

<<健身俱乐部经营与管理>>

图书基本信息

书名：<<健身俱乐部经营与管理>>

13位ISBN编号：9787504575234

10位ISBN编号：7504575232

出版时间：2009-4

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：金宇晴，张林 主编

页数：307

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<健身俱乐部经营与管理>>

前言

本书总结了我们的韦德同仁创业七年以来企业发展中的经验，从健身俱乐部发展的每一个环节给予了系统阐述，并根据一兆韦德的成功发展轨迹总结出一些心得，期待为业内制定行业标准提供可参考的基准，进而为整个行业的发展作出贡献。

同时，也希望这本书成为行业从业人员的基础工具书，供他们时时参考。

对于本书的问世，我们作为致力于中国健身产业的推动者，尤为高兴。

从编写理念上看，本书的编写力求结构严谨、概念清晰，遵循了从简单到复杂的逻辑顺序。

先从宏观整体环境入手，根据我国健身行业发展的实际情况，首次提出了行业发展四阶段理论。

接着系统阐述了当前阶段发展的阶段特征，重点谈及了现阶段“整合发展”对于所有健身俱乐部的特殊意义。

在微观方面，我们先是对“俱乐部组织机构管理”“俱乐部的布局及设施设备”等健身俱乐部有序经营必备的基本硬件要素给予说明，再转向软性的人的要素，讨论如何做好基础的健身行业从业人员，再谈及在此基础上的健身俱乐部三大人才系统，即客服人员、会籍顾问、私人教练，并详细加以阐述。

最后谈及会员管理系统等高新技术对健身俱乐部管理的意义。

从内容特色上看，本书中有大量以实践为基础的创新，例如“俱乐部突发事件处理办法及预防”“内场销售技巧及销售流程”“私人教练日常工作”等章节均是从数以千计的实践案例中精选出来并加以总结而成的，倾注了本书编写人员大量的心血。

“整合阶段”的论述充分汲取了新加坡淡马锡入资一兆韦德过程中的经验，详细分析了目前行业发展中业内外资源整合的意义及方法。

“健身俱乐部会员管理系统”的介绍是本书另一大亮点，第一次在行业内系统阐述了如何使用会员管理系统、健身系统软件功能、软件应用展望等内容。

这些内容是从一兆韦德引入ERP系统的实践中总结得出的，值得业内同行借鉴。

特别鸣谢以下对本书的完成作出贡献的同仁：一兆韦德（上海）健身管理有限公司技术总监韩克、董事会秘书史敬辉、人力资源部培训总监金姪玫、IT部总监何教理、韦德健身管理学院专职培训师王双。

<<健身俱乐部经营与管理>>

内容概要

在体育产业蓬勃兴起的今天，健身行业正处于整合发展阶段。

从业者常常受到管理标准不够明确、缺乏带有指导意义的工具类书籍等问题的困扰。

本书作者均来自国内知名健身企业，他们以现代服务企业管理理论为基础，以丰富的从业经验为积淀，从实务性和操作性角度阐述健身俱乐部经营与管理的每一个环节，奉献出这一本领域内不可多得的管理指导手册。

本书在构建框架体系时，按照健身俱乐部经营与管理内在的联系和顺序，把全书内容分为5个部分，分别介绍了健身俱乐部从业人员基础知识、健身俱乐部的日常运营管理、如何成为成功的会籍顾问、私人健身教练，健身俱乐部会员管理系统。

本书可作为全国健身俱乐部管理人员的培训用书，可以为管理决策带来很多启示与借鉴；也可以帮助有志于从事健身行业经营与管理者完成从入门到优、秀行业人才的转变；还可供广大热爱健身活动的朋友参考，以便了解健身俱乐部的软硬件环境和俱乐部的经营与管理。

<<健身俱乐部经营与管理>>

作者简介

金宇晴，-兆韦德（上海）健身管理有限公司董事会主席兼CEO。
原南京路好八连所有部队战士，中共党员，毕业于复旦管理学院，北弗吉尼亚工商管理硕士，现任上海企业管理协会副会长、上海体育学院名誉教授。
上海杨浦海外联谊会第三届理事会理事，上海市杨浦区青年企业家协会执行主席。

<<健身俱乐部经营与管理>>

书籍目录

- 第1章 健身俱乐部从业人员基础知识 1.1 国内健身行业的发展历史 1.1.1 从健身俱乐部投资主体、开设项目方面了解健身俱乐部的发展 1.1.2 从具有代表性的健身俱乐部品牌的发展了解国内健身行业的发展 1.2 健身俱乐部管理的组织结构及布局 1.2.1 健身俱乐部管理的组织结构 1.2.2 健身俱乐部的布局 1.3 健身基础知识 1.3.1 健康的定义 1.3.2 体适能 1.3.3 FITT原则 1.3.4 肌肉酸痛 1.4 营养学基础知识 1.4.1 食品和营养的分类 1.4.2 蛋白质 1.4.3 糖类 1.4.4 脂质 1.4.5 维生素及矿物质 1.4.6 水 1.5 集体课程 1.5.1 集体课程简介 1.5.2 健美操 1.5.3 LESMILLS(莱美) 1.5.4 常见集体课程 1.6 客户服务基础知识 1.6.1 客户及服务意识 1.6.2 客户的需求 1.6.3 客户服务的3个层次 1.7 健身俱乐部员工的行为规范 1.7.1 职业形象 1.7.2 职业行为 1.7.3 职业语言 1.7.4 职业态度 1.7.5 注意事项 1.8 健身俱乐部的电话服务礼仪与流程 1.8.1 健身俱乐部的电话服务礼仪 1.8.2 接听电话的基本流程 1.8.3 接听电话时的其他注意事项 1.9 健身俱乐部会员投诉的处理 1.9.1 会员投诉的类型和方式 1.9.2 处理投诉的基本原则 1.9.3 会员投诉的处理程序 1.9.4 对会员不礼貌言行的处理 第2章 日常运营管理 2.1 前台服务与管理 2.1.1 前台员工的重要性及八大服务标准 2.1.2 前台员工的主要工作职责及岗位描述 2.1.3 前台的主要工作流程 2.1.4 前台电话转接的注意事项 2.1.5 投诉处理流程及重大顾客投诉处理 2.1.6 前台的有关管理规定 2.2 水吧、卖品部及收银的服务与管理 2.2.1 水吧、卖品部员工的应掌握的知识、技能和八大工作标准 2.2.2 水吧、卖品部及收银人员的主要工作职责及岗位描述 2.2.3 水吧、卖品部管理制度 2.2.4 商品售卖引起顾客投诉的处理 2.3 保洁服务与管理 2.3.1 保洁人员服务标准 2.3.2 清洁工具的使用及保养 2.3.3 各种健身设施、设备的清洁标准 2.3.4 清洁物料使用方法及规范 2.3.5 清洁工具及营运器具的消毒流程 2.3.6 日清流程 2.3.7 其他规定 2.4 健身俱乐部运营环境和设施的维护及管理 2.4.1 工程维修人员的主要工作职责及岗位描述 2.4.2 健身设备的保养 2.5 运营部经理的基本工作 2.5.1 运营部经理的主要工作职责及岗位描述 2.5.2 运营部经理的对外工作 2.5.3 运营部经理的对内工作 2.6 健身俱乐部突发事件处理办法及预防措施 2.6.1 各类突发事件的处理 2.6.2 突发事件的情况汇报 2.6.3 会员保险及索赔 2.6.4 安全措施具体执行方案 2.7 健身俱乐部的基本规定 2.7.1 健身俱乐部会员规定 2.7.2 健身俱乐部运营规定 2.7.3 健身俱乐部员工管理规定 第3章 成功的会籍顾问 3.1 会籍顾问概述 3.1.1 会籍顾问的基本概念 3.1.2 会籍顾问的成长“瓶颈” 3.1.3 会籍顾问的四大销售技巧 3.2 资源的获取 3.2.1 顾客资源的获取方法 3.2.2 顾客拜访 3.2.3 预销售的基础 3.3 顾客的邀约 3.3.1 咨询电话(TI) 3.3.2 邀约电话(Call) 3.4 内场销售 3.4.1 内场销售接待 3.4.2 内场销售接待的七大步骤 第4章 私人教练 4.1 私人教练概述 4.1.1 私人教练的定义 4.1.2 私人教练的作用 4.1.3 私人教练的工作职责 4.1.4 私人教练的任职条件 4.2 运动解剖学 4.2.1 运动解剖学概述 4.2.2 骨骼系统 4.2.3 关节 4.2.4 肌肉组织 4.3 运动生理学 4.3.1 人体能量系统 4.3.2 有氧与无氧系统 4.3.3 训练过度现象 4.4 力量训练原则与方法 4.4.1 力量训练 4.4.2 力量训练的作用 4.4.3 力量训练的原则 4.4.4 力量训练计划的制订 4.4.5 力量训练器械的使用 4.5 心肺功能训练的原则与方法 4.5.1 心肺功能训练 4.5.2 心肺功能训练的作用 4.5.3 心肺功能训练强度的指标 4.5.4 心肺功能训练计划的制订(FITT)原则 4.5.5 心肺功能训练器械 4.6 私人教练日常工作 4.6.1 亚健康测试 4.6.2 私教课的授课流程 第5章 健身俱乐部会员管理系统 5.1 健身俱乐部软件应用的发展 5.2 健身俱乐部计算机硬件环境 5.2.1 局域网技术 5.2.2 VPN(Virtual Private Network)网络技术 5.2.3 常用的计算机外部设备 5.3 健身俱乐部软件功能介绍 5.3.1 会籍管理子系统 5.3.2 私教管理子系统 5.3.3 客服管理子系统 5.3.4 财务管理子系统 5.3.5 商品管理子系统 5.4 未来健身俱乐部软件应用展望 5.4.1 下一代俱乐部管理软件系统介绍 5.4.2 下一代俱乐部管理软件的实施

<<健身俱乐部经营与管理>>

章节摘录

插图：第1章健身俱乐部从业人员基础知识1.1国内健身行业的发展历史1.1.1从健身俱乐部投资主体、开设项目方面了解健身俱乐部的发展随着国内经济的不断发展，国民健身意识的不断提高，健身行业也得到了长足的发展。

1995年以前，大部分健身俱乐部的投资者是跳操教练或器械教练。

他们大多出于对这一健身项目的酷爱，最初是为了自己训练或找到自己可以做主的“舞台”而开设了健身俱乐部，其中很多以自己的名字命名。

其中，大多数健身俱乐部仅提供器械训练或跳操，至少比较偏向于提供其中一种健身服务。

这时期的健身俱乐部专职人员较少，场地面积多为500~800m²，有的仅租用学校、体育馆或单位场地的部分时间段开展健身项目的经营。

1995年以后，开始有健身俱乐部中的会员由于自己曾经在健身训练中体会到健身的益处，同时似乎感到了其中的商机，开始投资创办自己的健身俱乐部。

这时期的健身俱乐部开始注重服务，有了专职的服务人员，选择的面积也加大到800~1500m²，并普遍提供器械和跳操项目来满足不同人士的需求。

特别是到了1998年以后，更多的科学健身理念的普及，使人们开始意识到器械训练对女子塑形的作用，因此，器械区在健身俱乐部的比重也得到了提高。

<<健身俱乐部经营与管理>>

编辑推荐

《健身俱乐部经营与管理》作者均来自国内知名健身企业，他们以现代服务企业管理理论为基础，以丰富的从业经验为积淀，从实务性和操作性角度阐述健身俱乐部经营与管理的每一个环节，奉献出这一本领域内不可多得的管理指导手册。

在体育产业蓬勃兴起的今天，健身行业正处于整合发展阶段。

从业者常常受到管理标准不够明确、缺乏带有指导意义的工具类书籍等问题的困扰。

<<健身俱乐部经营与管理>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>