

Ramowy program szkolenia Club Manager

Moduł I: Strategia marketingowa klubu

1. Segmentacja i zarządzanie grupą docelową, czyli jak dotrzeć do najbardziej zainteresowanych.
2. Mikro-różnice, czyli jak wyróżnić się na tle konkurencji.
3. Budowanie lojalności Klienta – jak zarabiać więcej na własnych Klientach.
4. Pozyskiwanie nowych Klientów – sprawdzone narzędzia komunikacyjne ukierunkowane na pozyskiwanie Klienta.
5. Strategie cenowe – zarządzanie polityką cenową, czyli jak zarabiać więcej w godzinach szczytu i jak zadbać o obłożenie poza porą największego zainteresowania.

Moduł II: Budowanie zaangażowania pracowników

1. Trzy objawy pracy, która daje poczucie szczęścia.
2. Jak zbudować zwycięski zespół, nauczyć ludzi wzajemnej pomocy i gry do jednej bramki.
3. „What gets measure, gets done” – jak ustawić mierniki efektywności zawodowej i kontrolować rezultaty pracy.
4. Motywacja to nie tylko kasa, czyli jak sprawić, żeby pracownik czerpał satysfakcję z wykonywanych czynności.
5. Pozafinansowe formy przywiązywania pracownika do firmy.
6. Rentowny system wynagrodzeń – jak płacić ludziom aby byli zadowoleni z warunków finansowych, dbając o rentowność firmy.

Moduł III: Zarządzanie sprzedażą

1. Budowanie strategii sprzedażowej – jak stworzyć kompleksową i skuteczną strategię dopasowaną do oczekiwań Klienta.
2. Zarządzanie przez cele, czyli jak dobrze ustawić „targety” w sprzedaży.
3. Wszyscy w firmie sprzedajemy – jak zbudować strategię, w której wszyscy pracownicy odpowiedzialni są za pozyskiwanie Klientów oraz sprzedaż produktów i usług.
4. Rekrutacja pracowników obsługi Klienta i sprzedaży – na co zwrócić uwagę i jak wybrać właściwe osoby do odpowiednich działów.