**Jak otworzyć siłownię lub klub fitness i odnieść sukces?**

**Porady eksperta**

**Otwarcie siłowni lub klubu fitness to nie tylko kwestia dobrej inwestycji, ale również zrozumienia potrzeb rynku i klientów. Jak mówi ekspert w branży – Sebastian Gazda „*Sukces w tej branży zależy od wielu czynników, od lokalizacji po unikatowe oferty, które wyróżniają nas na tle konkurencji". Jakie są kluczowe czynniki sukcesu w branży fitness*?**

**Lokalizacja jest kluczem**

Wybór odpowiedniej lokalizacji to zdecydowanie więcej niż tylko adres. To strategiczna decyzja, która wpływa na każdy aspekt działalności klubu fitness. Kluczowym elementem jest bliskość do grupy docelowej, dlatego idealna lokalizacja to taka, która znajduje się w promieniu 5 km od domów lub miejsc pracy potencjalnych klientów. Sebastian Gazda, dyrektor zarządzający siecią Klubów Fitness UP zauważa, „*Dobra lokalizacja to nie tylko łatwa dostępność, ale i szansa na budowanie społeczności lokalnej wokół naszego klubu*". Dodatkowo, ważne jest, aby miejsce było widoczne i łatwo dostępne, z wystarczającą ilością miejsc parkingowych oraz dobrą komunikacją miejską. „*To wszystko przyczynia się do większej liczby odwiedzających i lepszej retencji klientów*”. – dodaje Sebastian Gazda.

**Design i wystrój**

Wystrój wnętrza klubu fitness czy siłowni ma ogromne znaczenie dla atmosfery i wrażeń, jakie odnoszą klienci. Design powinien być nie tylko estetyczny, ale również funkcjonalny. Przedstawiciel Klubu Fitness UP podkreśla: „*Klienci cenią sobie przestrzenie, które są zarówno piękne, jak i praktyczne*". Ważne jest, aby design był zgodny z marką i przemawiał do grupy docelowej. Elementy takie jak oświetlenie, kolorystyka, wybór materiałów i ogólny układ przestrzeni powinny być starannie zaplanowane, aby tworzyć motywujące i przyjemne środowisko. Dodatkowo, przemyślane rozwiązania, takie jak strefy relaksu czy ergonomiczne szatnie, mogą znacząco podnieść standard klubu.

**Maszyny i sprzęt - serce klubu**

Jakość i różnorodność sprzętu to fundament dobrego klubu fitness. Wybór nowoczesnych, bezpiecznych i łatwych w obsłudze maszyn jest kluczowy dla zadowolenia klientów. „*Inwestycja w wysokiej jakości sprzęt to nie tylko zadowolenie klientów, ale i długoterminowe oszczędności*", zauważa przedstawiciel Klubu Fitness UP. Ważne jest, aby sprzęt był regularnie serwisowany i aktualizowany, co zapewnia bezpieczeństwo i komfort użytkowników. Dodatkowo, różnorodność urządzeń, w tym sprzęt do cardio, maszyny siłowe i wolne ciężary, pozwala na zaspokojenie potrzeb różnych grup klientów, od początkujących po zaawansowanych entuzjastów fitnessu.

**Kadra - profesjonalizm i pasja**

Personel klubu sportowego odgrywa kluczową rolę w budowaniu relacji z klientami i tworzeniu pozytywnego wizerunku marki. „*Nasi trenerzy to nie tylko eksperci w swojej dziedzinie, ale i pasjonaci, którzy potrafią zarażać energią każdego, kto przekracza próg naszego klubu*", podkreśla Sebastian Gazda.

Ważne jest, aby trenerzy byli nie tylko dobrze wykształceni i doświadczeni, ale również potrafili tworzyć motywujące i wspierające środowisko dla klientów. Oprócz umiejętności technicznych, warto zwrócić uwagę na zdolności interpersonalne, takie jak empatia, komunikatywność i umiejętność motywowania. Szczególnie ważne jest ciągłe szkolenie i rozwój zawodowy personelu, co przekłada się na jakość usług i innowacyjność oferty.

**Obsługa - pierwsze wrażenie jest najważniejsze**

Profesjonalna obsługa w klubie fitness to coś więcej niż tylko uśmiech przy wejściu. To kompleksowe podejście do każdego klienta, indywidualne rozpoznawanie potrzeb oraz zapewnienie wsparcia na każdym kroku. Kluczowe jest, aby personel recepcji oraz inni pracownicy byli nie tylko dobrze poinformowani o ofercie klubu, ale także posiadali umiejętności interpersonalne, które pozwalają na budowanie długotrwałych relacji z klientami. Szkolenia z zakresu obsługi klienta, w tym zarządzania skargami i konfliktami, są niezbędne w zapewnianiu wysokiej jakości usług. Dodatkowo, zaangażowanie pracowników w tworzenie pozytywnej atmosfery w klubie ma bezpośredni wpływ na zadowolenie i lojalność klientów.

**Extrasy - więcej niż fitness**

Dzisiejsze kluby fitness to nie tylko miejsca do ćwiczeń, ale kompleksowe centra wellness oferujące szereg dodatkowych usług. W nowoczesnych klubach znajdziemy na przykład strefy relaksu, sauny, SPA, a nawet książki. „*Te dodatkowe usługi nie tylko zwiększają atrakcyjność oferty klubu, ale także przyczyniają się do tworzenia społeczności wokół klubu, gdzie ludzie mogą spędzać czas przed i po treningu, spotykać się i nawiązywać nowe znajomości. Część atrakcji nasi klubowicze otrzymują bezpłatnie w ramach wybranych karnetów. Warto dodać, że oferowanie kompleksowych rozwiązań wellness staje się standardem, który przyciąga szeroką gamę klientów szukających więcej niż tylko tradycyjnych ćwiczeń*.” – zauważa ekspert.

**Unikatowe zajęcia fitness**

Różnorodność oferty zajęć jest kluczowa w przyciąganiu i utrzymaniu klientów. Kluby często wprowadzają nowości do swojego harmonogramu, reagując na trendy w branży fitness i zmieniające się preferencje klientów. Ponadto, oferowanie zajęć dostosowanych do różnych poziomów zaawansowania, od początkujących po zaawansowanych, pozwala na dotarcie do szerszego spektrum klientów. Personalizacja oferty oraz zapewnienie wysokiej jakości prowadzenia zajęć przez doświadczonych trenerów to elementy, które wyróżniają klub na tle konkurencji.

**Zakończenie z zapowiedzią**

Rozwój Klub Fitness UP jest kontynuowany poprzez otwieranie nowych lokalizacji, takich jak planowany klub we Wrocławiu. Ten nowy obiekt będzie kolejnym krokiem w kierunku ugruntowania pozycji marki jako lidera w branży wellness. Nowy klub ma oferować nowoczesne rozwiązania w zakresie sprzętu i designu, a także bogaty wybór zajęć i usług dodatkowych. Celem jest stworzenie przestrzeni, w której każdy klient, niezależnie od swoich potrzeb i preferencji, znajdzie coś dla siebie. Inwestycja w rozwój infrastruktury i rozszerzanie oferty to odpowiedź na rosnące oczekiwania klientów i zmieniający się rynek fitness.

Szczegóły wydarzenie nie są jeszcze znane, ale na pewno nie zabraknie edukacji i wiedzy eksperckiej.

-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**KONTAKT DLA MEDIÓW**

**PR Manager**

**Patrycja Ogrodnik**

M: [p.ogrodnik@commplace.com.pl](http://p.ogrodnik@commplace.com.pl)

T: 692 333 175