

Zarządzanie klubem sportowym cz. IV

Praca z zespołem

Kolej na zespół współpracowników. Zastanówmy się, jak ich dobierać, aby przyczynili się do naszego sukcesu.

Przez wybór obiektu i jego wielkości, dokonanie podziału funkcjonalnego oraz stworzenie odpowiedniej oferty dla naszych przyszłych klientów zajęliśmy pożądaną pozycję na rynku. Teraz musimy dobrać odpowiedni team, który urzeczywistni nasze wizje. Sami nie jesteśmy w stanie zrealizować **filozofii** klubu. Do tego potrzebni są ludzie podążający obraną przez nas drogą. Wychodząc ze słusznego założenia, że: sukces przed-

sięwzięcia to suma sukcesów poszczególnych współpracowników, rozumiemy, jak ważnym zadaniem jest odpowiedni dobór ludzi tworzących team. Z kolei naszym zadaniem jest organizowanie i motywowanie wybranych współpracowników. Świadomie piszę **współpracowników** a nie pracowników. Potrzebujemy ludzi, którzy podobnie myślą i potrafią zrealizować filozofię klubu. Nawet najlepsza koncepcja upadnie, jeśli współpracownicy nie będą identyfikować się z naszymi pomysłami.

W czasie doboru ludzi proszę kierować się kryteriami emocjonalnymi. Warto zwrócić uwagę na wrażenie, jakie wywiera na nas kandydat na współpracownika. Wiedzę merytoryczną można pogłębić, czemu służą szkolenia, nato-

miast wzbudzającej sympatię postawy nie da się wyuczyć. Uśmiech i radość życia nie są efektem przyspieszonego kursu dla animatorów codzienności. Równie ważna przy rekrutacji jest motywacja własna potencjalnego współpracownika i sposób, w jaki ją przedstawi. Nasz team ma i powinien wzbudzać sympatię i zaufanie!

Wybrany zespół trzeba przeszkolić marketingowo (bardzo ważny element, o którym będę pisał w następnym wydaniu SOLARIUM & Fitness). Każdemu członkowi teamu należy wyraźnie określić zakres jego praw i obowiązków. Integralną częścią takiego szkolenia jest uświadomienie ludziom, czego od nich oczekujemy. Wszystkie zasady należy przedstawić koniecznie na piśmie, a podpisane kopie dokumentów przechowywać w aktach personalnych. Każdy musi znać swoje miejsce i przypisaną mu rolę, powinien dokładnie wiedzieć, czego się od niego oczekuje. Istnieje potrzeba uświadamiania zespołu, że jego praca związana jest z wyrażaniem sympatii i kompetentnym zachowaniem.

Dochodzimy do ważnego punktu dotyczącego „CI” – Corporation Identity. Do naszego **teamu** może należeć tylko ktoś, kto w pełni identyfikuje się z klubem. Wypadałoby w tym miejscu zwrócić uwagę na wagę sprzedawanych przez nas usług. Przecież w naszym przypadku oferujemy najlepszy produkt świata: zdrowie, fitness, radość życia, uśmiech, zadowolenie.

Dobierając zespół – przede wszystkim zadajemy sobie pytanie, ile osób sprosta prowadzeniu klubu i jakie stanowiska są kluczowe w naszym pla-





Foto: PhotoDisc

Dopiero gdy wszystkie wyrażone są wystarczająco mocno, odniesiemy pełen sukces.

Mieć motywację, znaczy emanować udzielającym się innym entuzjazmem.

Chcąc zapalić otoczenie do działania, trzeba samemu płonąć, mieć odwagę marzyć i realizować te marzenia. Tylko marzyciele i entuzjaści są w stanie konsekwentnie zmierzać do wybranego celu. Dlatego tak ważne jest pozytywne myślenie i nastawienie do życia oraz wiara w swoje możliwości.


Podstawą wszelkiej motywacji jest zdrowie, a co za tym idzie **pozytywne** myślenie. Motywację własną przenosimy na zespół, a ten z kolei „zaraża” nią członków klubu. Podstawowym wyzwalaczem motywacji jest chęć wspólnego działania. Powierzenie odpowiedzialności – funkcji kierowania – odkładamy na później (dopiero w trakcie pracy wyłaniają się jednostki, które ujawniają zdolności przywódcze i nie ciąży im odpowiedzialność).

Następnym elementem jest motywacja materialna

Jest to forma dodatkowego uznania wyrażona w pieniądzu, w formie podwyżki, premii czy też prowizji. Osobiście za najskuteczniejszą uważam formę prowizji: z punktu widzenia ekonomicznego i motywującego. System prowizji musi być tak opracowany, żeby premiował każdą formę aktywności. Współpracownicy

powinni widzieć korzyści wynikające z efektywnej pracy. Właściwie wydaje się to naturalne i zrozumiałe samo w sobie, ale tylko w teorii. Życie każdego dnia udowadnia, że ludzie ograniczają się do minimum, z reguły wykonując jedynie działania niezbędne i nie angażując się zbyt. Jeżeli natomiast efektywność pracy jest składową wynagrodzenia, wszystko wygląda całkiem inaczej. Ludzie szybko przyzwyczajają się do pozytywnych aspektów pracy, ale jeszcze szybciej popadają w rutynę. Wtedy często oferują tylko swoją obecność, przychodzą do pracy i SA!!! Dlatego nie należy wszystkich trzech form motywacji materialnej wdrażać od początku. Powinny być wprowadzane kolejno w odstępach czasowych, wyzwalać energię do działania.

Konieczne są systematyczne spotkania zespołu, tzw. meetingi, na których wspólnie dokonuje się analizy dotychczasowej działalności, omawia statystykę, wyznaczone cele oraz etapy ich realizacji. Należy koniecznie angażować team w planowanie i rozwój kampanii marketingowych, wzbudzać kreatywność i współtworzenie: motywacja zamiast kontroli daje poczucie pewności i wartości oraz uświadamia **współodpowiedzialność** za sukces. Proszę nie mylić kontroli teamu z controllingiem, który jest koniecznością jako podstawowy instrument w naszej działalności.

dr Adam Kohnke 

nie. Musimy uwzględnić dwa kryteria:

- fachowe kompetencje,
- sposób odnajdywania się w kontaktach międzyludzkich.

Ważny jest również element motywacji.

Motywacja jest kluczem do sukcesu

Każde działanie poprzedza pomysł lub marzenie. Kiedy te czynniki sprawcze są wystarczająco silne, znajdujemy argumenty na ich poparcie. Są one podstawą **motywacji**, która wyzwala działanie. Wśród wielu czynników wpływających na sukces przedsięwzięcia motywacja stanowi jego filar. To ona towarzyszy nam od początku przez cały czas działalności.

W naszym przypadku istotną rolę odgrywają:

- motywacja własna,
- motywacja współpracowników,
- motywacja członków klubu.

Każda ma ogromny wpływ na osiągnięcie powodzenia.

CONSULTING • MARKETING • MANAGEMENT

Od analizy i koncepcji do realizacji



GYM Sport & Fitness Equipment Sp. z o.o.

81-381 Gdynia, ul. Świętojańska 89 lok. 5, tel. (0-58) 661 69 89, fax (0-58) 661 29 34, e-mail: info@gym-equipment.pl www.gym-equipment.pl