

Zeitschrift: Mobile : la rivista di educazione fisica e sport
Herausgeber: Ufficio federale dello sport ; Associazione svizzera di educazione fisica nella scuola
Band: 6 (2004)
Heft: 3

Artikel: Direttore di un centro fitness : l'arte di vendere il benessere
Autor: Löhner, Dorian
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1001882>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

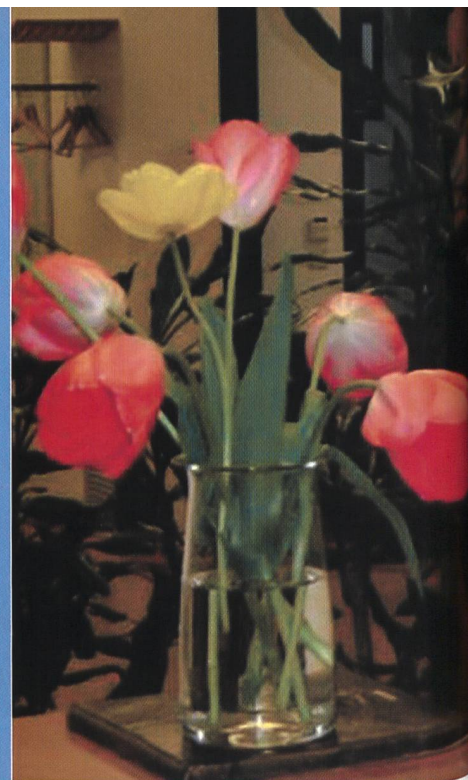
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Direttore di un centro fitness

L'arte di vendere il benessere

Testimone dell'interminabile evoluzione del mondo del fitness, Paride Oggioni ci racconta il suo percorso professionale. Grazie alla sua dedizione in pochi anni è giunto al timone del Free Time Club di Lugano.

Doriano Löhner

«**N**el 1991 ho cominciato a lavorare come istruttore di fitness in questo club», ricorda Oggioni; «ero reduce da una formazione prettamente tecnico-didattica e mi immaginavo un lavoro basato sulle mie conoscenze professionali in qualità di istruttore.» Ma dovette subito ricredersi e sviluppare ulteriori capacità professionali. «Durante il primo colloquio con il signor Russbach (fondatore ed allora gerente del club), fui sorpreso dalle svariate mansioni che comportava la mia futura funzione. In qualità di istruttore avrei dovuto anche sensibilizzarmi su aspetti trasversali come l'importanza di un servizio qualitativo e il valore della clientela e dell'innovazione. Tutti aspetti a cui non avevo mai prestato molta attenzione perché non consideravo legati alla mia professione.» Alle sue capacità tecniche e pratiche di istruttore avrebbe perciò dovuto aggiungere conoscenze sulla strategia di vendita. Questo impulso condizionò sin da subito il suo cammino professionale, ma anche la sua evoluzione personale.

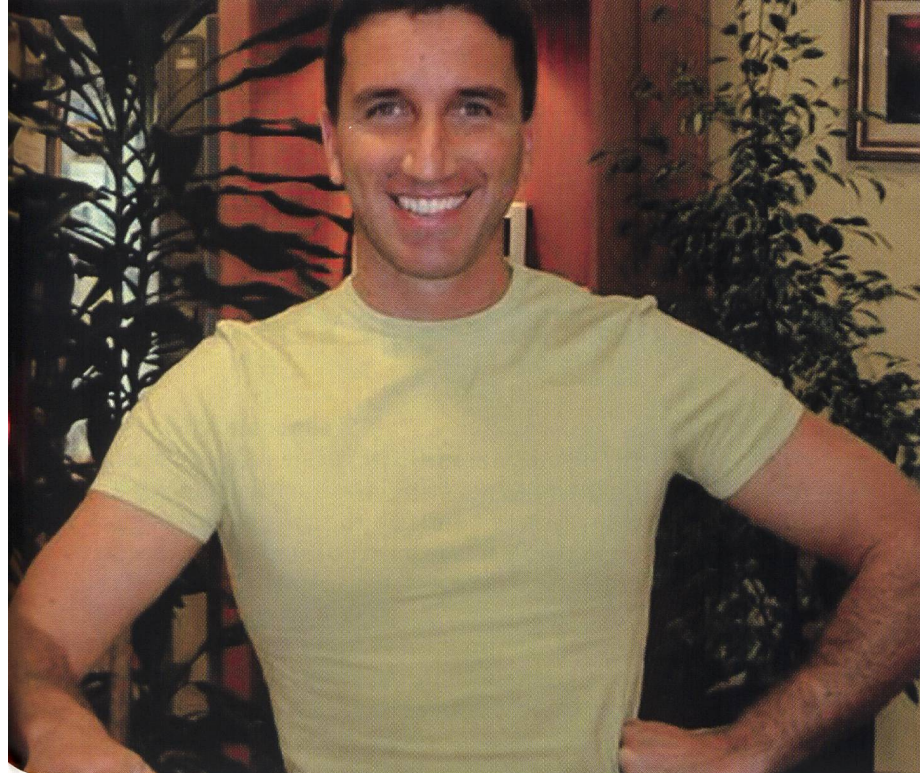
Spirito di adattamento

Terminata la formazione alla Scuola per insegnanti di educazione fisica (ISEF) di Milano, fece una breve esperienza in un istituto scolastico. «Le possibilità di lavoro nella scuola erano ridotte ai minimi termini a causa della mancanza di posti libe-

ri. Mi indirizzai così verso il fitness seguendo dei corsi specifici di personal trainer. Un adattamento intrapreso anche dall'ISEF, che oggi propone una formazione specifica in questo settore. Grazie alla specializzazione nel campo dello sport-benessere atterrai quindi in veste di istruttore al Free Time Club di Lugano, allora uno dei primi centri fitness della regione. «Ho dovuto subito dar prova di un buono spirito di adattamento. Fra i miei compiti figurava anche quello di responsabile tecnico, decisi così di seguire una formazione di marketing, basata sulle tecniche e le strategie di vendita, e di approfondire le conoscenze manageriali partecipando a forum e simposi.»

L'anello di collegamento

La gestione di un centro fitness esige, oltre alle competenze personali, anche delle capacità tecnico-professionali sullo sport-benessere e delle conoscenze commerciali approfondite che consentono di prendere le giuste decisioni a livello di management. «La disposizione delle macchine, per esempio, dev'essere organizzata sia da un punto di vista tecnico (stabilirne la funzionalità) che da un punto di vista commerciale per rendere il servizio adatto alle esigenze del cliente.» E su questi due pilastri (tecnico e commerciale) poggiano tutte le mansioni di Oggioni: dalla scelta e il coaching dei collaboratori, al mantenimento dell'armonia all'interno del club, passando per la gestione finanziaria e gli studi di mercato.



Per rafforzare il collegamento fra commercializzazione e servizio offerto è indispensabile definire una direzione precisa per tutto lo staff. «L'obiettivo della nostra linea direttiva è di proporre al cliente un servizio completo all'interno di un club socialmente attivo. Un gruppo di collaboratori consapevole della rotta da seguire interagisce meglio, ciò che influisce positivamente sulla qualità del servizio.» La serenità è il segreto del suo successo e traspare chiaramente dal buon equilibrio che è riuscito ad instaurare fra la sua funzione di direttore e quella di istruttore.

Sulla cresta dell'onda

Le esigenze del mercato e l'evoluzione delle tecnologie influenzano costantemente sulla gestione di un centro per il benessere e a questo proposito il lavoro di marketing esige un'attenzione particolare, poiché l'avvento di nuove tendenze non è sempre apprezzato dal cliente. «È molto importante seguire l'evoluzione tecnologica, soprattutto se è a favore della qualità, ma occorre valutare attentamente l'impatto sul servizio.» È inoltre indispensabile, per un direttore, verificare regolarmente tutti i settori in cui è attiva l'azienda. Per Oggioni, alle prese con una palestra fitness, uno studio d'estetica e uno di fisioterapia, le varianti in gioco quindi si moltiplicano. «Ogni settimana organizzo una riunione con tutti i collaboratori, durante la quale analizziamo accuratamente l'evoluzione di tutte le sezioni del centro. Per facilitare le decisioni riguardanti la vendita del servizio è primordiale restare aggiornati, tenendo gli occhi bene aperti anche al di fuori della palestra.»

Contatto: parideoggioni@freetimeclub.ch

Spunti

Maestro di tennis

Un servizio vincente

Rony Staffieri cominciò a impartire lezioni di tennis durante gli studi universitari. I corsi di formazione G+S gli permisero di trasformare la sua passione in una prima piccola fonte di guadagno. Ottenuta la laurea in economia, lavorò per qualche tempo in una banca ma il richiamo della terra rossa prese il sopravvento e accettò un'offerta di lavoro di un tennis club. Da due decenni maestro di tennis professionista (ASPT), oggi Staffieri è anche rappresentante dei maestri diplomati di tennis (ASPT) per la Svizzera italiana. In qualità di capo della formazione Swiss Tennis è alla testa della preparazione di monitori in Ticino ed è responsabile sportivo del Tennis Club 1903 di Lugano, dove si occupa dell'amministrazione della scuola, della pubblicità, dell'organizzazione di tornei interclub juniori, della creazione di linee direttive sul rapporto fra scuola e clienti ma anche del materiale che mette a disposizione degli allievi.

Contatto: www.ronys@freesurf.ch, www.massimo.ch

Sport e giornalismo

Emozioni e risultati

Il compito del giornalista è di raccontare un avvenimento sportivo e di venderlo a livello emotivo alla gente, mantenendo tuttavia la massima obiettività. È su queste basi che Ellade Ossola, giornalista sportiva alla RSI, imposta quotidianamente il suo lavoro. Un lavoro che si suddivide in presenza sul terreno a diretto contatto con gli atleti, soprattutto in occasione di grandi manifestazioni sportive, e in attività redazionale. «Viaggio molto e gli orari di lavoro sono completamente sballati. Al contrario di un'altra redazione, quella sportiva richiede di trascorrere molto tempo in ufficio soprattutto la sera e quasi tutti i weekend. È evidente quindi che devo impostare la mia vita privata in un modo un po' particolare, ma è solo questione di organizzazione.» Un buon giornalista, aggiunge, deve inoltre possedere un ottimo bagaglio linguistico, in particolar modo il tedesco e l'inglese. «Amo il mio lavoro, anche se non nascondo che coprire l'attualità significa spesso stress e poco tempo a disposizione per prendere delle decisioni.»

Contatto: ellade.ossola@rtsi.ch