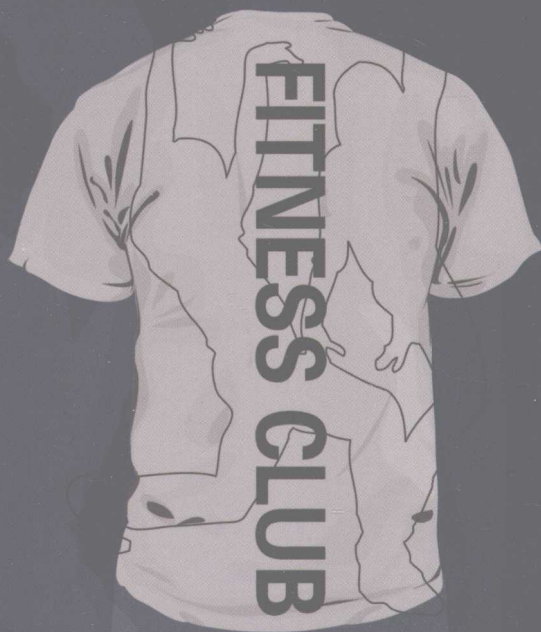




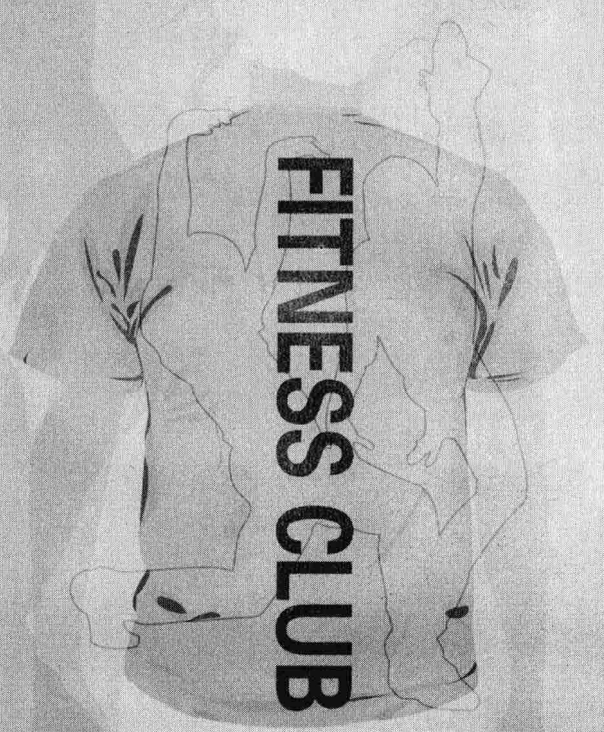
健身俱乐部

经营与管理

人力资源和社会保障部教材办公室组织编写



中国劳动社会保障出版社



FITNESS CLUB

健身俱乐部

经营与管理

主 编 金宇晴 张 林
编 者 何灵光 李 硕 周兴坤
段 戈 张 剑 柳 欣
陈 磊



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

健身俱乐部经营与管理/金宇晴, 张林主编. —北京: 中国劳动社会保障出版社, 2009
ISBN 978-7-5045-7523-4

I. 健… II. ①金…②张… III. 健身运动-俱乐部-经济管理 IV. G883.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 057818 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出 版 人: 张梦欣

*

北京北苑印刷有限责任公司印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 20.25 印张 384 千字

2009 年 4 月第 1 版 2009 年 4 月第 1 次印刷

定价: 48.00 元

读者服务部电话: 010-64929211

发行部电话: 010-64927085

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010-64954652

编 者 的 话

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姘玫、IT 部总监何教理、韦德健身管理学院专职培训师王双。

序 一

我曾经多次在演讲中提及“身心健康”这个概念，也多次介绍过一些保持身心健康的方法。在通往成功的路上，我曾深切地感受到良好的身体素质、愉悦的精神状态对于一个渴望成功的人来说有着重大的和决定性意义！短短的几年时间，我亲眼目睹了体育健身产业蓬勃兴起，全国各地的健身连锁企业也借产业的东风，在全民健身浪潮下蓬勃发展。

一兆韦德健身作为这个朝阳产业中最具代表性的企业之一，短期内就从一家小型健身俱乐部迅速成长为国内一流的知名健身企业，赢得了诸如新加坡淡马锡投资公司、中国交通银行、万科等世界各知名企业的青睐和数十万消费者的认可；现在他们又把成功的管理、销售、培训等方面的经验系统归纳总结，无私地提供给业内同行。我曾说过：“用爱心做事业，用感恩的心做人，努力去行动，就一定会成功！”我想，一兆韦德人也是因为具备这些成功的素质，才取得了今天来之不易的成绩。

成功的企业往往离不开几大要素，其中最重要的是企业领导者全方位的卓越能力与素质。而我经常谈到卓越的亲和力、领导力和执行力是成就企业的三大基石。偶然的機會，我巧遇一兆韦德健身年轻的CEO金字晴先生。从他身上我感受到这三种力量与他个人魅力的完美结合。亲和力，可吸引人才并持续留住人才；领导力，让他年轻的团队时刻保持有效的高速运转；执行力，让他的企业不畏艰险，屡创佳绩。我站在一个培训师的角度看《健身俱乐部经营与管理》一书，很明显可以感觉到本书内容均是从一兆韦德品牌发展历程中的数以千计的案例中精选出来并加以总结而成的。在系统规范化的管理与不断创新中，一个年轻的企业正在走向成熟，一个年轻的企业领导者，正不断把阳光、激情、智慧融入他企业的血脉，并把成功的喜悦、成功者的胸怀带给这个企业的每一个员工。

我由衷的喜悦，不仅仅在于本书问世为行业带来了标准，也在于有这样一个企业，她在为国民的健康而努力、为民族的体育健康产业而奋斗！而一兆韦德品牌迅速成长的过程也是越来越多的国民获得健康、分享到运动快乐的过程。相信金字晴先生和他的企业将为我的成功学演讲增加新的鲜活的成功案例！是为序。

励志成功学大师 陈安之

序 二

作为健身行业发展的见证者，我为《健身俱乐部经营与管理》的出版感到由衷欣喜！同时出于对张林先生多年的了解和友谊，我不得不再次表示对本书的强力推荐和对本书出版的祝贺！

数年前，我们就对他出书心怀迫切期待，几番催促。然而，其人工作繁忙已达“来也匆匆，去也匆匆”之境界，令我等热望屡屡落空。

作为年轻的中国健身行业的“老人”之一，张林同其他行业先驱一样，既是中国商业健身俱乐部成长历史的目击者，又是健身企业的经营管理者，还不时担当着市场进步的推手。

张林刚入行时，国内商业健身概念还很不清晰，俱乐部业态也颇为幼稚。那时的张林是个具有市政管理硕士学历背景的健美操教练，年轻、热情，笑容如阳光般灿烂。在教操的同时，张林积极“行走”于健身圈，广交同业中人，他在为自己积累人脉资源的同时，也为这个缺乏经验的行业，增加了一些交流与分享的机会。

1998年，张林与多位教练合作创办了月坛天行健身会，并担任总经理。在国内大型商业健身俱乐部出现之前，“天行健身”称得上是行业内的明星品牌，其不断推出的主题健身推广活动以及流行健身课程的发布时常吸引着媒体和公众的目光，俱乐部经营理念在当时也颇具先锋意识。

2001年，中体倍力健身俱乐部有限公司创建，张林出任总经理，他的事业拥有了更大的平台。此时的商业健身俱乐部市场已是群雄竞起，“中体倍力”的出现，为中国健身行业树立了新的标杆。张林坚持的一贯做法，使他赢得了业内人士的尊重。他与几大品牌的老板始终保持着较密切的沟通，这种做法最直接的好处是：各家都在销售价格上达成默契，避免了低价竞争行为的出现。张林认为，对于一个尚处于培育期的行业来说，对话与合作能使大家取得共赢。

“中体倍力”的事业如日中天的时候，张林却选择离开，加入了正在迅猛发展中的“一兆韦德健身”，只不过他的工作精力更多地集中在健身课程开发和人力资源的培训上，而这正是俱乐部赢利模式的核心内容。

张林以如此资深的行业经历，在本书中谈论健身俱乐部的经营之道，其内容自然能得到读者的信任。实际上这本书表现得颇为厚道，许多被有些人视为商业秘密而讳莫如深或

吞吞吐吐的运营方法，本书都慷慨地和盘托出。无论对于健身行业的从业者，还是对于正准备进入这个行业的人，这都是一本非常实用的工具书。

透过书的字里行间，我们还能感受到的就是在金字晴先生领导下，一兆韦德健身管理团队所展现出的开放胸襟和他们对所坚持的事业的热爱、真诚与尊重。在当前经济危机的背景下，在许多人都在计算俱乐部经营的得失而怨天尤人的时候，这种超越“生意”心态的赤诚情感更显得弥足珍贵。

再次向为本书问世做出重要贡献的一兆韦德健身管理团队表示由衷的祝贺。

《健与美》杂志主编 刘舜

目 录 Contents

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	(2)
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	(2)
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	(2)
1.2 健身俱乐部管理的组织结构及布局	(4)
1.2.1 健身俱乐部管理的组织结构	(4)
1.2.2 健身俱乐部的布局	(4)
1.3 健身基础知识	(6)
1.3.1 健康的定义	(6)
1.3.2 体适能	(6)
1.3.3 FITT 原则	(10)
1.3.4 肌肉酸痛	(10)
1.4 营养学基础知识	(11)
1.4.1 食品 and 营养的分类	(11)
1.4.2 蛋白质	(11)
1.4.3 糖类	(15)
1.4.4 脂质	(20)
1.4.5 维生素及矿物质	(24)
1.4.6 水	(29)
1.5 集体课程	(31)
1.5.1 集体课程简介	(31)

1.5.2 健美操	(31)
1.5.3 LESMILLS (莱美)	(32)
1.5.4 常见集体课程	(38)
1.6 客户服务基础知识	(47)
1.6.1 客户及服务意识	(47)
1.6.2 客户的需求	(48)
1.6.3 客户服务的3个层次	(49)
1.7 健身俱乐部员工的行为规范	(51)
1.7.1 职业形象	(51)
1.7.2 职业行为	(54)
1.7.3 职业语言	(55)
1.7.4 职业态度	(56)
1.7.5 注意事项	(57)
1.8 健身俱乐部的电话服务礼仪与流程	(59)
1.8.1 健身俱乐部的电话服务礼仪	(59)
1.8.2 接听电话的基本流程	(60)
1.8.3 接听电话时的其他注意事项	(63)
1.9 健身俱乐部会员投诉的处理	(64)
1.9.1 会员投诉的类型和方式	(64)
1.9.2 处理投诉的基本原则	(65)
1.9.3 会员投诉的处理程序	(67)
1.9.4 对会员不礼貌言行的处理	(68)

第2章 日常运营管理

2.1 前台服务与管理	(72)
2.1.1 前台员工的重要性及八大服务标准	(72)
2.1.2 前台员工的主要工作职责及岗位描述	(73)
2.1.3 前台的主要工作流程	(79)
2.1.4 前台电话转接的注意事项	(88)
2.1.5 投诉处理流程及重大顾客投诉处理	(89)

2.1.6 前台的有关管理规定	(92)
2.2 水吧、卖品部及收银的服务与管理	(96)
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	(96)
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	(97)
2.2.3 水吧、卖品部管理制度	(101)
2.2.4 商品售卖引起顾客投诉的处理	(102)
2.3 保洁服务与管理	(104)
2.3.1 保洁人员服务标准	(104)
2.3.2 清洁工具的使用及保养	(107)
2.3.3 各种健身设施、设备的清洁标准	(114)
2.3.4 清洁物料使用方法及规范	(127)
2.3.5 清洁工具及营运器具的消毒流程	(128)
2.3.6 日清流程	(128)
2.3.7 其他规定	(134)
2.4 健身俱乐部运营环境和设施的维护及管理	(138)
2.4.1 工程维修人员的主要工作职责及岗位描述	(138)
2.4.2 健身设备的保养	(139)
2.5 运营部经理的基本工作	(143)
2.5.1 运营部经理的主要工作职责及岗位描述	(143)
2.5.2 运营部经理的对外工作	(144)
2.5.3 运营部经理的对内工作	(145)
2.6 健身俱乐部突发事件处理办法及预防措施	(147)
2.6.1 各类突发事件的处理	(147)
2.6.2 突发事件的情况汇报	(151)
2.6.3 会员保险及索赔	(152)
2.6.4 安全措施具体执行方案	(152)
2.7 健身俱乐部的基本规定	(155)
2.7.1 健身俱乐部会员规定	(155)
2.7.2 健身俱乐部运营规定	(161)
2.7.3 健身俱乐部员工管理规定	(162)

第3章 成功的会籍顾问

3.1 会籍顾问概述	(166)
3.1.1 会籍顾问的基本概念	(166)
3.1.2 会籍顾问的成长“瓶颈”	(172)
3.1.3 会籍顾问的四大销售技巧	(176)
3.2 资源的获取	(185)
3.2.1 顾客资源的获取方法	(185)
3.2.2 顾客拜访	(189)
3.2.3 预销售的基础	(198)
3.3 顾客的邀约	(200)
3.3.1 咨询电话 (TI)	(200)
3.3.2 邀约电话 (Call)	(202)
3.4 内场销售	(206)
3.4.1 内场销售接待	(206)
3.4.2 内场销售接待的七大步骤	(208)

第4章 私人教练

4.1 私人教练概述	(223)
4.1.1 私人教练的定义	(223)
4.1.2 私人教练的作用	(223)
4.1.3 私人教练的工作职责	(225)
4.1.4 私人教练的任职条件	(230)
4.2 运动解剖学	(233)
4.2.1 运动解剖学概述	(233)
4.2.2 骨骼系统	(234)
4.2.3 关节	(245)
4.2.4 肌肉组织	(248)
4.3 运动生理学	(256)
4.3.1 人体能量系统	(256)

4.3.2 有氧与无氧系统	(258)
4.3.3 训练过度现象	(259)
4.4 力量训练原则与方法	(261)
4.4.1 力量训练	(261)
4.4.2 力量训练的作用	(261)
4.4.3 力量训练的原则	(262)
4.4.4 力量训练计划的制订	(264)
4.4.5 力量训练器械的使用	(266)
4.5 心肺功能训练的原则与方法	(275)
4.5.1 心肺功能训练	(275)
4.5.2 心肺功能训练的作用	(275)
4.5.3 心肺功能训练强度的指标	(276)
4.5.4 心肺功能训练计划的制订 (FITT) 原则	(277)
4.5.5 心肺功能训练器械	(278)
4.6 私人教练日常工作	(282)
4.6.1 亚健康测试	(282)
4.6.2 私教课的授课流程	(288)

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	(292)
5.2 健身俱乐部计算机硬件环境	(293)
5.2.1 局域网技术	(293)
5.2.2 VPN (Virtual Private Network) 网络技术	(294)
5.2.3 常用的计算机外部设备	(295)
5.3 健身俱乐部软件功能介绍	(298)
5.3.1 会籍管理子系统	(298)
5.3.2 私教管理子系统	(300)
5.3.3 客服管理子系统	(302)
5.3.4 财务管理子系统	(303)
5.3.5 商品管理子系统	(303)

5.4 未来健身俱乐部软件应用展望	(304)
5.4.1 下一代俱乐部管理软件系统介绍	(304)
5.4.2 下一代俱乐部管理软件的实施	(306)

第 1 章

健身俱乐部从业人员基础知识

作为健身俱乐部的员工，无论是会籍顾问、教练，还是保洁人员，都应该学习一些行业发展历史、健身俱乐部的组织结构、健身的基础知识、营养学基础知识、服务规范和解决投诉的基本方法，因此本章内容是每位健身俱乐部员工的必修课程。

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 500~800 m²,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 800~1 500 m²,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。

2000 年以后,更多的公司以商业目的开始投资健身俱乐部。除了器械训练和跳操外,有的健身俱乐部还包括游泳、球类和附属的美容按摩等设施,很多人习惯地把这类健身俱乐部称之为商业健身。

从健身俱乐部投资人的演变过程不难看出,国内健身行业不断发展壮大,投资健身俱乐部这一商业模式受到越来越多人的重视。

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. 第一阶段——健身行业的起步阶段

- 1987 年 5 月,国内第一家全天开放的健身俱乐部“利生健康城”成立,标志着专业健身俱乐部的开始。
- 1989 年 7 月,被誉为“公园式的健身俱乐部”的健力宝健身健美乐苑在广州开业。

- 1995年7月,深圳中航健身会成立,至今已在深圳开设10家分店,成为地区知名品牌。
- 1998年5月,北京月坛天行健身会成立,成功推出街舞、搏击操等集体项目,成为从传统健美操教学方法过渡到线性渐近法的推动者。
- 1998年6月,北京浩沙健与美健身俱乐部成立,它目前在国内发展了数十家分店,成为健身行业的知名品牌。

2. 第二阶段——健身行业的积累、摸索阶段

- 2000年11月,上海金吉姆健身俱乐部开业,第一家以品牌加盟的形式引入的国际健身品牌在国内落户,2003年11月由于场地原因关闭。
- 2000年12月,上海美格菲健身俱乐部在上海最繁华的商业地段开业。
- 2001年6月,北京青鸟健身、上海的力美健开业,标志着商业健身的开始。
- 2001年10月,上海一兆韦德健身俱乐部成立,成功地创建了与房地产开发商共同创办社区健身俱乐部的发展模式。
- 2002年5月,中体倍力健身俱乐部成立,它是国内国外两家上市公司联合打造的健身品牌,是国内第一家有美国健身品牌入资的企业,开启了国内健身品牌加盟管理的时代。

3. 第三阶段——健身行业的整合发展阶段

2007年11月,新加坡淡马锡入资上海一兆韦德健身俱乐部管理有限公司,使其成为中国健身行业第一个有商业基金入资的企业。同时,这一事件也标志着中国健身行业进入了整合发展阶段,在健身行业具有划时代的意义。

健身行业的从业人员将期待着健身行业发展的下一阶段,即健身行业的腾飞阶段的到来。

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

由于健身俱乐部的公司体系、面积大小、可设项目不同，其内部的组织结构可能会有所不同，以下是一个常规的健身俱乐部的组织结构（见图 1—1）。下面将会对一线服务部门的内容进行介绍，作为健身俱乐部从业人员上岗前的基础培训。

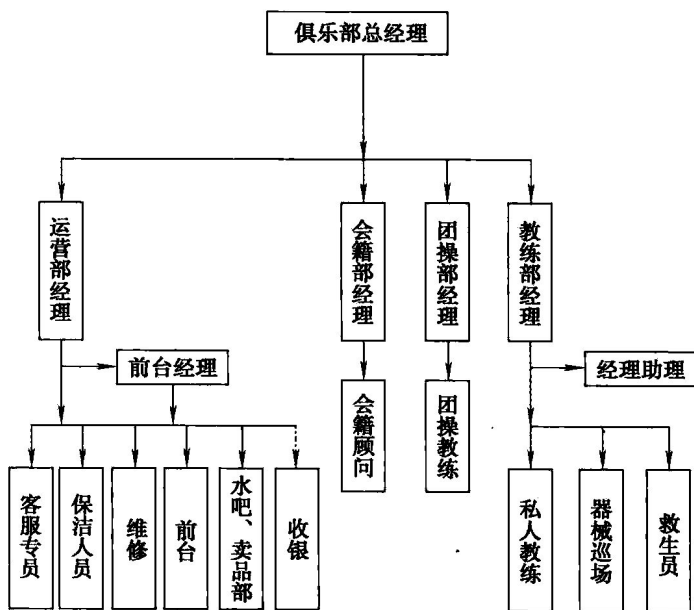


图 1—1 常规的健身俱乐部组织结构

1.2.2 健身俱乐部的布局

健身俱乐部区域可大致分为：接待休息区、训练区、更衣区、运动康复区和办公区。

1. 接待休息区

- (1) 前台。
- (2) 水吧、卖品部。
- (3) 会员休息阅读区。