nawiązywanie relacji, rozbudzenie potrzeb, tworzenie trwałych więzi emocjonalnych klienta z klubem/recepcją, instruktorami, jak i więzi emocjonalnych klient-klient – mówi.

Wykorzystanie potrzeby przynależności do grupy poprzez stworzenie klubowej społeczności, do której klienci chętnie chcą dołączyć, to fundament pracy nad retencją klientów. Aby tego dokonać, trzeba nasyczyć pracowników klubu pasją, miłością, szczerością czy empatią do swojej pracy i klientów, z którymi obcuje.

– W moim klubie naprawdę uwielbiamy klientów, a wszystko, co robimy, wynika z naszej troski, sympatii, przywiązania i poczucia, że dajemy nie tylko sprawność fizyczną i zdrowie, ale miejsce do zabawy, spotkań, przyjaźni, a czasem nawet miłości. Nie robimy tego z obowiązku. Kinetik to coś więcej niż klub... To nie jest zwykły slogan, to nasze serce i dusza! – dodaje Marzena Bębenek, dusza tego miejsca.

