

ФОРМИРОВАНИЕ ФУНДАМЕНТА УСПЕШНОГО БИЗНЕСА (НА БАЗЕ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО КЛУБА "МЕГАПОЛИС")

Аннотация. Исследованы проблемы понятия Мастер-план. Рассмотрено формирование успешного имиджа для спортивного клуба. Исследованы слагаемые имиджеформирующей системы Мастер-плана, представленные в виде принципов, стандартов поведения и внешнего вида сотрудников, а также кадровой политики и рекламы.

Анотація. Досліджено проблеми вивчення поняття Майстер-план. Розглянуто формування успішного іміджу для спортивного клубу. Досліджено складові іміджеформувальної системи Майстер-плану, представлені у вигляді принципів, стандартів поведінки і зовнішнього вигляду співробітників, а також кадрової політики та реклами.

Annotation. The article is devoted to the problems of study of Master-plan concept, and also to the consideration of such aspect, as formation of a successful image for a sports club. Elements of image-forming system of Master-plan, which are presented as principles, standards of conduct and original appearance of employees, and also skilled policy, and advertising are investigated.

Ключевые слова: имидж, кадровая политика, корпоративная философия, Мастер-план, принципы, стандарты, ценности.

Создание эффективно работающего имиджа подвластно только очень грамотному менеджеру – системотехнику, ведь только он является творцом имидж-идеи, на базе которой формируется концепция имиджа, затем создается технологическая модель имиджа и обеспечивается кооперация деятельности всех ее участников.

Спасительной силой в нашем мире является спорт – над ним по-прежнему рябует флаг оптимизма, здесь соблюдают правила и уважают противника независимо от того, на чьей стороне победа.

Имидж и репутация – самое ценное имущество компании. Корпоративный имидж и репутация образуют первый и второй этажи структуры любого бизнеса, над которыми достраивается все остальное. Создать положительный имидж сложно, а сохранить его – еще сложнее. Для создания целостной, сплоченной компании необходимо построение Мастер-плана, который будет отражать основные аспекты плана по имиджу. Имиджеформирующая система в виде Мастер-плана состоит из четырех частей:

- Закладка фундамента.
- Внешний имидж.
- Внутренний имидж.
- Неосязаемый имидж.

Для построения фундамента успешного бизнеса требуются особые ингредиенты: принципы, положение о цели создания компании, корпоративная философия, долгосрочные цели компании и стандарты. Принципы помогают сотрудникам четко понимать, как поступать в конкретной ситуации, используя при этом нормы этического поведения.

Спортивно-оздоровительный клуб "МЕГАПОЛИС" создается в целях широкого привлечения различных слоев населения к регулярным занятиям физической культурой и спортом, пропаганды здорового образа жизни, организации активного отдыха, повышения уровня физической закалки, формирования волевых и гражданско-патриотических качеств.

Спортивный клуб находится в жилом микрорайоне города, имеет отличное месторасположение для большинства жителей.

На территории расположено кафе, если клиенты до или после занятий захотят пообщаться или просто отдохнуть и освежиться.

Клуб имеет ярко выраженный фирменный знак, в сине-голубых тонах.

Залы клуба украшены фирменной символикой, фотографиями, дипломами и сертификатами.

График работы очень гибкий, удобный, и клиентам нет необходимости подстраиваться под него.

В клубе присутствует система скидок, акций и дополнительных услуг постоянным клиентам.

Используются новые методики и технологии проведения тренировок.

Тренажеры и другая техника относятся к профессиональным и позволяют выдерживать высокие нагрузки, не теряя своих свойств и качеств со временем.

Для устранения неприятных запахов используются новые технологии с ионизацией воздуха, а также вытяжки

В клубе используются следующие принципы:

Принцип заботливости.

Забота о других людях – основная обязанность в жизни каждого человека (Вудро Вильсон).

Принцип целеустремленности.

Боксер так стремился победить противника, что даже в перерывах между раундами продолжал тренироваться (Владимир Семенов).

Принцип гостеприимства.

Проявляя гостеприимство, не делайте этого только на словах; пусть ваши сердца преисполнятся радушием и любовью ко всем, с кем пересекутся ваши пути (Абдул-Баха).

Принцип вежливости.

Вежливость ничего не стоит, но приносит много (Мари Монтегю).

Принцип доверия.

Мы склонны верить всему сказанному, в особенности когда это сказано красиво.

Принцип о советах и назиданиях.

Просить совета – есть величайшее доверие, какое один человек может оказать другому (Ф. Бэкон).

Принцип зарплат.

Вам платят не за работу, а за ту ценность, которую вы сделали во время работы (Галкин О. О.).

Принцип экономии времени.

Берегите время: это ткань, из которой соткана жизнь (С. Ричардсон).

Принцип ответственности.

Вместе с успехом приходит ответственность, которая говорит нам: "Вот ты добился своей цели; а что ты можешь сделать, чтобы помочь другим?"

Принцип благодарности.

Мы ни за что так не бываем благодарны, как за благодарность.

Принцип долга.

Самое высшее удовольствие в жизни – сознание выполненного долга (У. Гэзлитт).

Принцип грубости.

Обругать человека недолго, но и пользы из этого выходит немного (Писарев Д. И.).

Долгосрочные цели спортивно-оздоровительного клуба "Мегаполис".

1. Увеличить сеть спортивно-оздоровительных клубов.
2. Выйти из регионального уровня на национальный.
3. Расширить спектр услуг.
4. Быть максимально готовыми к быстро изменяющимся желаниям клиентов.
5. Максимально оптимизировать работу клуба в связи с индивидуальностью клиентов.
6. Привлекать иностранных тренеров.

В спортивной отрасли бизнеса качество продукта легко оценить. Если мы берем фитнес или аэробiku, то тут самое элементарное – это килограммы, ведь люди это делают для себя и хотят каких-то позитивных изменений без всяких операций.

Минимизация времени – максимизация видимого результата. Чем бы не занимались клиенты: танцы, каратэ, бодибилдинг – и даже когда они получают лечебный массаж, всем хочется видеть и чувствовать результат. Наши технологии и методики проведения занятий направлены на это.

Для предоставления такого рода услуг персонал имеет особые навыки и квалификацию. Такую гарантию мы даем, так как персонал не перестает обучаться никогда, они посещают всевозможные курсы, тренинги и получают дальнейшее образование в сфере здоровья.

Профессиональные инструкторы не только составляют индивидуальную программу занятий, но и расскажут, как правильно питаться. Причем протеиновые или углеводные коктейли даже не придется искать специально – они есть тут же, в собственном кафе клуба.

Такая организация, как спортивно-оздоровительный клуб, подходит к проведению рекламы очень серьезно.

Виды реклам, которые используются в спортивно-оздоровительном клубе "Мегаполис".

- Реклама в прессе.
 - Компьютеризованная реклама.
- У клуба есть свой сайт в Интернете.

- Наружная реклама.
- Радио- и телереклама.
- Выставочная реклама.
- Дополнительная реклама, используемая нами: информационный лист, рекламный листок, буклет, каталог, календари и футболки с логотипом клуба.

Индустрия красоты и здоровья, как отмечают многие специалисты, отличается от других видов деятельности прежде всего активной ролью человека в нем, так как ни одна даже самая современная технология в этой индустрии не способна сама себя окупить и заработать дополнительно денег без участия человека.

Главным элементом успеха клуба остаются люди: как постоянные и удовлетворенные клиенты, так и сотрудники. Ведь люди приходят к людям.

Создавая спортивно-оздоровительный клуб "Мегаполис", в первую очередь, заботились о комфорте клиентов, поэтому постарались создать все условия для уюта и хорошего настроения, ведь главная цель работы – улыбка клиента и высококласное квалифицированное обслуживание!

Посетив фитнес-клуб, клиент каждую минуту будет чувствовать, что окружен особым вниманием и заботой. Сотрудники клуба не только отличные специалисты, но и хорошие психологи. Они помогут раз и навсегда избавиться от недостатков, от возникающих на этой почве комплексов, всегда помогут подобрать необходимый комплекс упражнений, проконсультируют вас до и после тренировки, подберав индивидуальные программы.

Корпоративный имидж и репутация – это первые два этажа структуры любого бизнеса, над которыми надстраивается все остальное.

Представленные слагаемые имиджеформирующей системы Мастер-плана позволят формировать фундамент успешного бизнеса спортивно-оздоровительного клуба и тем самым занять особое место в процессе ведения бизнеса.

Далеко не все организации имеют свои собственные принципы поведения, стандарты жизни организации и корпоративную философию. Имея и признавая эти пункты, можно достичь гораздо больших результатов по сравнению с конкурентами.

Выработанные принципы помогут закрепить в сознании каждого работника, что он признает при осуществлении своей работы. Корпоративная философия определяет ценности, на которые опирается весь коллектив для качественного и эффективного выполнения своей работы. Стандарты поведения и внешнего вида работников также служат особой отличительной чертой.

Таким образом, формирование фундамента успешного бизнеса – закономерная необходимость нашего времени. Имиджеформирование – научно обоснованный и технологически апробированный процесс разработки и освоения имиджа, а также его искусная презентация и вызов соответствующих впечатлений, в которых заинтересован носитель имиджа, одна из важнейших задач менеджера, занимающегося формированием фундамента успешного имиджа.

Научн. рук. Седова Л. Н.

Литература: 1. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – СПб. : Изд. "Питер", 2000. – 224 с. 2. Седова Л. Н. Могущество имиджа : учебное пособие. Ч. 2 / Л. Н. Седова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2005. – 400 с.