

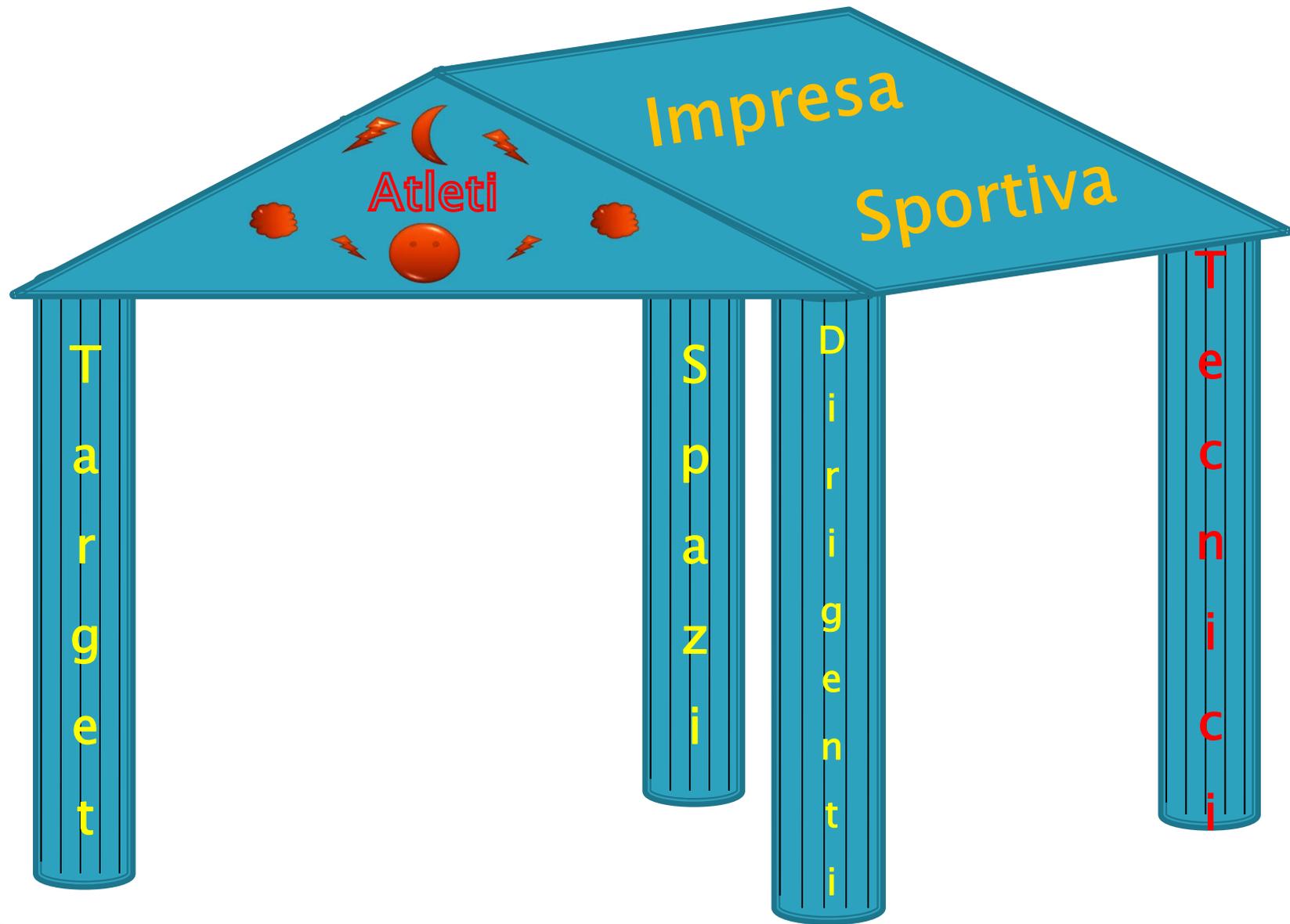


università di ferrara

# Economia e gestione delle imprese sportive

*Dott. Nicola Raule*

Il Lezione



# I tecnici (1)– Tipologie

- ▶ Possono essere di due tipi:



## **Tecnico sportivo:**

L'allenatore, l'istruttore, il maestro, il coach ...

Esiste in tutte le società che promuovono la pratica sportiva

## **Tecnico impiantistico:**

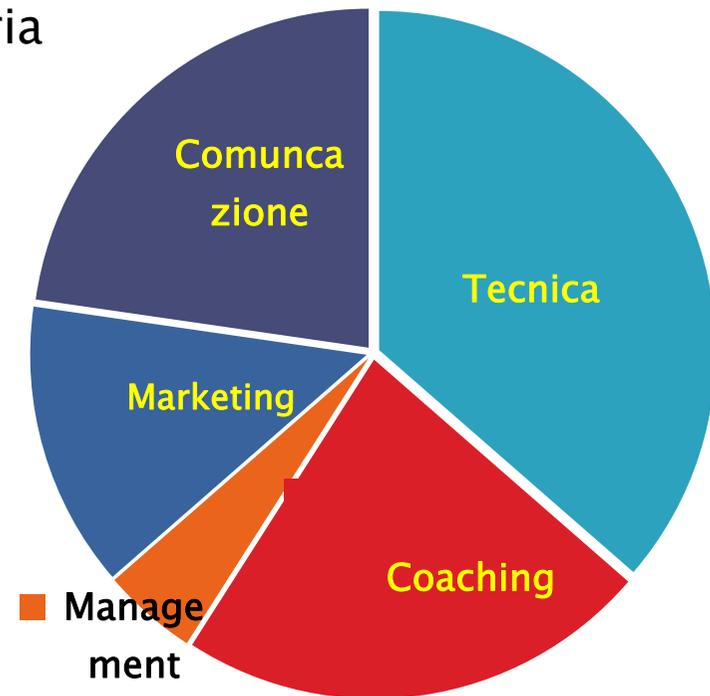
Il manutentore, il caldaista, il terzo responsabile, il giardiniere ...

Esiste in tutte le società che gestiscono impianti sportivi

# I tecnici (2)- Il Tecnico Sportivo

## Requisiti:

- **Tecnica:** Un buon tecnico sportivo è innanzi tutto molto esperto della materia (la disciplina) che diffonde
- **Comunicazione:** Un tecnico è simile ad un insegnante.  
*Sapere ≠ saper comunicare*
- **Coaching:** I ragazzi di oggi, più di ieri hanno bisogno di motivazione  
*Grande campione ≠ forte personalità*
- **Marketing:** Bisogna saper vendere, se stessi, la società, la disciplina, lo spazio...
- **Management:** Il buon tecnico deve saper gestire se stesso e spesso anche la squadra

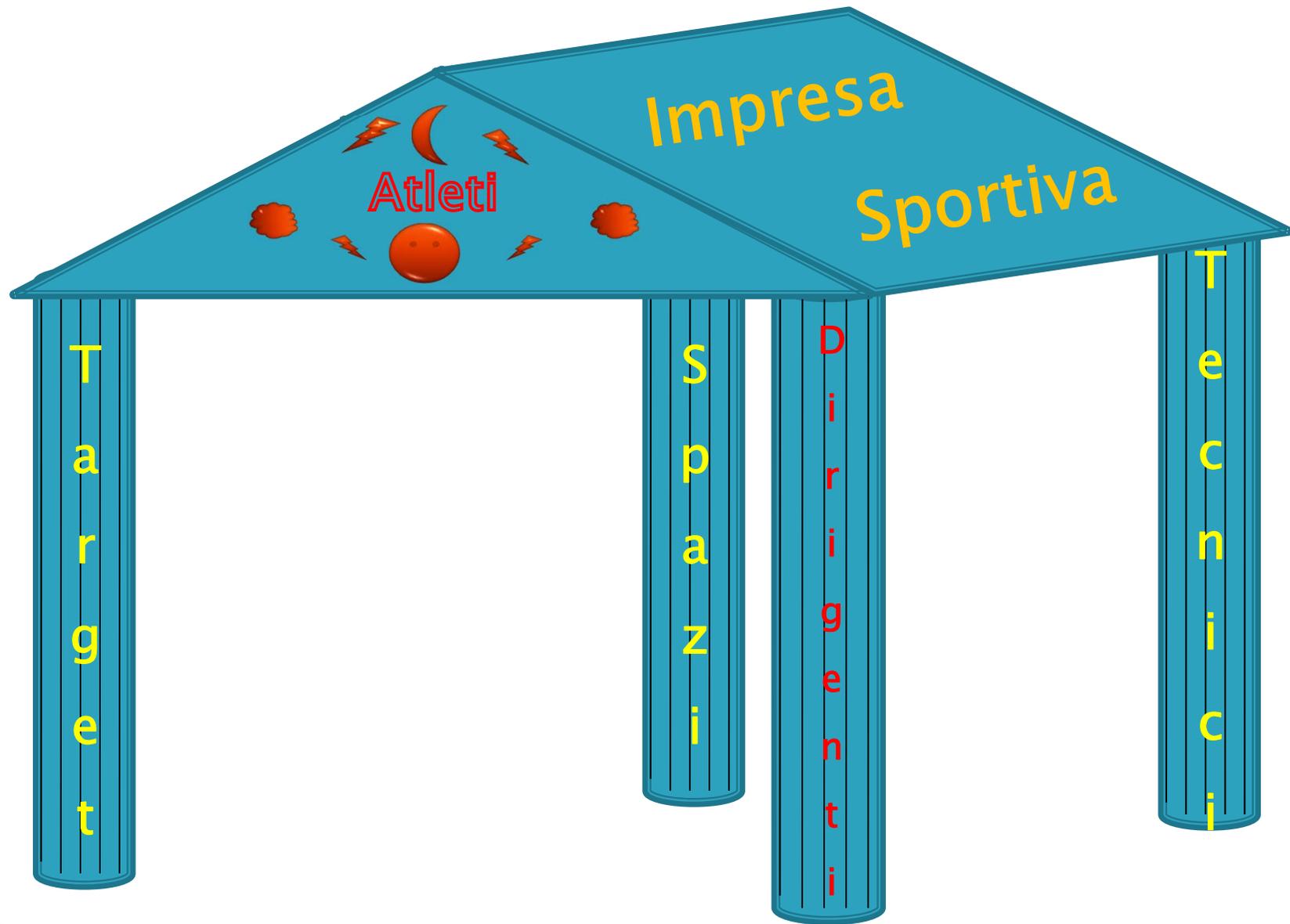


# I tecnici (3)- Il Tecnico Impiantistico

## Requisiti:

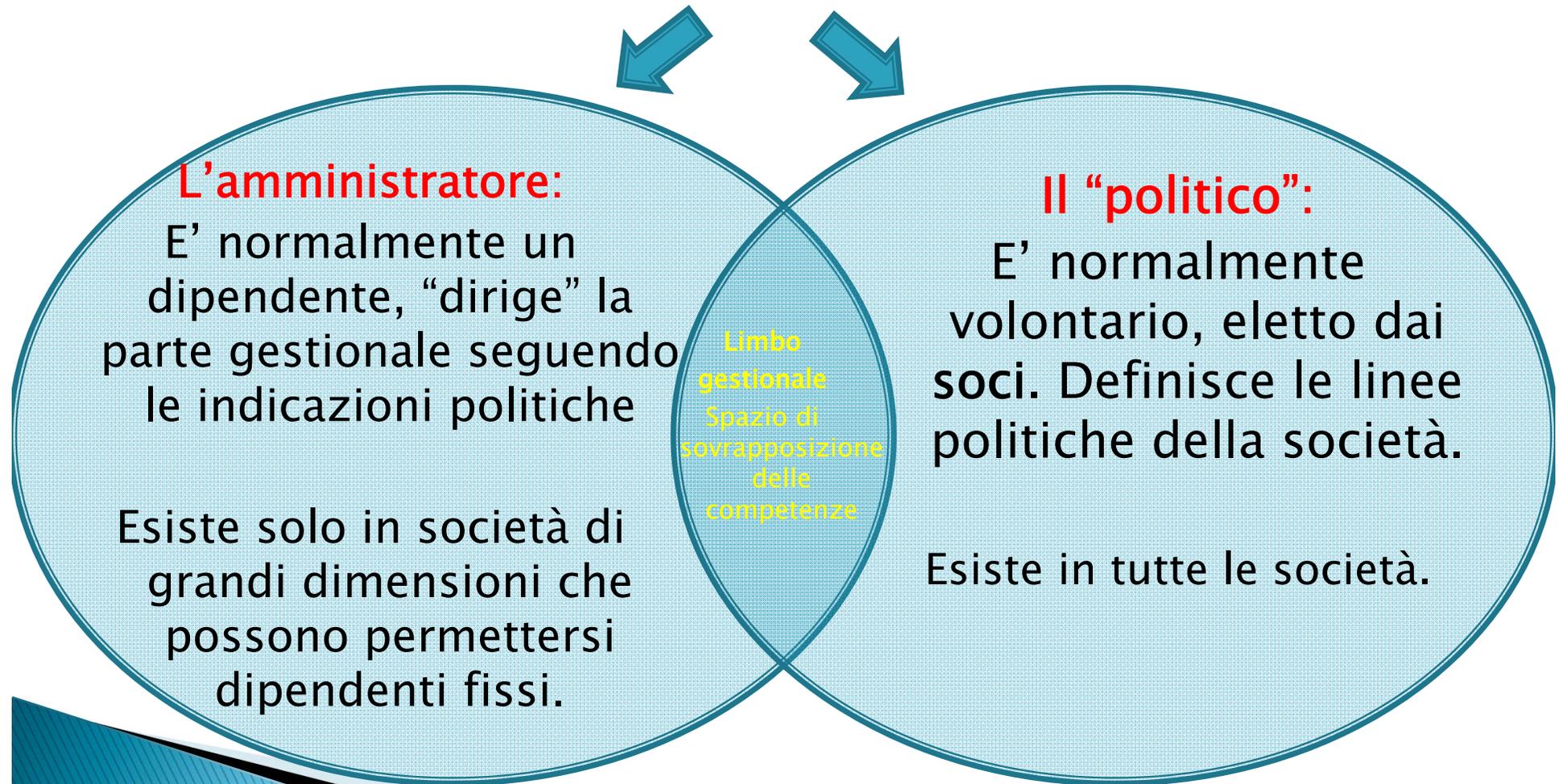
- **Tecnica:** Un buon tecnico impiantistico è innanzi tutto molto esperto della materia (l'impianto) che gestisce.
- **Management:** Il buon tecnico deve saper gestire se stesso e spesso anche altre risorse (interne ed esterne).
- **Problem solving:** Se poni il problema senza nessuna ipotesi di risoluzione ... allora il problema sei tu.  
*Ogni problema ha per definizione una soluzione*
- **Comunicazione:** E' indispensabile tenere vivo il canale INFORMATIVO all'interno dell'impianto.  
*lo so ≠ tutti sanno*





# I dirigenti (1)

- ▶ Possono essere di due tipi:



# SOCI vs TESSERATI (1)

## TITOLO II – I Soci

### ARTICOLO 7

## ESEMPIO!!!

### Soci del C.U.S. BOLOGNA

- ▶ 1. Sono soci del C.U.S. BOLOGNA le persone fisiche associate e divenute tali a seguito dell'accoglimento della domanda di iscrizione. I soci si dividono in effettivi ed anziani, godono tutti degli stessi diritti, sono soggetti agli stessi obblighi e partecipano, con identiche modalità, all'attività espletata dal C.U.S. BOLOGNA.
- ▶ 2. Sono soci effettivi tutti gli studenti regolarmente iscritti ad una Università od Istituto Superiore Universitario, fatto salvo specificatamente quanto disposto dai commi 2 e 3 dell'art. 15 dello Statuto del C.U.S.I., che svolgano o abbiano svolto effettiva e particolare attività sportiva per il C.U.S. BOLOGNA.
- ▶ 3. Sono soci anziani tutti i soci che, avendo cessato di appartenere alla categoria di soci effettivi, facciano richiesta di transitare in tale categoria entro l'anno successivo all'anzidetta cessazione.
- ▶ ...
- ▶ 8. La qualità di socio non è trasmissibile.

# SOCI vs TESSERATI (2)

## TITOLO III – I Tesserati

### ARTICOLO 9

**ESEMPIO!!!**

#### Definizione

- ▶ 1. Tutti coloro che, secondo le finalità di cui all'art. 2 del presente Statuto e dell'art. 16 dello Statuto del C.U.S.I., nell'ambito delle iniziative e dei programmi di diffusione della pratica sportiva, nelle istituzioni universitarie e scolastiche, partecipano alle attività di promozione e propaganda organizzate dal C.U.S. BOLOGNA, sotto l'egida della Federazione, vengono tesserati al C.U.S.I., sempre che rispettino le norme dello Statuto del medesimo.

# I dirigenti (2)

## Il “politico”:

Presidente, vice-presidente(i), segretario, tesoriere, consiglieri. Insieme costituiscono il **C**onsiglio **D**irettivo

## Il **CD**

- Detta le linee guida dell'attività sociale
- Delibera sulle scelte più importanti
- Approva le spese principali
- Approva il bilancio previsionale

Per essere eletti nel Consiglio Direttivo bisogna essere soci

# I dirigenti (3)

## **L'amministratore:**

Direttore generale

Direttore impianti sportivi,

Responsabile Marketing

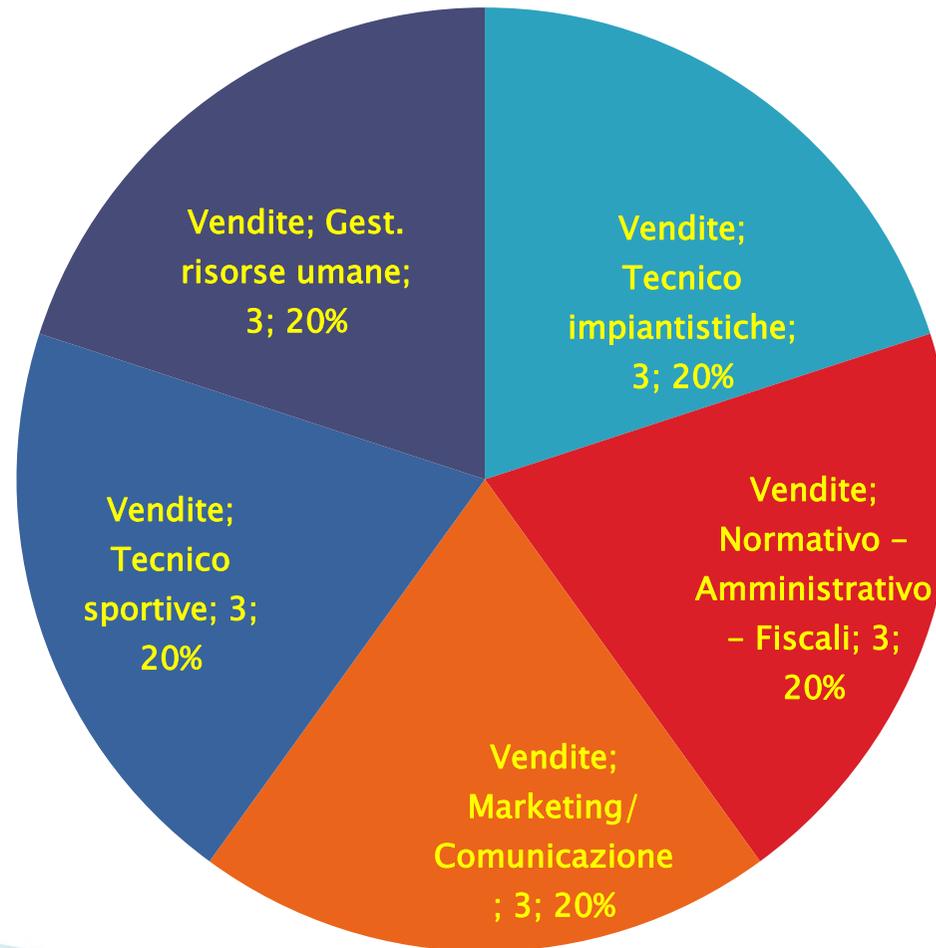
Responsabile risorse umane

...

Sono tutte figure di dirigenti sportivi che curano la parte amministrativa dell'impresa. Decidono autonomamente nel rispetto dei vincoli e delle indicazioni date dall'organo politico (il **CD**)!

# I dirigenti (4) – Direttore Impianti Sportivi (1)

## Le competenze necessarie :



## I dirigenti (4) – Direttore Impianti Sportivi (2)

### Le competenze necessarie: Tecnico impiantistico

- Quale manto erboso?
- Quale copertura?
- Quale tipo caldaia?
- Quale sistema di filtrazione dell'acqua?
- Quale sale per il ghiaccio
- Quale lampada per il risparmio energetico?
- ...

## I dirigenti (4) – Direttore Impianti Sportivi (3)

### **Le competenze necessarie : normativo – amministrativo – fiscali**

- Quali contratti per i dipendenti? (ovvero quali mansioni per un dato contratto?)
- Quali Dispositivi di Protezione Individuale?
- Quale tipo di ricevuta?
- Cos'è la responsabilità civile?

## I dirigenti (4) – Direttore Impianti Sportivi (4)

### Le competenze necessarie : Marketing / Comunicazione

- Conoscere il territorio
- Conoscere i competitor
- Conoscere il target locale
  
- Elaborare una offerta (posizionamento)
- Saperla promuovere
- Evolvere nel contesto locale
  
- Vendere l'immagine (marchio)

## I dirigenti (4) – Direttore Impianti Sportivi (5)

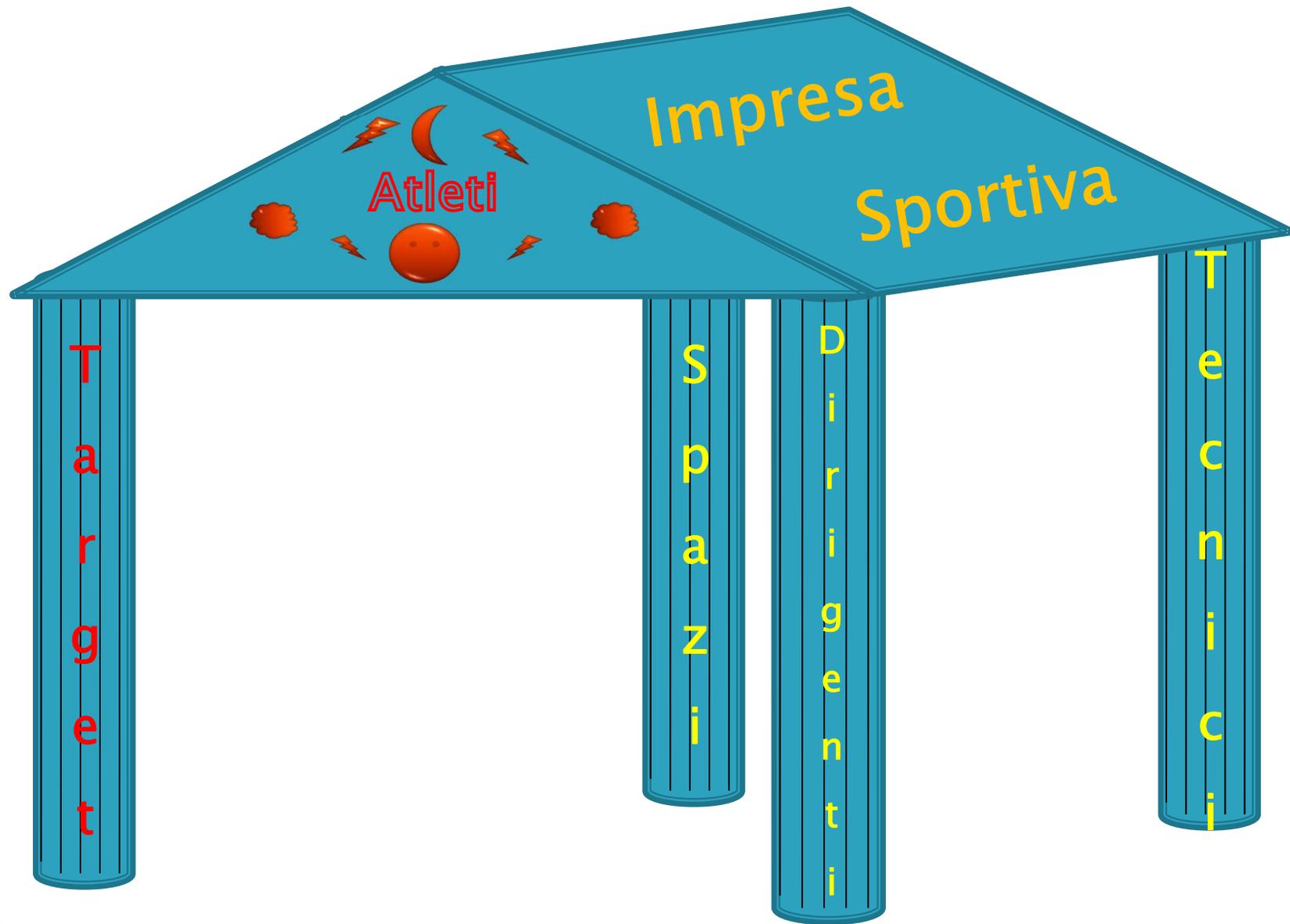
### **Le competenze necessarie : tecnico sportive**

- Conoscere gli spazi necessari alla disciplina (ovvero conoscere le potenzialità di uno spazio disponibile)
- Saper riconoscere i bravi tecnici sportivi
- Saper argomentare e difendere le scelte sportive aziendali
- Saper differenziare l'offerta di servizi

## I dirigenti (4) – Direttore Impianti Sportivi (6)

### **Le competenze necessarie : Gestione risorse umane**

- Una impresa sportiva vende servizi
- Le persone sono l'anima del servizio
- Le persone sono la prima cosa che vendiamo
  
- Esiste una correlazione tra soddisfazione del cliente e soddisfazione degli impiegati
- Per fidelizzare il cliente è necessario fidelizzare il personale



# Il Target (1)

Nella grande maggioranza dei casi, il target è il “cliente” (indipendentemente dal tipo di impresa) e di conseguenza il pilastro che regge l’impresa è la **CUSTOMER SATISFACTION**

Di solito il cliente può essere dedotto dalla mission sociale, ma non sempre...

La mission definisce lo scopo dell’impresa, ma non è detto che questo scopo non passi per obiettivi secondari.

# Il Target (2) – Customer satisfaction (1)

## Le 10 regole per raggiungere la soddisfazione del cliente:

- 1) Dedicati ad un servizio di qualità
  - Tutti i dipendenti devono avere questo obiettivo
  - L'esempio è il miglior formatore
  - Crea autonomia risolutiva tra i dipendenti (es: di distribuire sconti)
  - Evita le interazioni inutili

# Il Target (2) – Customer satisfaction (2)

## Le 10 regole per raggiungere la soddisfazione del cliente:

### 2) Conosci i tuoi prodotti

- Tutti i dipendenti devono conoscere prodotti, servizi, condizioni di vendita e recesso.
- Cerca di anticipare le domande del cliente
- Crea e aggiorna una pagina di FAQ
- Definisci percorsi di aggiornamento periodici per i dipendenti.

# Il Target (2) – Customer satisfaction (3)

## Le 10 regole per raggiungere la soddisfazione del cliente:

### 3) Conosci i tuoi clienti

- Impara tutto quel che puoi sui clienti per confezionare su misura il servizio
- Parla con loro e ascolta le lamentele
- I questionari di soddisfazione sono utili

### 4) Tratta le persone con cortesia

- Ricorda che ogni fase lascia un segno
- Usa espressioni comuni ma sempre efficaci (“Scusi per averla fatta aspettare”, “Grazie”, “E’ stato un piacere”...)

# Il Target (2) – Customer satisfaction (4)

## Le 10 regole per raggiungere la soddisfazione del cliente:

### 5) Non litigare con il cliente

- Il cliente non ha sempre ragione, ma lo scopo non è vincere una discussione.
- Concentrati sulla soluzione, non sul giusto o sbagliato
- La chiave è ascoltare, il cliente è molto più disponibile se si sente ascoltato.
- Studi dimostrano che 7 clienti su 10 ritornano a comprare da chi ha risolto la loro lamentela soddisfacendoli.

### 6) Non lasciare i clienti in sospeso

- Comunica un piano e perseguilo
- Se qualcosa cambia, comunicalo immediatamente

# Il Target (2) – Customer satisfaction (5)

## Le 10 regole per raggiungere la soddisfazione del cliente:

### 7) Mantieni le promesse

- E' essenziale creare un rapporto di fiducia con il cliente
- Non fare promesse che non puoi mantenere
- Nessuno è perfetto, ma la gestione dell'errore fa la differenza
- Se non puoi mantenere la promessa offri una ricompensa in riparazione

### 8) Presupponi che il cliente dica la verità

- E' inutile essere cinici o scettici
- Il cliente sembra che manipoli la situazione a suo favore, ma è conveniente per te ascoltarlo.

## Il Target (2) – Customer satisfaction (6)

### Le 10 regole per raggiungere la soddisfazione del cliente:

- 9) **Concentrati sugli utenti, non sulla vendita**
  - I venditori in genere si concentrano sulla quantità, non sulla qualità (*effetto commissione*)
  - Studi dimostrano che attrarre un nuovo cliente costa 6 volte di più che mantenerne uno
  - Il cliente soddisfatto è il miglior modo per attrarre nuovi clienti (passaparola)
- 10) **Rendi l'acquisto facile**
  - Riduci le code, i moduli e i documenti da produrre
  - Illustra chiaramente i prodotti in vendita
  - Immedesimati nel cliente