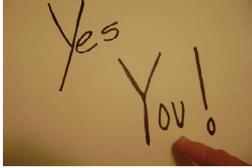




**SECTORFITNESS**  
EUROPEAN ACADEMY

### Cómo convertirse en un Entrenador Personal referente



Vicente Javaloyes

### Presentación

Vicente Javaloyes 4.6

[vjavaloyes@deporteocio.eu](mailto:vjavaloyes@deporteocio.eu)



[es.linkedin.com/in/vjavaloyes/](https://es.linkedin.com/in/vjavaloyes/)



<https://www.facebook.com/vicente.javaloyessanchis>



vicente.javaloyes



@javaloyesv



LinkedIn | Tipo de cuenta: básica | Actualizar cuenta

Inicio Perfil Contactos Grupos Empleo Buzón Empresas Más

Behaviour & Safety - Prepare for Offroad Behaviour & Safety with Sus

**Vicente Javaloyes Sanchis** en  
 Profesor en INEFC Lleida  
 Reus y alrededores, España · Deportes

Publicar una actualización

Actual **Socio en TotalFit Centro de Bienestar** en  
**Gerente en Deportes y Ocio SL** en  
**Profesor en INEFC Lleida** en  
 • **Añadió un puesto de trabajo actual**

Anterior **Manager en Lanafour Sport Management**  
**Gerente en Fundación Deporte Madrid**  
**Gerente en Asociación Almería 2005**

Educación **Universidad Lleida**  
**Universidad Complutense Madrid**

Recomendaciones **1 recomendación** en  
**500+** contactos

Contactos **500+** contactos en  
**Sitio web personal** en  
**Centro Empleo Deportes** en  
**Twitter** en  
 • **Añadió una cuenta de Twitter**

Perfil público <http://es.linkedin.com/pub/vicente-javaloyes-sanchis/2a/1b/3579> en

Compartir PDF Imprimir

**Vicente Javaloyes**  
 @javaloyesv  
 Profesor INEFC Lleida, Gestión Deportes, Marketing, Dirección Operativa, Strength, Gerente Deportes y Ocio, Facilitador y creador de proyectos

Nos presentamos!!!



Motivaciones ?

Expectativas ?

Objetivos ?

¿Qué diferencia a un entrenador personal de otro?

¿Cuándo un entrenador personal el bueno?

¿Cómo un entrenador personal puede llegar a cobrar 150 euros/sesión?



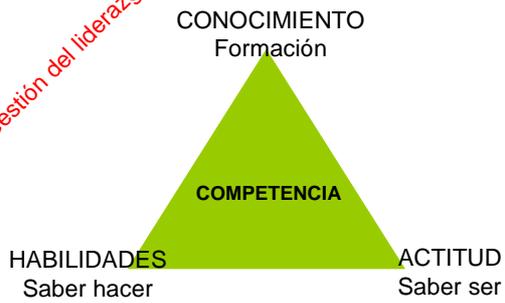
¿QUE PREGUNTA LE PREGUNTO? PRESENTE, PERO NO ME QUIERAN CONTRATAR POR NO TENER EXPERIENCIA.

¿Y COMO ESSEAN QUE TENGAN EXPERIENCIA SI NO MAS DAN EL TRABAJO?

“El expediente académico no sirve para nada”, asegura el responsable de RRHH de Google



Gestión del liderazgo



### Ejercicio

Fortalezas	Oportunidades
-Escribe algo en lo que eres bueno@ y te gusta hacer. -Haz una lista de los diez mejores cumplidos que has recibido. -Escribe lo que tu jefe, clientes, novi@, familia o colegas suelen destacar de ti.	-Identifica cinco oportunidades que puedes aprovechar. -Busca necesidades no cubiertas en tu entorno (o empresa).
Debilidades	Amenazas
-Escribe aquello en lo que eres malísim@ y odias hacer. -Haz una lista de aquello por lo que tu jefe, novi@, familia o amigos te critican.	-Identifica las cinco amenazas (personas o circunstancias) para tu proyecto futuro. -Haz una lista de las influencias negativas que te alejan de tus objetivos. -Escribe aquello (real o imaginario) que a nivel profesional te quita el sueño.

### DAFO de nuestro mercado laboral

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Qué puntos fuertes tenemos para diferenciamos del resto de competidores	Qué aspectos externos nos son favorables para situarnos en el mercado laboral
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Qué aspectos internos relacionados con mi perfil profesional me son desfavorables en el mercado laboral frente a otros competidores	Qué factores externos ponen en peligro nuestra posición como candidatos en el mercado laboral

### Objetivo

#### Análisis CAME:

- Corregir las Debilidades
- Afrontar las Amenazas
- Mantener las fortalezas
- Explotar las oportunidades

### Cómo?

### ¿SUEÑOS?

¿Recuperar?

¿Juventud?

OBJETIVOS

¿Rendimiento?



¿Belleza?

Entrevista Inicial  
**INFORME**

¿Fuerza?

¿Salud?

EMOCIONES

### Clave del Éxito



**La Ventaja Competitiva** pasa por Posicionar la Estrategia de la Unidad de Negocio en la siguiente matriz:



SERVICIOS PREMIUM



VALOR AÑADIDO

JOSE VIDAL  
HEALTH STUDIO



Diferenciación e innovación



LA OPCIÓN PREFERENTE

Diferenciación      Especialización



Beneficio Singular Percibido  
Distinción Vendible

Me siento como un mosquito en una playa nudista, se lo que quiero pero no por dónde empezar!!





¿Cuál es tu objetivo profesional?

“VISIÓN es el arte de ver las cosas invisibles”



Buscar trabajo, mejorar en nuestro trabajo.....

.....es en sí un TRABAJO



Los **objetivos** deben cumplir el acrónimo META

<b>M</b>	<b>Medible</b>	Permite saber dónde estamos
<b>E</b>	<b>Específico</b>	Claros y concisos
<b>T</b>	<b>Tiempo</b>	Una fecha de inicio y una de final
<b>A</b>	<b>Asequible</b>	Alcanzable y retador

**Establece objetivo parciales!!!**



## LA PERSONA

PROFESIÓN

CONTENIDO

POSICIÓN

PROMOCIÓN

PÚBLICO

### Empresas Orientadas al Cliente o Consumidor (EOC)

Esta visión se basa en:

- Encuentra deseos y no pares hasta satisfacerlos.
- Haz lo que se venderá en lugar de tratar de vender lo que haces.
- Ama al cliente y no al producto.
- El cliente es el dueño.
- Convertir el dinero de nuestros clientes en valor, calidad y satisfacción.
- El cliente es el centro de nuestras actividades y todo lo que realizamos lo hacemos pensando en él.



### Construir TU PROPIO Plan Personal de Marketing



Tu vida, es tu marca personal

“Quiérete como eres, pero no te conformes con ser lo que eres si puedes mejorar”

**Véndete**



## La marca personal

Es la manera de clarificar y comunicar aquello que nos hace **diferentes** y **especiales**, y de emplear esas cualidades para guiar nuestra carrera o tomar nuestras decisiones estratégicas

Se trata de comprender cuáles son los atributos **-fortalezas, habilidades, valores y pasiones-** que nos hacen **únicos** y de emplearlos para diferenciarnos de nuestros competidores y de nuestros iguales

La marca personal consiste en comunicar de modo claro la **promesa de valor** que ofrecemos a nuestra empresa o a nuestros clientes

Como yo me veo  
Como los demás me ven  
Como yo creo que los demás me ven

*Fue Tom Peters quien puso en marcha el movimiento del personal branding, a través de un artículo aparecido en la revista Fast Company titulado "The brand called you". Sus palabras, sin duda, aún suenan revolucionarias: "...cada uno de nosotros es el Director General de su propia empresa: YO, S.A. En el entorno laboral en el que nos ha tocado vivir, nuestro trabajo más importante es ser el principal vendedor de la marca que denominamos: YO, S.A." Para identificar su marca personal, Peters recomendaba a sus lectores que se preguntaran a sí mismos sobre aquello que los hacía diferentes al resto de la gente: "...quienes aspiran a tener marca deben preguntarse también cuales son sus principales fortalezas, sus rasgos más notables y aquello en lo que pueden aportar valor."*



En un entorno laboral cada vez más competitivo, los profesionales deben diferenciarse a los ojos del mercado. La diferenciación requiere conocer la propia propuesta de valor, analizar el mercado, posicionarse y emplear las estrategias más adecuadas para adquirir visibilidad y alinear reputación y objetivos.

## Somos el Packaging de nuestra marca

- La **VOZ**: el tono, el timbre y el volumen son una parte importante de la impresión que podemos causar. Hay que trabajarla!! Estar seguro de lo que se hace y dice, se **NOTA**

- Comunicación **VERBAL**: uso adecuado del lenguaje tanto escrito como hablado. Evita caer en recursos graciosos o vulgares

- Comunicación **NO VERBAL**: saber apoyar el mensaje con los gestos (las manos, la mirada, la postura)

- El **PORTE** y el **ATUENDO**: La imagen física, el vestuario, el olor...

## Si dejas marca eres marca





### Trabaja tu red de contactos

Acude a actividades y eventos para incrementar tu red de contactos profesionales y/o buscar oportunidades de negocio



### La agenda del Networker

1. Ten claro qué ofreces, a nivel personal y profesional
2. Define cuál es tu público objetivo y dónde localizarlo
3. Suscríbete a boletines de noticias sobre tus temas de interés
4. Lee y participa en blogs
5. Date de alta en grupos o foros online de los que puedas aprender
6. Lee la prensa diaria (especializada), aunque sea online
7. Visita las páginas webs de entidades vinculadas a tu interés profesional
8. Recoge toda la información referente a Congresos, Jornadas
9. Recomienda eventos a tus conocidos y pide que también cuenten contigo
10. Crea tus propios eventos de networking y difúndelos

### PÚBLICO OBJETIVO

Los que participan directamente en el logro de nuestros objetivos

Los que tienen capacidad para intermediar por nosotros

**Los que participan directamente en el logro de nuestros objetivos:** Pueden ser nuestros jefes directos, los de empresas en las que nos gustaría trabajar. También personas influyentes en determinados sectores o empresas.

**Los que tienen influencia:** Buscar intermediarios que nos ayuden a llegar a determinadas personas. PRESCRIPTORES (nuestros propios clientes, amigos...)

### Elabora una AGENDA de PERSONAS OBJETIVO

Persona	Cargo	Datos	Prescriptor Cargo	Estrategia a seguir	Fecha
José García	Director Club XX	Tfno. Email Página Web club	Lucas Pérez (amigo personal)	Provocar encuentro en un evento	Octubre 2013
Luis Gómez	Deportista	Tfno. Email	Manuel Llorens (cliente)	Entrevista. Sesión gratuita	Noviembre 2013

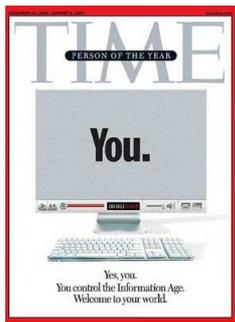
El **boca-oreja** funciona y siempre funcionará. Por eso la mejor tarjeta de presentación son tus propios clientes. Utiliza sus testimonios y referencias, muestra los objetivos que han alcanzado (el antes y el después). La satisfacción de un cliente es la vis atractiva de muchos más.



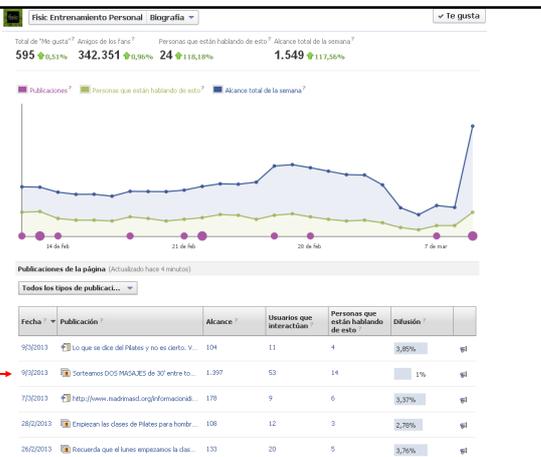
**No envidies, ADMIRA!!**

**Ejercicio: Profesionales de referencia**

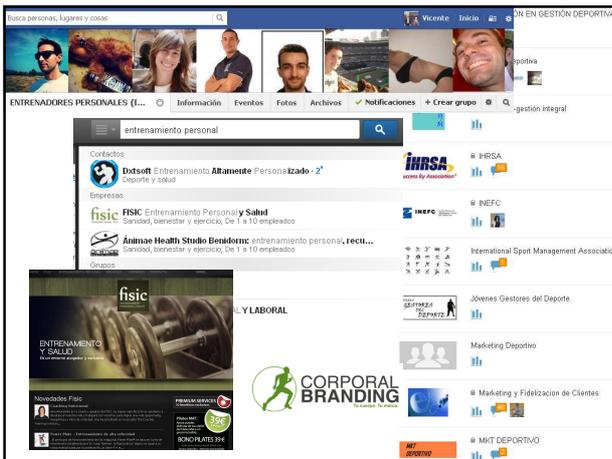
- ¿Qué tres profesionales de prestigio se te ocurren?
- ¿Qué crees que caracteriza su éxito?
- ¿Cómo lo han conseguido?
- ¿Qué les hace estar tan bien posicionados?
- ¿Qué los hace relevantes, fiables, visibles?
- ¿Tienen objetivos y atributos definidos?
- ¿Con qué asocias a esas personas?
- ¿Tienen una ventaja competitiva?



Si, Usted. Usted controla la era de la información. Bienvenido a su mundo



1. **Estar y participar.** Crear y/o participar en foros; crear eventos e invitar; recomendar artículos; recomendar personas y pedir recomendaciones; saber quién se ha interesado por nuestro perfil; ...
2. **Completar el perfil.** Manténlo actualizado.
3. **Localiza contactos.** Busca y selecciona los interesantes.
4. **Aceptar contactos.** ¿Todos?
5. **Selecciona grupos de debate.** Aprende e intercambia opiniones. Encuentra nuevas relaciones y haz networking. En ellos deberás, por este orden: observar, participar y crear debates nuevos.
6. **Mantén un trato personalizado y cordial.** No envíes mensajes generalistas, por tu nombre y apellidos.



“El currículum sólo habla de tu pasado”

Un CV adaptado para cada vacante

Debe llamar la atención, enseñar el potencial, incluso atraer o enamorar... pero nunca contarle todo

**Experiencia profesional:** destacar las funciones o logros conseguidos

Con el CV no te van a dar el trabajo. Ha de servir para **DESPERTAR** el **INTERÉS** de quien lo lee (que habrá leído decenas antes y leerá otros tantos después), lo suficiente para que levante el teléfono y te llame.

Un seleccionador dedica una media de 20-30 **SEGUNDOS** a cada CV. Y se leen como el periódico, ojeando **LOS TITULARES** y parándose en lo que **LLAME** la atención. Por lo tanto, no aburras, sé conciso y asegúrate de que lo más importante **SALTA** del papel a los ojos de quien lo está leyendo.

Mi CV debe mostrar **QUE ME CONOZCO**, que sé **QUÉ ME ILUSIONA**, **CUÁLES SON MIS OBJETIVOS**, que **CONOZCO MIS PUNTOS FUERTES**, lo que **TENGO DE ESPECIAL** y lo que **PUEDO APORTAR A LA EMPRESA**.

¿Qué quieren los demás de mí? ¿Qué necesitan los demás que yo les puedo dar? El seleccionador no busca títulos, busca a alguien que le **SOLUCIONE LOS PROBLEMAS**

Qué sé hacer y cómo logro convertir eso que sé hacer en **RESULTADOS**. Mis **LOGROS** concretos, con datos medibles

Aquello que me hace **ESPECIAL, ÚNICO**. No tengas miedo de dejar cosas fuera, no estás escribiendo tus memorias sino un documento de venta, de venta de **TU MARCA PERSONAL**.

Comenzar por un **RESUMEN EJECUTIVO** que deje claro **CUÁL ES MI VALOR AÑADIDO: MIS LOGROS, MIS PUNTOS FUERTES y MIS HABILIDADES**

### RESUMEN EJECUTIVO

“Profesional con excepcional dedicación a la satisfacción del cliente y agudo sentido comercial. Mi dedicación al trabajo bien hecho, atención al detalle, capacidad de organización y trabajo en equipo avalan el creciente éxito de mis lugares de trabajo. Comunicador, entusiasta, con gran iniciativa y habilidades de gestión de equipos.”

Me identifico con el personaje de "Lobo" de la película Pulp Fiction: aparezco en proyectos en fase de desarrollo o inviados y los pongo a funcionar. Soy un gran facilitador y catalizador de ideas de negocio en el ámbito de la gestión deportiva. Mi experiencia es la clave del desarrollo profesional de otras personas. Soy un sherpa: oriento y acompaño hacia tu meta.

#### Algunos de mis éxitos:

- Ser jugador profesional de balonmano
- Ganar la Candidatura de los Juegos Mediterráneos Almería 2005
- Creación y lanzamiento de multinacional de gestión deportiva
- Gestionar un complejo deportivo de nueva construcción
  - Hacer viable un Centro de Entrenamiento Personal
  - Montar mi propio centro fitness
- Diseñar e impartir workshops de desarrollo profesional
  - Ayudar a conseguir trabajo a muchas personas
  - Conseguir la insignia de oro de la RFEH

Es muy recomendable que el entrenador personal tenga redactada **su propia presentación** en la que transmita lo que sabe hacer y cómo trabaja para alcanzar los resultados. Señalando algunos logros concretos, con datos medibles. Por ejemplo la pérdida de peso de un cliente con fotos de la evolución y del trabajo que se está realizando.

- Contactar con el potencial cliente;
- Acordar una cita (lugar, día y hora), salvo que la persona acuda directamente a la instalación deportiva;
- Realizar una visita al centro deportivo y/o una sesión de prueba;
- Conocer los intereses, necesidades y objetivos que tiene la persona mediante preguntas tales como: ¿has tenido un entrenador personal con anterioridad? ¿Qué conseguiste? ¿Lo pasaste bien? ¿Por qué lo dejaste? ¿Qué te ha hecho interesarte por los servicios de entrenamiento personal? ¿Llevas tiempo pensando en contratar un entrenador? ¿Qué quieres conseguir? ¿En cuánto tiempo?;
- Sondar la receptividad a la compra (pruebas de cierre);
- Tratar las objeciones que nos planteen (servicio caro, innecesario, falta de tiempo o compromiso, desconfianza...);
- Cerrar la venta;
- Obtener referencias de amigos/familiares;
- Potenciar la venta cruzada: proponer otros servicios, tales como nutrición, fisioterapia, etc.;
- Seguimiento. trabajo de postventa.

No es necesario que hables de tu trabajo.  
Deja que tu trabajo hable por ti

Freddy J. Vera



**JAUME MILAN MARTORELL**

+34 622 311 038 | jaume.milan@gmail.com | [f](#) Jaume.milan | [in](#) /jaumemilan



**DATOS PERSONALES**

Nacido el 22/08/1988.  
C/ Serra del Montsec,  
Espígules del Ll. 08950  
Barcelona,  
Soltero,  
Licencia de 49cc.

**HABILIDADES**

- Buen jugador de equipo.
- Gestión y liderazgo.
- Adaptabilidad.
- Proactivo.

**Disponibilidad**

Es una persona con pasión por su trabajo, resolutivo siempre disponible, además de un buen jugador de equipo.

*José Ledesma Store Manager*

**Energía**

Es una persona dinámica, responsable y comprometida con la realización de sus funciones. Demuestra en todo momento su gran capacidad para trabajar en equipo, convirtiéndolo en un alto nivel de energía y pasión por su trabajo. Como un alto nivel de colaboración y solidaridad en los trabajos de actividades, aportando sus habilidades organizativas y orientadas a manejar la resolución de conflictos con un grado de alta exigencia.

*Rafael Parra Sports Director*

**Adaptabilidad**

Ha demostrado una gran adaptabilidad y capacidad de trabajo, como persona, que es importante para nosotros. La apertura de un nuevo club en una nueva ciudad, recibiendo clientes muestra que es un excelente comportamiento y compromiso.

*Pedro Pared Club Manager*

EXPERIENCIA	EDUCACIÓN	APTITUDES
<p><b>2012 EMPRESARIO/AUTONOMO</b> Locas Ideas Zaragoza y Barcelona</p> <p><b>2010 - 2011 STORE MANAGER</b> The North Face Zaragoza</p> <p><b>2009 - 2010 CONSULTOR COMERCIAL Y U.C.A</b> Virgin Active, Health Clubs Barcelona y Zaragoza</p> <p><b>2008 - 2009 MEMBERSHIP CONSULTANT Y S.T.A</b> Holmes Piece Clubs Barcelona</p> <p><b>2006 - 2008 SEGUNDO ENCARGADO</b> Mc. Quim, Barcelona</p> <p><b>2005 - 2006 DEPENDIENTE</b> Grupo Inditex, Barcelona</p>	<p><b>2005 - 2006</b> Técnico en Comercio y Marketing IESM Lluís Gürd Barcelona</p> <p><b>1999 - 2004 E.S.O</b> Escola Mare de Dei del Roser Barcelona</p> <p><b>CONOCIMIENTOS</b></p> <p><b>DISEÑO GRÁFICO</b> Nivel alto, Herramientas Adobe</p> <p><b>GESTIÓN BASES DE DATOS</b> Nivel alto, Excel, Access, etc...</p> <p><b>OFIMÁTICA Y HERRAMIENTAS</b> Nivel alto, Herramientas Office.</p> <p><b>SOCIAL MEDIA Y PÁGINAS WEB</b> Nivel Medio.</p> <p><b>IDIOMAS</b></p> <p><b>CATALÁN</b> Lengua Materna</p> <p><b>CASTELLANO</b> Lengua Materna</p> <p><b>INGLÉS</b> Competencia profesional completa</p>	<p>Buen miembro de equipo</p> <p><b>Capacidad de observación</b></p> <p>Dinámico y Entusiasta</p> <p><b>Capacidad de organización y persuasión</b></p> <p>Perserverante</p> <p><b>Emprendedor</b></p> <p>Creativo</p> <p><b>Capacidad de improvisación</b></p> <p>Buena intuición</p> <p><b>Resistente</b></p>


 Tengo el gusto de remitirte mi CV, con el objetivo de poder formar parte de su equipo. Y poder desarrollar mi carrera profesional en esta empresa.

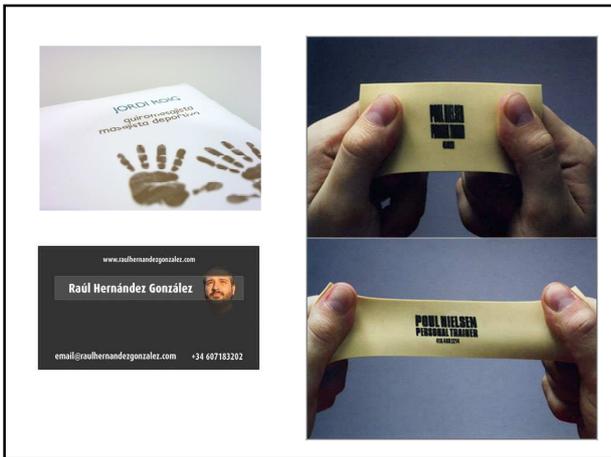
Me considero una persona proactiva, resolutiva y organizada, con muchas ganas de trabajar. Tengo mucha facilidad para aprender, además de apasionarme siempre al máximo en mi trabajo.

### Video CV

- No ser superior a dos minutos
- Elaborar un guión destacando los aspectos profesionales más interesantes
- Grabar correctamente la presentación (lugar, imagen, iluminación, sonido)
- Editar el vídeo, se pueden añadir leyendas, dibujos, gráficos
- Subirlo a un servidor Web e insertarlo en las ofertas de empleo de Internet para que lo puedan consultar
- No es una lectura del currículum vitae frente a una cámara de video o webcam

Te percibirán como una persona proactiva, flexible, creativa, comunicativa, segura de sí misma y con objetivos claros, Con capacidad de adaptación a la tecnología





- 1.- El tamaño importa:** Si, el tamaño importa. Más grande no es mejor. Más pequeño tampoco. Estándar es mejor (tarjetero) 9x5cm
- 2.- La forma es peligrosa:** ¿Experimentar? Hay que diferenciarse. Las formas diferentes pueden ser divertidas y notorias, pero asegúrate de que siguen respetando las reglas básicas: entran en los tarjeteros y se pueden manejar fácilmente.
- 3.- Los materiales te diferencian:** La idea es que tu tarjeta de visita sea de madera si eres carpintero o de metal si eres un artista que trabaja ese material...
- 4.- El estilo te identifica:** El estilo puede ser tan original como te parezca oportuno, pero tiene que mostrar al mundo cómo eres y lo tiene que hacer de una forma coherente.
- 5.- Sólo la información necesaria:** No te preocupes por los espacios en blanco. Son fantásticos. Sirven para muchas cosas. Para mejorar tu diseño, resaltar otros espacios, dirigir tu atención,... Información necesaria: La que dice quién eres, qué haces y dónde se puede contactar contigo.

- 6.- El reverso también juega:** utiliza esa superficie para reflejar un listado de tus productos o servicios más importantes. ¿Por qué no aprovechar ese espacio en blanco para comunicar una promoción? Mapa situación
- 7.- El diseño es definitivo:** No lo dejes en manos de un amigo que maneja el photoshop o del primo que acaba de terminar un curso de diseño por ordenador. Es demasiado importante como para asumir este tipo de riesgos.
- 8.- Aporta valor:** Dale un toque personal. Una frase, un chiste, un dibujo.

<http://blogof.francescomugnai.com/2012/12/the-40-best-business-cards-of-the-2012/>



## El Plan de Acción de mi MARCA PERSONAL

La HOJA  
de RUTA

1. **META:** A dónde quiero llegar
2. **OBJETIVO FINAL:** Qué debo conseguir
3. **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** Pequeños logros durante el camino
4. **ACTIVIDADES Y TAREAS:** Qué debo hacer y cómo hacerlo
5. **CRONOGRAMA:** Cuándo debo actuar
6. **RECURSOS:** Qué voy a necesitar

CONTROL

RDICHECA  
COACH ESPORTIU

INICI MÈTODE RDICHECA RENDIMENT SALUT I ESPORT FORMACIONS CONTACTE BLOG WEB ESPÀÑOL

Temporada 2013-2014... A on volem arribar? El meu blog

ave@line  
fitness & personal trainer  
Testimonios

Fit and Move  
4.622 personas le gusta esta página · 137 personas están hablando de ella

entrenar.me  
Eres Atleta Eres Entrenador Blog Contacto

Los mejores entrenadores personales a tu disposición

Busca entrenadores cerca de tu ciudad Ciudad BUSCAR

zitaSport Actualidad Cursos Eventos Torneos Rankings Empleo Fotos Registrarte Acceder

Tu web deportiva...  
Encuentra entrenador en tu ciudad, busca entrenamiento, salud, deporte, entrena solo o en grupo, vota, comparte...  
¿Qué es Zitasport?

Proyecto Ganador 1ª Convocatoria  
madrid2020 Ciudad Candidato  
2020 STARTUP MADRID

“¿Y cuándo piensas realizar tu sueño?” Le preguntó el Maestro al discípulo

“Cuando me llegue una oportunidad de hacerlo”, respondió éste

El maestro le contestó: “La oportunidad nunca llega. La oportunidad siempre está aquí”.

- Las personas repiten las cosas con las que han disfrutado
- Repiten si han obtenido resultados positivos
- Repiten lo que les hace sentir bien
- Repiten lo que les hace tener buen aspecto



## Gracias por vuestra atención

[vjaloyes@deporteyocio.eu](mailto:vjaloyes@deporteyocio.eu)

 @javaloyesv

 [es.linkedin.com/in/vjaloyes/](https://www.linkedin.com/in/vjaloyes/)

 <https://www.facebook.com/vicente.jaloyessanchis>

 vicente.jaloyes

