



第一章 职业教练从业道德及行为规范



第一节 职业教练从业道德

导读：教练的职业道德是其在从业过程中所应遵循的最基本的道德规范和行为准则，具备良好的职业道德是确保个人职业生涯顺利发展的前提，而职业道德缺失不仅会导致职业生涯发展受阻，还可能给教练个人造成更为严重的后果（如法律的惩处）。教练应该遵循以下职业道德，以确保作为专业人员应有的高水平专业性。

一、专业范畴

- 注意自己的言行举止，确保所作所为能够获得别人的尊重，在任何公众场合保持自己的专业形象。
- 尊重同行及客户，不要对同行及客户的行为妄加评论。
- 不要为客户进行医学诊断和治疗。
- 对于已经存在健康问题的客户提供训练指导时必须小心谨慎，除非确认自己掌握了此类客户的训练方式且完全有把握在安全的情况下为其提供训练服务，否则不要为此类客户提供训练。
- 为客户提供训练前必须进行健康筛查并确保客户在知晓结果后进行签字确认。
- 应掌握心肺复苏（CPR）技术及自动体外除颤器（AED）的使用技术并获得相应资格认证。
- 如发现客户有任何不适或者疼痛，应建议其咨询医生。
- 未获取营养师职业资格或未经过专业营养培训的前提下，不应给客户制订营养计划。
- 未获取理疗或按摩师资质及未经过专业按摩培训的前提下，不应为客户提供理疗及按摩服务。
- 未获取心理咨询师资质，不应为客户提供心理咨询和治疗。
- 坚持学习，不断提高自己专业水平。



二、隐私保护范畴

- 尊重客户隐私,未获得客户同意并且持有相关书面证明,不能在任何情况下透露客户的任何信息(协助司法调查除外)。
- 保护好未成年或没有自主行事能力客户的权益,对其应持有与成人客户同等的尊重。
- 保存和销毁客户记录时应保持谨慎态度,以免无意间造成客户隐私外泄。

三、法律伦理范畴

- 积极学习法律知识,并遵守法律法规。
- 对自己的行为负责,采取任何行动前,应考虑由此行为所引发的后果。
- 保证准确及真实地记录客户信息,不为客户提供任何虚假信息。
- 尊重版权及著作权。

四、商业实践范畴

- 如个人经营运动训练场馆,购买适当的责任保险。
- 进行广告宣传时,应实事求是,不应使用虚假广告。
- 与客户签订的任何协议或者传真件,至少应保留4年。
- 确保进行个人宣传的内容中不含有挑逗性语言或图片。
- 避免做出任何可能引发性骚扰纠纷的行为。

第二节 基本服务礼仪

导读: 教练工作隶属于服务业,作为从业者应该掌握从事服务工作所需具备的基本服务礼仪知识,以便提高服务水平并获取客户的认可,最终为个人及运动中心创造良好的服务口碑。

一、服务礼仪的定义

服务礼仪是人们在为他人提供服务过程中要遵循的礼节,它是一种约定俗成的行为规范,是服务活动中对人的仪容仪表和言谈举止的普遍要求。服务礼仪的核心是一种行为准则,是体现人与人之间的相互尊重。

二、仪容仪表

(一) 男教练

1. 发型发式

- 干净整洁,不宜过长,最短标准不建议剃光头。
- 前部头发不遮住自己的眉毛,侧部头发不盖住自己的耳朵,后部头发建议不超过衬衣领子上部。



- 不建议留过长、过厚的鬓角。

2. 面部修饰

- 剃须修面，保持清洁。
- 保持口气清新。

(二) 女教练

1. 发型发式

- 时尚得体，美观大方、符合身份。
- 发卡式样庄重大方。

2. 面部修饰

- 化妆要自然，力求化妆成“有却无”。
- 化妆要美化，不能化另类妆容。
- 化妆应避免公众场合。

三、言谈举止

1. 眼神

教练和客户有目光的交流，注视别人目光应友善，采用平视，必要的时候仰视，目光交流时间3~5秒，其他时间看嘴巴和眼部中间的位置。

2. 语言

讲普通话，热情正确地进行称呼。

3. 笑容

通过微笑把友善、热情表现出来，不卑不亢，落落大方，不能假笑、冷笑、怪笑、媚笑、窃笑。

4. 相互介绍礼仪

教练应站立，面带微笑，手心向上，四指并拢，指向被介绍的一方。特殊情况下年长者和女士可除外，可以不起立，微笑点头示意即可。遵循“尊者居后”的原则，具体顺序如下：

- 先把地位低者介绍给地位高者。
- 先把年轻者介绍给长者。
- 先把客人介绍给主人。
- 先把男士介绍给女士。
- 先把迟到者介绍给早到者。

5. 握手礼仪

- 握手次序：女士先伸手，男士才可握手；领导或长辈先伸手，下级或晚辈才可握手。
- 握手动作：客户伸手后，教练应迅速迎上去，但避免很多人互相交叉握手。男士手掌相握，女士食指位相握，避免上下过分地摇动。
- 握手禁忌：不能用左手，与异性握手不可用双手，不能戴墨镜、帽子、手套，不要在与人握手时递给客户冷冰冰的指尖，不在握手时长篇大论，或点头哈腰过分热情。

6. 互换名片礼仪

- 递名片：双手拿出自己的名片，将名片的方向调整到最适合客户观看的位置，不必提职务、头衔，只要把名字重复一下。顺序要先职务高后职务低，由近而远，圆桌上按顺时针方向开始，再用敬



语“认识您真高兴”“请多指教”等。

- 接名片：双手接过客户的名片，要简单地看一下内容，轻声念出客户的名字，不要直接把名片放起不看，也不要长时间拿在手里不停摆弄，更不要在离开时把名片漏带，应将名片放在专用的名片夹，或放在其他不易折的地方。

7. 使用移动电话礼仪

教练在工作中应将电话设置为静音状态，来电后不应接听，更不能中途外出接听。

8. 电话接听礼仪

- 接听方法：声音清晰、亲切、悦耳，使用礼貌用语“您好”，不允许接电话以“喂，喂”或者一张嘴就说“你找谁呀”“你是谁呀”“有什么事儿啊”等不客气的语气接听。
- 微笑接听电话：声音可以把你的表情传递给客户，笑是可以通过声音来感觉到的。
- 清晰明朗的声音：
 - 打电话过程中不可以吸烟、吃零食、打哈欠，如果你弯着腰靠在椅子上，客户也能听出你的声音是懒散的、无精打采的。
 - 通话中不可以与别人闲聊，不要让客户感到他在教练心中无足轻重。
 - 给予任何人同等的待遇，一视同仁，不卑不亢。
- 接听错拨的电话：
 - 要保持风度，切勿发脾气，耍态度。
 - 确认客户打错电话，应先自报家门，然后告知电话打错了。
 - 如果客户道了歉，不要忘了说“没关系”，不要教训或抱怨客户。
- 迅速准确接听电话：
 - 在听到电话响时，如果附近没有人，应该以最快的速度接听。
 - 电话最好在响三声之内接听，长时间让客户等候是很不礼貌的行为。
 - 如果电话是在响了五声后才接起，请别忘记先向客户道歉“不好意思，让您久等了”。
- 认真做好电话记录：
 - 电话记录牢记“5W1H原则”：when（何时），who（何人来电），where（事件地点），（what）何事，why（为什么），how（如何做）。
 - 不要抱怨接到的任何电话，哪怕与己无关，做好记录是对他人的尊重，对工作的负责。
 - 永远不要对打来的电话回复“我不知道！”。

9. 挂断电话的礼仪

- 通电话时，如果自己正在开会、会客，不宜长谈，或另有电话打进来，需要中止通话时，应说明原因，告之客户“一有空，我马上打电话给您”，免得让客户认为我方厚此薄彼。
- 中止电话时应恭候客户先放下电话。一般下级要等上级先挂电话，晚辈要等长辈先挂电话，被叫等主叫先挂电话，不可只管自己讲完就挂断电话，那是一种非常没有礼貌的表现。
- 如遇上不识相的人打起电话没完没了，不宜说“你说完了没有？我还有事呢”，最好委婉、含蓄，不要让客户难堪，应讲“好吧，我不再占用您宝贵的时间了”“真不希望就此道别，不过以后希望有机会与您联络”。

10. 电梯礼仪

- 不要同时按上下行键。



- 不要堵在电梯口，让出通道。
- 遵循先下后上的原则。
- 先进入电梯的人，应主动按住按钮，防止电梯夹人，帮助不便按键的人按键，或者轻声请别人帮助按键。
- 按键是晚辈或下属的工作，电梯中也有上位，越靠内侧是越尊贵的位置。
- 电梯中绝对不可以抽烟。
- 尽量避免交谈，除非电梯中只有你们两个人。
- 人多时不要在电梯中甩头发，以免刮到人脸。

11. 办公场所礼仪

- 礼貌用语。
- 不大声喧哗，不扎堆聊天，不怪笑，不随便称呼别人外号，言行得体，精神要饱满，有朝气。
- 勤洗澡，勤理发，面容清洁，牙齿洁净。
- 勤洗手，勤剪指甲，指甲内无污垢。
- 工作前不吸烟、不饮酒，不食用刺激性味道的食物，避免有异味。

12. 交谈礼仪

- 保持合适交谈距离：私人距离（ $< 0.5\text{m}$ ）、常规距离（ $0.5\sim 1.5\text{m}$ ）、礼仪距离（ $1.6\sim 3.5\text{m}$ ）、公共距离（ $> 3.5\text{m}$ ）。
- 交谈内容禁忌：
 - 不非议国家和政府。
 - 不涉及国家秘密和行业机密。
 - 不涉及交往对象的内政。
 - 不背后议论领导、同事等。
 - 不谈格调不高的话题。
 - 不涉及私人问题（收入、年龄、婚姻、健康状况、个人经历等）。
- 宜进行交谈的话题：
 - 谈论或提问客户擅长的话题。
 - 公共话题，如哲学、历史、地理、艺术、建筑、风土人情等。
 - 轻松愉快的话题，如电影、电视、体育比赛、流行时尚、烹饪小吃、天气状况等。
- 保持良好的身体姿势：
 - 站姿：抬头，目视前方，挺胸直腰，肩平，双臂自然下垂，双脚分开比肩略窄，双手自然置于身侧。
 - 坐姿：入座时要轻，双膝自然并拢，男性可略分开，身体稍向前倾，表示尊重和谦虚。
 - 走姿：以端正的站立姿态为基础，以大关节带动小关节，排除多余的肌紧张，要走得轻巧、自如、稳健、大方。



第三节 职业教练日常行为规范

导读：作为专业人员，教练应时刻注意自己的言行举止是否会有损到个人的专业形象，因此必须了解一些维持个人专业形象的基本方法及行为准则，遵循以下行为规范将有助于教练维持及不断提高个人的专业形象及水准。

- 工作前严禁饮酒。
- 在工作区域内不得倚靠器械、吃东西。
- 注意个人卫生及形象，禁止在工作时吸烟、嚼口香糖。
- 使用文明用语，对所有客户、同事都要面带微笑，主动打招呼。
- 不得贬低同行，不得背后议论客户。
- 无特殊情况，不得更改与客户约好的上课时间。
- 应提前做好上课前的各项准备。
- 严禁在上课过程中接打电话和收发短信。
- 上课过程中与客户身体接触应适当得体，不得有任何骑跨客户身体的动作。
- 上课过程中禁止倚靠器械。

第四节 主要服务环节服务规范

导读：训练指导、体适能检测、课程执行等环节是教练日常工作的主要服务环节，在这些关键环节中表现出的服务水准将直接影响到客户的体验及教练的口碑。掌握这些环节中的服务技巧，将使客户最大程度感受到教练的专业水平，并由此树立起良好的口碑。

一、抗阻训练指导讲解规范

- 介绍训练目标肌肉、训练目的、动作名称、器械名称。
- 进行完整动作示范。
- 进行动作要点讲解（身体位置、身体姿态与稳定、动作轨迹、动作幅度及安全提示、动作速度、动作呼吸）。
- 讲解器械调节办法，辅助客户进行器械调节。
- 观察客户操作，纠正客户动作。
- 总结问题，提醒客户注意。

二、抗阻训练帮助与保护规范

- 为客户提供保护前，应充分与客户沟通，使客户明确教练意图。
- 如与客户有身体接触，需事先征得客户同意。



- 教练应确保客户举起的重量在自己保护能力范围内。
- 进行保护时教练应尽量靠近客户，同时注意自己维持良好身体姿态及稳定，不要弯腰弓背。
- 进行杠铃保护时应采用正反握方式进行保护。
- 进行哑铃保护时，保护部位应接近练习者的腕部。
- 杠铃深蹲保护时，教练应确保自己身高比被保护者高。如身高不够，可考虑使用双人保护法。

三、伸展训练指导讲解规范

- 介绍伸展的目的和目标肌肉。
- 伸展前需征得客户同意（仅针对被动及 PNF 伸展）。
- 讲解伸展动作要点。
- 强调静力性伸展。
- 强调伸展时间。
- 强调伸展时呼吸方式。
- 被动伸展询问客户感觉。
- PNF 伸展则需说明静力性收缩时间、放松时间、被动拉伸时间。

四、有氧训练指导讲解规范

- 介绍训练使用的器材、训练的目的。
- 介绍训练时躯干的技术动作。
- 介绍训练时下肢的技术动作。
- 介绍训练时上肢的技术动作。
- 介绍训练时的安全注意事项。

五、陌生客户指导服务规范（首次运动）

- 礼貌向客户问好，询问客户称呼，进行自我介绍。
- 向客户介绍体适能检测等注意事项。
- 建议新客户进行较为缓和的有氧运动。
- 教会客户椭圆机或磁控单车使用方式。
- 提醒客户及时检测，礼貌向客户道别。

六、陌生客户指导服务规范（非首次运动）

- 礼貌向客户问好，询问客户称呼，进行自我介绍。
- 询问客户是否进行了体适能检测。
- 若客户未进行体适能检测，教练需询问未检测的原因，并记录客户姓名、卡号等信息。
- 若客户已进行了体适能检测，教练则询问客户训练目标、训练持续时间及对目前训练效果的满意程度。若客户表示不满，则预约客户进行一次教练咨询服务。若客户表示满意，则告知非常愿意为他服务，如果有训练问题可以帮其解决，然后礼貌道别。
- 对未进行体适能检测的客户，建议其先进行有氧运动，并告知客户将被预约进行体适能检测，请客户做好准备。



- 教会客户椭圆机/磁控单车使用方式，如客户还有其他要求，则选1~2个无氧器材教会客户使用。
- 提醒客户准备接受检测，礼貌向客户道别。
- 将未检测的客户信息填写在工作日志上，并在每日例会上报告主管，以便重新安排体能检测。

七、客户错误使用器材指导规范

- 选择客户能看到的位置，站立等待客户完成。
- 礼貌向客户问好，询问客户称呼，进行自我介绍。
- 询问客户是否知道所用器材的用途及是否有人指导过。
- 若客户表示无人指导过，教练则礼貌告知客户有一种更好的训练方式可以更有效地训练，在征得客户同意的情况下，进行器械指导流程。
- 若客户表示有人指导过，教练则确认客户是否记得清楚，客户如果表示记得无误，则告知客户还有另外一种方法也可进行训练，问其是否愿意学习，在征得客户同意的情况下，进行器械指导流程，然后在例会上提出该问题进行规范。
- 教完器材后则应根据客户的情况（首次运动或非首次运动），进入相应的指导流程。

八、熟悉客户指导规范

- 礼貌呼出客户称谓，进行问候。
- 询问客户当天训练状况如何，以及最近一段时间的训练成果。
- 若客户对成果表示不满，则可预约一次教练咨询课程，同客户一起查找原因，并提供运动规划。
- 遇到进行大重量训练的客户，教练应在动作间歇时主动上前询问其是否需要保护及帮助。
- 若客户表示有需要，则为其提供保护，但应以一组为限。若客户表示不需要，则告知其很愿意为他进行服务，如有需要可直接提出，然后礼貌道别。

九、场地巡视服务规范

- 在进行场地巡视过程中，教练应保持较为平缓的步速行进。
- 巡视过程中，教练应保持良好的姿态。
- 时刻注意场地上客户的训练情况。
- 与客户有目光接触时，教练应面带微笑与其打招呼。
- 发现客户不会使用或错误使用器械时，教练应根据相应器械教学指导规范进行教学。
- 场地巡视过程中，教练不应出现与其他教练或熟悉客户长时间攀谈、把玩手机、观看电视的情况。

十、运动咨询解答规范

- 用尽可能简单的语言解释引起问题的原因。
- 告知客户解决问题的办法，并用实例来证明自己观点的正确性。
- 若客户提出与训练效果相关的疑问，教练可预约客户进行一次教练咨询，帮助其更详细地找到原因及应对办法。
- 确定预约时间后，感谢客户的信任，礼貌道别。
- 若客户提出的问题自己无法解答或不确定，教练则礼貌告知客户以前没有遇到过类似的问题，暂时无法解答，但可以在查找资料后为其解答，并告知客户解答的时间。
- 按约定时间解答客户疑问，并对客户表示感谢。



十一、体适能预约规范

- 得到新客户资料后，教练需在两日内与客户取得联系。
- 有预留方便接听时间的客户，教练则应在客户方便接听时间进行联络。若无预留的，则应选择在下及傍晚时段进行联络。
- 拨通电话主动向客户表明身份，并询问客户接听电话是否方便。若客户表示不方便接听，教练则询问其方便接听的时间，然后礼貌挂机，等待时间到后进行二次预约。
- 若客户表示方便接听，告知客户为确保训练更有针对性及安全性，特别为客户安排了一次体适能检测，询问客户什么时间方便进行检测。
- 当客户确定检测时间后，教练则应告知其检测前的各项注意事项。若客户表示最近无法进行检测，教练则应询问客户方便接受检测的时间，以备二次预约。
- 客户检测当天，教练应再次致电客户按时赴约进行检测，并再次将检测注意事项提醒客户。
- 若客户没有按时赴约，教练则应电话询问未能赴约的原因及确定二次预约的时间。

十二、体适能检测前服务规范

- 客户到来前，教练需将各项检测用品准备齐全及检查检测设备的运转是否良好，并在客户来临前 10 分钟到达检测场地恭候客户到来。
- 客户到来后，教练热情与客户进行招呼，介绍自己及测试的主要项目。
- 教练取出健康问卷调查表，逐项为客户解释，并让客户进行回答。
- 若客户回答全部为“否”，教练在“可以进行训练”处做标记，并请客户签字确认，然后进行检测。
- 若客户回答中有一项为“是”，教练在“需要咨询医生”处做标记，并礼貌告知客户从客户个人安全的角度出发，建议客户先咨询医生，在获得医生许可后再进行运动。

十三、体适能检测执行规范

- 每项检测开始前，教练向客户简短介绍检测项目的名称及作用。
- 为客户讲解检测时的要点，遇到复杂动作的检测时，教练还需配合示范进行讲解。
- 进行检测过程中，教练应依据实际情况给予客户适当反馈（提示或鼓励等）。
- 检测结束后，教练为客户展示检测结果，并告知其准备进入下一项检测。
- 若客户询问检测结果优劣，如果有确定把握的结果，教练可以直接告知客户；若无确定把握，教练应告知客户在检测后会有报告进行统一评价。

十四、体适能报告解说规范

- 客户检测完成后，教练请客户稍事休息，告知客户将为其分析刚才的测试结果。
- 教练首先应清楚地告诉客户其所处的参考年龄段及评价的分级情况（优秀、良好、一般、需要努力）。
- 教练向客户解说报告每项内容对应的检测项目。
- 教练告诉客户其本人目前各项检测数据所在的范围，以及这些数据对其生活和健康方面的影响，同时若能进一步结合客户的一些主观体验，将有效提高客户参与运动的迫切性。
- 教练告知客户为了能够更好地帮助其进行个人健身规划，接下来需要一个教练咨询程序，以帮助教练更好地了解客户情况，从而使健身计划更有针对性。
- 教练询问客户意见，若客户表示无异议，则进入教练咨询流程。若客户表示时间有限，则于客户



重新约定教练咨询的时间。

十五、教练咨询规范

- 体适能报告解说完毕后，若客户表示可以进行咨询，教练则邀请客户离开体适能检测室，进入教练咨询室（或洽谈区）。
- 教练在此环节主要对客户的其他主观信息进行问卷调查，具体可参考体适能检测篇提供的各类问卷。
- 根据客户的回答完成表格后，教练告知客户，将根据咨询的情况结合体适能检测的各项数据，为他准备一个较有针对性的健身规划，并与客户约定一个健身规划解说的时间。
- 询问客户感受，若其仍想锻炼，教练则引导客户进行一个较为缓和的有氧运动即可。若客户表示不想锻炼，教练则提醒其注意休息，并按时赴约健身规划的解说时间，最后礼貌与客户道别。

十六、运动计划解说规范

- 介绍客户体适能水平现状。
- 为客户介绍训练阶段及各阶段的训练目标。
- 为客户介绍每项训练的概括性的安排方法。
- 为客户介绍每项训练内容的意义，及对实现客户健身目标的意义。
- 询问客户对计划的意见。
- 征求客户课程报名意见。

十七、常规教练课程执行规范

- 教练课前电话联系客户，提醒客户上课时间及所需准备的各种事项。
- 教练整理好课程所需的各项器材及材料，提前 5 分钟于前台恭候客户到来。
- 如果客户爽约，教练应致电客户并问明爽约的原因，并确定下次训练时间。如果客户按时到达，教练应询问其身体状况是否适合运动，如其表示可以，则按正常顺序执行课程。
- 进行课程之前，教练应明确介绍本节课程的内容及注意事项。
- 课程进行过程中，教练应认真观察客户的反应及不断询问客户的感受。
- 课程结束后，教练应提示客户可能出现的肌肉酸痛等现象及产生原因和解决办法，让其心中有数。
- 课后第二天，教练应电话回访客户，询问其训练后反应，并与其约定第二节课时间。

十八、教练客户回访规范

- 私人教练应于课后第二天对客户进行电话回访工作。
- 拨通电话后，教练应首先询问客户接听电话是否方便。若客户方便，教练则说明用意并展开回访工作；若客户暂时不方便接听，教练则应与客户确定方便的时间后，礼貌道别，准备二次回访。
- 回访的主要内容应包括客户在训练过后的生理反应，特别是目标训练部位及整体感觉。若客户出现延迟性肌肉酸痛的症状，则建议其不必担心，并进行适当的按摩及温水热敷，可缓解酸痛的症状。
- 交流结束后，教练应与客户确定下次训练的时间。
- 教练应在客户生日前、生日当天及生病后及时通过电话进行问候。
- 若客户出现训练时间间隔一周以上的情况，教练应及时致电客户进行询问，并确定相应措施。



十九、教练体验课执行规范

- 课程执行同“常规教练课程执行流程”。
- 课程结束后，教练应请客户至教练洽谈区再次向客户展示针对其个人的运动规划，并着重与客户讨论其上课时的感受及这些感受与其目标实现之间的联系，以期能够促成客户报名课程。
- 若客户没有报名，教练课后隔天应电话回访客户，询问其训练后反应。

二十、教练体验课回访规范

- 若客户经过体验课后仍未报名教练课程，教练则应过渡到体验课回访流程。
- 通常在体验课后第二天对客户进行电话或场地回访，着重询问其训练感受，并向其解释原因，以及未来的运动规划。
- 体验课后一周，若客户仍未报名教练课程，教练则对其继续进行回访，着重询问客户最近一周来的训练情况及进展，若效果不理想则与其一同查找原因，并提出解决方案。
- 体验课后 14 天，若客户仍未报名教练课程，教练则对其继续进行回访，着重询问客户最近半月来的训练情况及进展，若效果不理想则与其一同查找原因，并提出解决方案。
- 体验课后 30 天，若客户仍未报名教练课程，教练则对其继续进行回访，着重询问客户最近一个月来的训练情况及进展，若效果不理想则与其一同查找原因，并提出解决方案。
- 体验课后 3 个月，若客户仍未报名教练课程，则由运动中心统一对客户二次分配，安排其他教练为客户进行二次体测。

第五节 职业教练的自我管理

导读：除在日常工作中始终秉承良好的职业道德及遵循日常工作的行为规范外，教练想要使职业生涯得到良好的发展还应做好自我管理，具体而言应至少做好目标管理、时间管理及客户服务标准管理等三方面的管理工作，以下则是三方面管理工作的具体执行方法。

一、正确设定目标开启成功之门

在设置了富有挑战性的目标后，人们会更加谨慎、认真及富有创造性地思考如何去实现目标。想要获得事业的成功，教练需要为自己设定一系列可执行的目标，并为最终实现这些目标采取行动。

（一）目标设定的原则

1. 目标需要具体化

在设定目标时需尽可能地将目标具体化，“赚 10 万元/年”与“尽量多赚钱”相比，前者更加具体化，也更容易转化为实际行动。

2. 目标应具有挑战性

在进行目标设定时应将目标设定得具有一定挑战性，这样能够激发个人的潜能，同时一旦目标实现后对于个人的自信心提升具有更好的作用，但教练也应注意不能将目标设定得过于困难，否则将会使自己失去信心。



3. 目标应可量化

可量化的目标有助于提高测量行动实施的效果及更具实践性。

4. 设置积极性目标

设定的目标必须是自己想要去完成的目标，而不是那种自己想要消极回避的目标。

5. 设置合理的短期目标

为自己制定长期目标的同时应配合设置在最近的一周内能够实现的短期目标，以便增强个人的自信心。

6. 目标应始终与动机一致

与动机一致的目标能够最大限度地激励及鼓舞个人采取并坚持行动，但前提是教练应首先明确自己工作的动机是什么。

（二）目标设定的具体方法

在认真回答下列问题后，教练将能清晰地了解自己的个人工作目标是什么，以及该如何去完成这些目标。

- 您今年的年收入目标是多少？
- 为实现这个目标您每月需要赚多少钱？
- 为实现每月赚到这些钱，您需要上多少节课？
- 您现在每月能上多少节课？离目标课程还有多少？
- 平均每位客户每月能上多少节课？
- 您还需要几位客户才能达到目标课程？
- 您每月的销售达成率是多少？
- 您还需要开发多少新客户才能完成您目标客户数？
- 您每月从体适能检测中能获得多少客户？
- 您还需要通过场地开发获得多少客户？
- 您每天需要拜访几位陌生客户？

二、良好时间管理快速获取成功

教练是一项计时收费的职业，因此管理和利用好时间是提高个人收益的重要方法之一。良好的时间管理还有助于压力水平的控制，对于提高个人的健康水平有良好的作用。

（一）评估时间的花费状况

将一天的时间分成 15 分钟的时间段，记录每 15 分钟所做的事情，经常回顾自己的日记，并注意每天花在每项活动上的时间，然后找出对自己目标实现毫无意义或意义不大的项目，逐步压缩此类项目的时间，以此使时间利用的效率最大化。

（二）采用要事优先原则处理事务

每日结束工作前或每天开始工作前，把即将要做的事务进行分类：第一类是既紧急又重要的事情，第二类是不紧急但是很重要的事情，第三类是看起来紧急但却并不重要的事情，第四类是既不重要又不紧急的事情。每个人每日应该优先去做第一类事情，然后花比较多的时间去做第二类事情，第三类事情则视具体情况，如手头没有重要事情则可顾及此类事情，第四类事情则应尽可能减少。



（三）花时间做好计划

投入一定的时间，将自己要从事的各项活动安排好。每天下班前将自己明天的时间安排罗列在自己的工作笔记上，每周末将下周的主要行程安排罗列在工作笔记上，每月末则将下月的主要行程安排罗列在工作笔记上。

（四）限制干扰

如果已经有了计划安排，那么教练需要留意自己每日的计划落实情况。如果经常无法按计划进行，应仔细分析干扰实施计划的原因，以后的计划安排中，应该为每天可能受到的干扰安排时间。另外，要采取一定的方法将干扰限制在最低的水平。

（五）一次性完成任务

能够一次性完成的任务不要拖沓，拖沓将带来效率的下降，从而浪费时间。

（六）适当委托别人代劳

可能的话，委托别人做一些不需要亲自做的事，并避免做其他人委托的琐事，这并不意味着你利用别人帮自己干活或你不肯帮助别人。实际上，这意味着对别人委托给你做的事情要加以选择。换句话说，当你时间不够或负担过重时，要毫不犹豫地寻求别人的帮助；当你有时间时，别人向你求援，你也不应拒绝。

三、优质客户服务长期维系成功

判断教练事业成功与否的标准并不是看其在一段时间内创造了多少利润，而是看他最终能够留住多少客户。短期的利润虽然能够让您的事业暂时性的辉煌，但却无法让其长期维系。相反，随着客户资源的不断增多，教练将慢慢从众多的客户资源当中获得长久及更丰厚的利润。教练留住客户最根本的方法就是为客户提供优质的客户服务，通过优质服务让客户始终感受到其获取的价值远大于其付出的成本（金钱、时间、体力等）。

（一）提供优质客户服务的方法

服务本身是无止境的，因此关于优质服务标准及方法也在不断地发生改变，本书所介绍的服务方法着重于教练日常工作的操作层面，通过在日常工作中实施以下服务方法，教练将能够为客户提供目前行业领先的服务体验，从而最大限度地保有客户。

1. 建立客户资料库

服务就是满足顾客的需要，而优质服务通常被认为是既能满足客户的实际需求（减肥、增肌、保持健康等），又能满足客户的情感需求（受尊重、受欢迎的感觉等）。无论是要满足客户的何种需求，根本前提是知道客户的需求是什么，而了解客户需求的前提就是为客户建立详尽的档案资料。通过反复对客户资料进行分析与研究，教练将能够全面了解客户需求，从而为满足客户需求创造实现的前提。

2. 客户资料整理的主要内容

教练每天应该拿出固定时间进行客户资料的维护，这项看似简单的事情对您的事业成功将大有帮助，具体而言教练应该做好以下内容的整理。（表 1-1）

3. 客户资料的保管

一旦为客户建立了档案资料，教练应认真妥善保管这些资料，避免因为这些资料外泄而为客户及自己带来安全隐患。（附件 1）



表 1-1 客户资料整理表

类别	详细内容
基本资料	客户的姓名、性别、年龄、联系电话、通信地址、兴趣爱好、工作性质、生活习惯等
体测资料	健康问卷、膳食记录表、体适能检测记录表、姿态评估记录表、客户训练前后的照片等
训练资料	训练规划表、年度训练计划、月度训练计划、每课的训练记录等
交易资料	客户的购买协议、客户购买的课时、已消耗的课时、剩余的课时、客户最近课程的使用情况、续课的次数、转介客户的次数、持续购买课程的时间等

（二）确立服务内容及标准

教练应整理并参照行业发展状况定期修订自己的服务内容及标准，以便使自己的服务水平始终维持在行业的领先水平，从而实现长久保有客户的目的。

教练课程训练服务内容及标准建议：教练课程训练服务的根本出发点是使客户在最安全的前提下获得最佳的训练体验及运动效果，由此出发制定以下服务内容及标准。所有使用该系统的教练应保证至少为客户提供以下标准的一对一训练服务内容，以使客户获得最佳运动体验。（表 1-2）

表 1-2 教练课程训练服务内容及标准

服务类别	服务内容	服务标准
基本服务	体适能评估 (主观、客观评估)	每训练阶段 1 次，如训练阶段长于 3 个月，则每 3 个月 1 次
	运动计划安排	训练规划 1 份 年度训练规划、月度训练规划 1 份 每堂训练课的训练记录表（依购买课程数量）
	一对一运动指导课程	60 分钟 / 堂
	课程预约及回访	每堂训练课前一天与训练课后一天，电话或短信
	生日祝福	客户生日前或生日当天，短信或电话、e-mail
	节庆问候	各种节庆前或当天，短信或电话、e-mail
附加服务	健康资讯	每月 1 次，邮件或纸质版
	生活习惯调查	每训练阶段 1 次，如训练阶段长于 3 个月，则每 3 个月 1 次
	膳食习惯调查及膳食建议	每训练阶段 1 次，如训练阶段长于 3 个月，则每 3 个月 1 次
	膳食记录分析	每堂训练课 1 次（仅针对减肥、增肌人群）

（三）始终秉承服务客户的态度

服务是一项永无止境的事业，想要始终保持领先的服务水平，教练需要秉承以下态度来开展工作。

- 无论何时都表现出积极与高水平的专业态度。
- 客户提出问题，教练需要永远保持耐心，认真对待并解决问题。
- 时刻注意自己的言行，确保任何言行都符合教练的专业身份，都不会给客户带来不适。
- 抓住和创造任何能够增进教练与客户之间专业关系的机会。
- 教练需积极接受客户的抱怨，并以最快的速度为其解决问题。



第六节 职业教练的发展路径

导读：了解存在的职业发展路径，有助于教练更好地规划个人的职业发展方向，并提前做好相关准备工作，从而获取更好的人生发展前景。对于教练而言，目前存在的职业发展路径大体可以归纳为两个发展方向：朝着专业化方向发展，朝着管理型方向发展。以下则是两个发展方向的具体发展路径及职业教练应做好的相关准备工作。

一、专业化方向

所谓专业化方向是指教练应进一步拓展及深化运动专业相关知识，从而使自己能够切入到那些对于专业化训练指导要求更高的细分领域。目前来看有两个细分领域是教练通过自己的不断努力得以切入的。一个领域是为高水平职业运动员提供专业的体能训练指导，即成为体能训练专家。这个领域对于教练所需掌握体能训练知识与技能要求较高，需要教练在竞技体能相关知识与技能的学习方面投入精力进行准备。另一个领域是为高水平运动员或有特殊运动防护需求的普通人提供运动损伤防护服务，即成为运动防护师。这个领域对教练所需掌握的运动医学及运动损伤防护的相关知识要求较高，需要教练在运动医学及运动损伤防护的学习方面投入精力进行准备。

二、管理型方向

除了专业化的路径之外，教练还可选择管理型方向作为自己的职业发展路径，即向着更加专业的管理型人才转型。通常这个方向的发展路径是从转型成运动中心教练部门的经理开始的，进而慢慢地转型成运动中心的综合管理者，即运动中心总经理。这个路径的终点是成为通用型职业经理人（各类企业管理均能适用）或是成为运动中心的投资人或管理合伙人。选择该发展路径的教练则需要不断地储备和拓展自己在管理方面的专业知识，从而满足职业转换对个人的素养的要求。

总结

良好的职业道德是确保教练职业生涯顺利发展的前提。良好的服务礼仪能使客户在接受运动指导服务过程中最大限度地感受到尊重，并使客户能够更好地尊重教练。牢记并遵循教练的日常行为规范，将最大限度地确保教练的职业形象。注重运动指导、体适能检测、教练课程执行等环节的服务技巧，将为教练带来良好的职业口碑。正确设定目标、合理管理好时间，以及注重客户服务是教练长期维持成功的秘诀。



附件 1

客户档案

基本资料							
姓名		卡号		性别		(照片)	
职业		出生日期		年龄			
联系电话	手机			宅电			
	方便接听时段						
电子邮件							
联系地址							
是否续课		报名课时		课程期限			
课程推荐人				推荐朋友			

基本资料	
计划开始	计划结束
训练前照片	训练后照片