

Master part time in Wellness & SPA Management

- Seconda edizione -

2 Ottobre – 19 dicembre 2009

PST - BIC

Livorno





Obiettivi del Master

- La finalità del **Master Executive Part Time in Wellness & SPA Management** è di offrire a chi, a vario livello già opera nel mondo del Wellness & SPA, e a chi invece intende intraprendere un'attività imprenditoriale nel settore, di acquisire strumenti, anche tecnici, di crescita a supporto del proprio progetto. **Gestire un centro wellness o una SPA significa fare impresa**, quindi conoscere le regole del gioco e rispettarle, avere cognizione delle leve azionabili e muoverle nei tempi e modi opportuni
- Il master è rivolto **a chi è già nel settore e ricerca una crescita professionale** (propria o del proprio staff) **o a chi intende inserirsi nel mondo del wellness e delle SPA**
- Attraverso un percorso formativo progettato con un **taglio estremamente pratico**, ricco di spunti, esempi ed esercitazioni, il partecipante potrà quindi:
 - arricchire il proprio bagaglio di conoscenze e di attitudini
 - acquisire capacità di analisi, di pianificazione e organizzazione di un centro wellness e/o SPA
 - apprendere metodologie e strumenti operativi direttamente applicabili sul campo



Caratteristiche e destinatari del Master

- **Didattica:** la presenza di **speaker d'eccezione**, la **ricchezza di contenuti** e l'**interattività** con la quale saranno coinvolti i partecipanti consentono al Master Part Time in Wellness & SPA Management di affrontare i temi proposti da un **punto di vista molto pratico**, che sarà in grado di soddisfare diversi target appartenenti al settore del benessere
- **Programma:** strutturato in modo tale da dare al partecipante una **visione a 360 gradi sulla gestione di un centro Wellness o di una SPA**: dalle competenze di base alle normative fiscali, dalle tecniche di vendita alle moderne teorie di marketing relazionale, dalla costruzione di business plan, alla direzione commerciale
- **Modularità:** la suddivisione in **due moduli formativi** permette percorsi personalizzati al fine di formare le competenze specifiche per i ruoli chiave di un centro wellness & SPA
- **Formula di frequenza:** i due percorsi prevedono frequenza **part-time** (venerdì o sabato), per non penalizzare la propria attuale attività lavorativa



Struttura del Master

- **Percorsi formativi:** due percorsi differenziati in funzione della tipologia di partecipante:
 - **Il percorso Reception/Consulente di Vendita prevede:**
9 giornate obbligatorie (72 ore) + 3 giornate facoltative (per un totale di altre 24 ore) oltre alla giornata finale dedicata al test di fine corso
 - **Il percorso Titolare/Manager prevede:**
15 giornate obbligatorie (per un totale di 120 ore obbligatorie)
- **Requisiti di accesso:** la partecipazione al master è subordinata al superamento del colloquio di selezione, da effettuare nel corso delle date che verranno concordate
- **Frequenza:** è richiesta la **frequenza obbligatoria** con un limite massimo di assenze ammesso
- **Diploma/Attestato:** a fine percorso sarà rilasciato un diploma/attestato con corrispondente valutazione del partecipante se si verificheranno due condizioni:
 - Un massimo di assenze entro il 15% del monte ore
 - Superamento del test di fine corso
- **Partecipazione parziale:** sarà comunque possibile partecipare a singoli moduli, in tale caso non si otterrà il diploma/attestato finale

Struttura e programma del Master

- La tabella seguente riassume la proposta formativa per le due tipologie di destinatari del percorso
- Per ciascun profilo, modulo e giornata formativa viene indicato se la giornata è **obbligatoria** ("O") o facoltativa ("F")

Moduli	Argomenti	Reception Consulente	Titolare Manager
MOD I	Analisi e scenari del mercato Wellness & SPA	O	O
MOD II	La gestione d'impresa	-	O
MOD III	Business Plan	F	O
MOD IV	Processi e tecniche di vendita	O	O
MOD IV	Processi e tecniche di vendita	O	O
MOD IV	Processi e tecniche di vendita	O	O
MOD IV	Processi e tecniche di vendita	O	O
MOD V	Selezione e valutazione del personale	O	O
MOD II	La gestione del personale	-	O
MOD VI	Marketing	O	O
MOD VI	Marketing	O	O
MOD VI	Marketing	O	O
MOD VII	Direzione Commerciale	F	O
MOD VII	Direzione Commerciale	F	O
	Test/Esame di fine corso	O	O
Tot 15 giornate		10 + 3	15

Calendario e argomenti dei Moduli

Moduli	Argomenti	Date	Relatori
MOD I	Analisi e scenari del mercato Wellness & SPA	Venerdì 2 ottobre	Roberto Tiby
MOD II	La gestione d'impresa dal punto di vista civilistico e fiscale	Sabato 3 ottobre	Guido Martinelli
MOD III	Business Plan: come, cosa e quando	Sabato 10 ottobre	Massimo Ferracci
MOD IV	Organizzazione per processi e Tecniche di vendita	Venerdì 16 ottobre	Roberto Tiby
MOD IV	Organizzazione per processi e Tecniche di vendita	Sabato 17 ottobre	Roberto Tiby
MOD IV	Organizzazione per processi e Tecniche di vendita	Venerdì 23 ottobre	Roberto Tiby
MOD IV	Organizzazione per processi e Tecniche di vendita	Sabato 24 ottobre	Roberto Tiby XXXXXXX
MOD V	Selezione e Valutazione del personale	Sabato 7 novembre	Maurizio Costamagna Mirella Soldati
MOD II	La gestione del personale dal punto di vista civilistico e fiscale	Sabato 14 novembre	Guido Martinelli
MOD VI	Marketing	Venerdì 20 novembre	Roberto Tiby
MOD VI	Marketing	Sabato 21 novembre	Roberto Tiby
MOD VI	Marketing	Sabato 28 novembre	Roberto Tiby
MOD VII	Direzione Commerciale	Venerdì 11 dicembre	XXXXXXX Luca Carlassare
MOD VII	Direzione Commerciale	Sabato 12 dicembre	Paolo Evangelista
	Test/Esame di fine corso	Sabato 19 dicembre	Roberto Tiby

Riepilogo, calendario e sede del Master

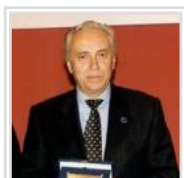
■ Riepilogo dei Moduli del Master

Modulo I Analisi e scenari del mercato Wellness & SPA	Modulo V Selezione e valutazione del personale
Modulo II La gestione d'impresa e la gestione del personale	Modulo VI Marketing
Modulo III Business Plan	Modulo VII Direzione commerciale
Modulo IV Processi e tecniche di vendita	Test/Esame di fine corso

■ Sede

- Il Master si svolgeranno presso la sede del PST BIC di Livorno, in Via dell'Artigianato 53/55, **struttura all'avanguardia con aule modernamente attrezzate** (foto in fondo alla brochure). In base agli impegni e alle disponibilità si potranno organizzare anche lezioni outdoor presso strutture esterne (club e centri benessere)

Docenti del Master



■ **Franco Ascani:** E' Direttore del Master di II livello in "Management, gestione e sociologia dello sport" all'Università degli Studi di Milano-Bicocca, Docente presso l'Académie Internationale Olympique del CIO ed altre Università. Autore di 6 volumi specialistici nel settore del management dello sport. Esperto a livello internazionale di comunicazione, management, marketing sportivo ed organizzazione eventi. Dal 1995 è Presidente della FICTS - Fédération Internationale Cinema Television Sportifs, a cui aderiscono 102 Nazioni (Federazione riconosciuta dal CIO-Comitato Internazionale Olimpico) e che ogni anno organizza a Milano la finale mondiale di "Sport Movies & Tv". Vice Presidente della FISpT - Federation Internationale Sport pour Tous. Ha collaborato con "La Gazzetta dello Sport", "Il Sole 24 Ore", "Calcio Business". Ha presenziato (in varie vesti) a 10 Edizioni dei Giochi Olimpici (da Monaco 72 a Pechino 2008)



■ **Luca Carlassare:** laurea in Scienze Motorie, è stato direttore generale di strutture acquatiche comunali, oltre che istruttore di nuoto e allenatore di diverse squadre di pallanuoto in diversi settori. Attualmente è Managing Director del centro natatorio "Giuvà Baldini" di Camogli, socio/titolare di altri centri fitness e, in qualità di socio fondatore, ricopre la carica di vice-presidente di AssoMasterSport (Associazione Nazionale per la ricerca, lo sviluppo, la specializzazione professionale e l'organizzazione di eventi sportivi)

Docenti del Master



- **Maurizio Costamagna:** laurea in Ingegneria, lavora in Accenture (già Andersen Consulting), società di consulenza manageriale e di servizi tecnologici leader nel mondo, con la quale opera nel settore Automotive in Italia e all'estero, maturando competenze internazionali su tematiche di customizzazione di processi e sistemi aziendali, di e-Business, CRM ed e-CRM, focalizzate sull'operativa delle reti commerciali. Nel 2005 fonda con Roberto Tiby la società di consulenza MSX Marketing, nella quale è Executive Partner e in cui si occupa dello sviluppo di applicativi e di organizzazione e miglioramento dei processi organizzativi



- **Paolo Evangelista:** docente di discipline musicali del fitness alla Scuola Universitaria Interfacoltà di Scienze Motorie (SUISM ex ISEF) di Torino e presidente dell'associazione Assoforma (agenzia di consulenza per centri fitness, aziende, organizzazioni che operano nel campo del fitness e del benessere per cui crea, organizza eventi e ne gestisce le risorse umane), è anche rappresentante italiano dell'A.E.F.A. (European Aerobic and Fitness Association), associazione europea di organizzatori di fiere, convention ed eventi legati al fitness, nonché fondatore della Future Fitness, società che ha gestito i corsi di formazione per Reebok fino al 1997. Direttore tecnico di diversi centri sportivi e presenter internazionale, ha presentato le sue conferenze in oltre 20 nazioni

Docenti del Master



- **Massimo Ferracci:** Consulente di alta direzione a supporto delle strategie commerciali e finanziarie internazionali con studio professionale a Roma e Milano e con uffici di corrispondenza in Londra, Mumbai, Mosca, New York, Parigi, Pechino e Sofia. E' docente presso la Business School de "Il Sole 24 Ore" nell'ambito del Master di specializzazione post-universitaria "Banca e Finanza" e presso ABI Formazione-Divisione di ABI Servizi SpA a Roma. Svolge attività di consulenza direzionale presso numerose banche, imprese ed aziende di servizi sulle seguenti tematiche: analisi dei fabbisogni e delle dinamiche finanziarie, finanza internazionale e processi di internazionalizzazione, elaborazione, redazione, discussione e presentazione di business-plan

- **XXXXXX**

Docenti del Master

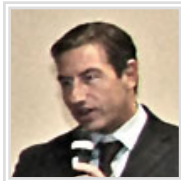


- **Guido Martinelli:** Avvocato e docente a contratto presso diverse Università. Nel corso di laurea in Scienze Motorie dell'Università di Ferrara insegna Organizzazione degli Organismi Sportivi; nel master in strategia e pianificazione delle organizzazioni e degli eventi sportivi, attivato dalla Facoltà di Economia dell'Università di Bologna, insegna Diritto Sportivo. È consulente di molte Federazioni affiliate al CONI, autore di numerose pubblicazioni, nonché riferimento a livello nazionale per tutto ciò che attiene norme civili e fiscali nei Club e nelle SPA



- **Mirella Soldati:** laurea in Psicologia clinica, inizia la libera professione come psicologa in ambito aziendale. Si occupa di ergonomia cognitiva e usabilità di sistemi tecnologici e di selezione e valorizzazione delle risorse umane, secondo il metodo dell'assessment center, focalizzandosi in particolare sulla selezione e valutazione della leadership. Vanta significative esperienze nell'analisi organizzativa con bilancio di competenze, in formazione secondo metodi interattivi e gestione di dinamiche di gruppo, tecniche di marketing volte alla misurazione della qualità percepita e nella gestione di focus group e di brainstorming creativo

Docenti del Master



Roberto Tiby: laurea in Economia e Commercio, con specializzazione in marketing strategico e comunicazione, nel 1995 fonda a Genova l'Aerofunk Fitness School, scuola di formazione e perfezionamento tecnico-commerciale per istruttori di fitness. In FIAT auto dal 1997, lavora presso la direzione marketing e commerciale occupandosi, nella divisione e-business, dei principali progetti internet del gruppo. Successivamente diventa area-manager presso la direzione vendite Alfa Romeo. Nel 2005 fonda MSX Marketing, società di consulenza per il marketing, l'organizzazione e lo sviluppo commerciale, della quale ricopre la carica di Strategy Partner. Collabora con varie riviste di marketing e management e pubblica quattro libri inerenti il marketing e il Customer Relationship Management

Contenuti del Master nel dettaglio

Modulo I

- **Analisi e scenari del mercato Wellness & SPA**
- **Relatori: R. Tiby**

- La diffusione dell'attività sportiva in Italia
- Evoluzione della domanda di fitness e benessere
- Evoluzione dell'offerta di fitness e delle SPA
- Limiti dell'offerta e della domanda di fitness e benessere
- Il contesto competitivo in ottica cliente
- Riflessioni sullo scenario competitivo
- La concorrenza diretta e la concorrenza indiretta
- Le fasi del ciclo di vita di un Club Wellness e di una SPA

- **Modulo II – La gestione d'impresa e la gestione del personale**
- **Relatore: Avv. Guido Martinelli**

- La gestione di un centro sportivo o di un centro benessere: analisi delle differenze sotto il profilo civilistico e fiscale tra una conduzione a mezzo società o associazione sportivo-dilettantistica o a mezzo di una impresa
- L'assenza di scopo di lucro nella gestione di un centro di fitness: impresa o società sportiva?
- Le agevolazioni fiscali previste per le associazioni sportive dilettantistiche e quelle previste per le società sportive di capitali
- L'immobiliare che concede alla società sportiva in affitto la palestra: possibile futuro?



Contenuti del Master nel dettaglio

- La gestione delle risorse umane in un centro sportivo sotto il profilo fiscale, previdenziale e assicurativo
- Gli istruttori sportivi: rapporto di lavoro dipendente, contratto a progetto o esercizio diretto di attività sportiva dilettantistica:
- Gli addetti alle vendite: collaboratori amministrativo – gestionali o lavoratori dipendenti?
- Gli aspetti assicurativi per le risorse umane in palestra
- Gli istruttori sportivi e l'empals
- La nuova disciplina sulla sicurezza sul lavoro

■ **Modulo III – Il Business Plan**

■ **Relatore: Massimo Ferracci**

- Che cosa è e a cosa serve un business plan
- Dalla business idea al progetto d'investimento
- La fattibilità tecnica del progetto di investimento
- Il piano di fattibilità economico-finanziaria, indicazione del fabbisogno finanziario complessivo e indicazione delle coperture
- La redditività attesa dell'investimento e individuazione dei fattori di rischio
- Gli investitori coinvolti e eventuale proposta di partecipazione
- Impatto ambientale del progetto
- Realizzare un business plan di qualità: redazione e presentazione
- Il business plan al lavoro: monitoraggio e analisi degli scostamenti

Contenuti del Master nel dettaglio

■ **Modulo IV – Processi e tecniche di vendita**

■ **Relatori: R. Tiby / F. Giugni**

- La gestione per processi e la matrice Processi, Organizzazione, Indicatori (POI)
 - Processi, Sotto Processi e Attività di Front-End
 - Tipologie di indicatori e utilizzo degli stessi
 - Il processo di vendita nei Fitness Club e nelle SPA
 - Le 4 fasi del processo di vendita
 - Accoglienza e sviluppo della comunicazione bidirezionale
 - La scoperta del cliente e l'individuazione dei bisogni
 - Ascolto attivo e tecnica delle domande
 - L'illustrazione di benefici, servizi e prezzi
 - Attenzione vs. Interesse
 - La fase della trattativa
 - Convincere vs. Persuadere
 - La chiusura del contratto
 - 5 tecniche efficaci di chiusura delle trattative
 - I 5 assiomi della comunicazione
 - Segreti della comunicazione efficace
-
- Le giornate di questo modulo saranno condotte prevalentemente con l'utilizzo della tecnica del Role Playing - Formazione attiva

Contenuti del Master nel dettaglio

- **Modulo V – Organizzazione nel Club: ruoli, competenze, selezione e valutazione**
- **Relatori: M. Costamagna / M. Soldati**

- L'organizzazione di staff nei moderni centri wellness
- Esempi di organigrammi
- Ruoli e competenze nei Club modernamente organizzati
- I Ruoli di Back-End
- I Ruoli di Front-End
- Evoluzione della figura del venditore/consulente
- La selezione del personale
- Tecniche di selezione per il personale di Front-End
- Tecniche di selezione per il personale di Back-End
- La valutazione dei collaboratori
- La valutazione come momento di crescita

- **Modulo VI – Il Marketing**
- **Relatore: R. Tiby**

- Il Marketing Mix nell'impostazione tradizionale
- Dal Marketing al Management e i limiti della visione funzionale
- Le 4 spinte al cambiamento verso il marketing relazionale
- Visione strategica e operativa del Customer Relationship Management
- La determinazione del prezzo nei nuovi scenari competitivi
- Gestire l'equazione del valore: una strategia di pricing strategica e innovativa
- Metodi e tecniche di conquista di nuovi clienti
- Indicatori di efficienza e di efficacia nella conquista
- Come conquistano clienti i Club italiani
- Il Mix degli elementi per una acquisizione efficiente ed efficace
- Alcune iniziative di conquista: focus sull'attività di Referral
- Le vendite esterne



Contenuti del Master nel dettaglio

- Misurazione e Gestione della soddisfazione del cliente
- Perché conviene calcolare la Customer Satisfaction
- Una metodologia di calcolo semplice, operativa e scientifica
- Le mappe delle rilevanze e le mappe di priorità
- I dati di 50.000 utenti in Italia
- La pianificazione di marketing e la gestione dei cicli di vendita
- Tatticità e Strategicità delle iniziative di marketing
- Comunicare benessere: la scelta dei media e delle logiche di comunicazione
- Usabilità di un sito internet
- Test di usabilità
- Il Web e il fitness
- Possibili utilizzi a supporto dell'organizzazione interna
- Possibili utilizzi a supporto delle attività di marketing
- Il web supporto delle campagne di comunicazione e di start up

Contenuti del Master nel dettaglio

- **Modulo VII – Direzione Commerciale**
- **Relatori: F. Ascani / L. Carlassare / P. Evangelista**

- L'organizzazione di eventi nel Club e fuori del Club
- La gestione della piscina
- Ruolo e mansioni del Manager della piscina
- La gestione degli spazi acqua
- L'integrazione tra attività sportive e attività ludiche
- La gestione dello staff Acqua
- La selezione del personale insegnante
- La formazione del personale insegnante
- La creazione del gruppo
- Selezione, formazione e valutazione del personale insegnante
- La creazione del gruppo e del clima
- Come limitare il turn over del personale insegnante
- Cast o Staff?
- Dove si gioca la partita Analisi dei bisogni dei player
- Le aree dei club
- La gestione delle risorse umane in un centro sportivo sotto il profilo fiscale, previdenziale e assicurativo



Contenuti del Master nel dettaglio

- **Test / Esame di fine corso**
- **Relatore: R. Tiby**

- Test finale per il conseguimento del diploma/attestato
- Il test verterà su tutte le materie previste dal percorso del singolo iscritto
- Il test sarà a domande chiuse e domande aperte
- Sarà prevista anche una prova orale sulle materie inerenti il marketing, la vendita e la comunicazione

Riferimenti

- **Data di inizio:** venerdì 3 ottobre 2009
- **Per un impegno di:** 15 giornate (per la frequenza dei sette moduli)
- **Dove:** Polo PST- BIC a Livorno, Via dell'Artigianato 53



- **Scadenza iscrizioni:** il modulo per l'iscrizione al master deve essere inoltrato al PST BIC LIVORNO entro il giorno 25 settembre 2009
- Per prendere visione dei **costi**, scaricare il **modulo di ammissione**, il **modulo di iscrizione**, il **regolamento** dei partecipanti: www.pstbic.livorno.it
- **Per info:** m.frediani@pstbic.livorno.it