



El ADPT del Comercial Gestión y Desarrollo de sus funciones para tu centro

En anterior artículo publicamos el ADPT del entrenador personal como herramienta básica para la correcta gestión de individuos y grupos humanos en el desarrollo de sus funciones laborales. Y por lo tanto, un concepto clave dentro de la dirección de los recursos humanos.

En esta ocasión realizamos el ADPT del puesto de comercial en gimnasios y centros deportivos. Este ADPT nos permitirá fijar un mapa sistemático y racional que plasme las características y funciones de su puesto de trabajo. De este modo podremos asignar correctamente las responsabilidades, establecer las relaciones internas y externas del mismo en nuestra empresa y asegurarnos de la eficiencia en el desempeño de las distintas tareas y funciones claramente descritas, que contarán en todo momento con un responsable perfectamente definido, evitando así repeticiones innecesarias.

El Análisis y descripción del puesto de trabajo se desarrolla en dos partes, una primera que constituye el análisis, donde tiene lugar la extracción de la información necesaria de este puesto, descomponiendo en subunidades básicas las tareas.

La segunda parte, la descripción, constituye el documento donde aparecerá toda la información del análisis correctamente ordenada en base a los diferentes aspectos analizados, entre los que destacamos: número, periodicidad, tarea, proceso, material empleado, finalidad, espacio, duración y relaciones tanto internas como externas.

Las tareas son la unidad básica de análisis, ya que constituyen la acción base llevada a cabo en un puesto. En el ADPT debemos destacar la importancia que tiene el

ordenar las tareas de forma cronológica en relación a las llevadas a cabo dentro del puesto, ya que muchas veces el comienzo y desarrollo de una tarea vendrá determinado por la realización de la inmediatamente anterior.

Después de llevar a cabo un análisis del comercial hemos desarrollado la siguiente descripción del puesto, presentando el ADPT tipo de un entrenador personal para una instalación deportiva.

Deberemos considerar que la organización del departamento comercial proviene de las diversas posibilidades que una empresa tiene para organizar las diferentes actividades comerciales; estará condicionada por factores internos y externos, como pueden ser: el tamaño de la empresa, la filosofía que se va a seguir, los recursos económicos, la proyección de futuro, el tipo de mercado y producto, etc. Su principal éxito proviene de la reali-

zación y consecución de los objetivos planteados por la empresa. Para dicha organización se necesitan las siguientes premisas:

- Definir y comunicar de forma clara los objetivos tanto empresariales, como departamentales e individuales.
- Hay que delegar, en medida de lo posible para la consecución de resultados.
- Las personas en las que se ha delegado, han de ser capaces de ejercerlo y creer en lo que están haciendo. La dirección general con el apoyo de la dirección comercial marcan los instrumentos que consideren más adecuados.

Esperamos que estas indicaciones así como el cuadro de ADPT para el comercial sea útil para el mejor funcionamiento y desarrollo laboral de gimnasios e instalaciones deportivas.



MANEL VALCARCE

Máster en Administración y Dirección del Deporte, CEO Valgo Invest. Ldo. Ciencias Actividad Física y el Deporte. Colegiado 8709, Diplomado en Ciencias Empresariales.



LAURA GARCÍA

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE ORGANIZACIONES E INSTALACIONES DE LA AFD. GRADO EN CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE. COLEGIADA 54538.

Nº	PERIODICIDAD	TAREA	PROCESO	MATERIAL UTILIZADO	FINALIDAD	ESPACIO	DURACIÓN	RELACION INTERNA	RELACION EXTERNA
1	Diaria.	Fichar.	Cuando llegue al puesto de trabajo, fichará con su tarjeta de identificación en el centro deportivo.	Tarjeta de identificación. Tomo	Dejar constancia su horario de entrada de cada día.	Recepción.	1 minuto.	Recepcionistas.	
2	Diaria.	Revisar la agenda.	Revisar la agenda para la organización del día. Ver citas pendientes. Tareas a realizar.	Agenda integrada en ordenadores	Agilizar procesos y organizar el día. Coordinación con compañeros del departamento.	Área del comercial.	5-10 minutos.		
3	Tantas veces como tengan posible cliente.	Realizar un tour personalizado con el cliente.	Se atenderá al futuro cliente, realizando un tour por la instalación, y presentándole todas las prestaciones del centro en función de lo que busca.	Centro deportivo, su área de trabajo.	Dar a conocer todos los servicios que oferta el gimnasio, procurando cerrar la venta.	Sala de fitness y área de comercial.	(Variará dependiendo de las características del cliente). 10-15min	Otros comerciales.	
4	Diaria	Realizar las llamadas de los cumpleaños del día	Les llegará un listado con los cumpleaños de los socios del día, y el comercial deberá de realizar una llamada para felicitar al socio y ofrecerle el regalo que se haya estimado oportuno por parte de la dirección	Teléfono y ordenador (Base de datos)	Fidelizar aún más con el cliente, así como poder captar algún contacto más por parte del socio.	Área comercial	30-45 minutos	Otros comerciales	
5	Diaria	Realización de llamadas de clientes sin acudir al centro x días.	Realizar llamadas a través del teléfono, en función a los días del cliente sin acudir al centro.	Ordenador y base de datos	Dar un valor añadido al cliente, haciéndole sentir especial. Intentar que no cause baja.	Área de Comercial.	(Variará dependiendo de las personas que sean en filtro).	Otros comerciales.	
6	Tantas veces como exista	Promoción de campañas	Se realizarán campañas a nivel interno y externo con usuarios del centro.	Área comercial.	Informar de todas las campañas que realice el centro. Y captación de nuevos clientes.	Área del comercial y/o a definir según campaña	Variará del tipo de campaña.	Otros comerciales.	
7	Diaria	Fidelizar con el clientes	Mantener contacto con los clientes en el centro, haciendo especial hincapié en las nuevas altas.	"Somisa"	Fidelizar con el cliente, crear ese valor de personalización con cada uno de ellos. Que se sientan como en casa.	Depende del medio: sala fitness, área del comercial, etc.	30-45 minutos	Otros comerciales	Usuarios
8	Una vez por semana.	Reunión con el coordinador del equipo.	Se mantendrá una reunión semanal con el coordinador del equipo comercial.	Datos	Valorar como ha ido la semana, necesidades, problemas, seguimiento de objetivos.	Despacho del centro deportivo.	1 hora.	Otros comerciales. Coordinador comercial	
9	Diaria	Recogida y actualización de la base de datos	Se realizará una constante actualización de la base de datos del centro deportivo. Incluyendo todos tipos de clientes.	Ordenador	Mantener la base de datos puesta a punto lo más real posible, para agilizar procesos.	Área comercial.	Durante su jornada de trabajo.	Otros comerciales.	
10	Después de cada cita con el cliente.	Anotación de todos los datos recogidos	Procesar todo lo que se ha dado durante la venta de producto	Ordenador	Cerrar la venta	Área comercial.	5-10 minutos.		Clientes
11	Puntual	Revisión de datos cuando se realicen eventos	Durante el evento recogida de datos de los posibles clientes.	Solicitudes y otros utensilios.	Crear más contactos y futuros clientes.	Lugar donde se desarrolle el evento.	En función a la duración del evento.	Con el otro comercial	Con las personas que participen en el evento
12	A partir del día 20 de cada mes	Llamar renovaciones	Se les pasarán todas las altas que finalizan sus cuotas (anuales, paquetes, etc) y se les procederá a llamar para recordar que se acaba la cuota a la que está el cliente inscrito.	Teléfono	Procurar que no se den de baja, y ver que están pendientes de ellos.	Área comercial	30 minutos - 1 hora	Recepcionistas.	
13	Diaria	Fichar	Cuando salga del puesto de trabajo, fichará con la tarjeta de identificación en su centro deportivo.	Tarjeta identificación. Tomo	Dejar constancia su horario de entrada de cada día.	Recepción.	1 minuto.	Recepcionistas.	
14	Puntual	Revisión de datos cuando se realicen eventos	Durante el evento recogida de datos de los posibles clientes.	Solicitudes y otros utensilios.	Crear más contactos y futuros clientes.	Lugar donde se desarrolle el evento.	En función a la duración del evento.	Con el otro comercial	Con las personas que participen en el evento.

