



**Roberto Tiby**  
Laureato in Economia e Commercio, con specializzazione in Marketing Strategico e Comunicazione, è docente presso la LUISS Business School e in diversi altri Master. Scrive sulla rivista Il Nuovo Club da quattordici anni e ha pubblicato con "Editrice il

Campo" due libri (L'istruttore Imprenditore e Il Cliente del Club), un iperlibro (CRM: come gestire in modo efficace le relazioni con i clienti) e cinque audiolibri (vendita, passaparola, leadership, cambiamento e crisi economica). È autore di Yin Yang Marketing, edito da "Il punto d'incontro" libro che definisce un nuovo approccio al marketing basato sui principi della filosofia cinese e del cambiamento continuo. Svolge attività di formazione e consulenza in tutta Italia e in svariati settori economici.

## Intelligenza Emotiva per il lavoro e per la vita

L'Intelligenza Emotiva è lo studio e l'approfondimento di due materie fondamentali: l'intelligenza intra-personale ovvero la capacità di capire, descrivere e indirizzare le proprie emozioni e l'intelligenza interpersonale ovvero la capacità di capire, comprendere e regolare le emozioni degli altri. Si tratta di una materia relativamente recente, divulgata al grande pubblico per la prima volta verso la metà degli anni 80 e affermata negli ultimi 30 anni, costituisce uno strumento fondamentale per conoscere meglio se stessi, avere un corretto rapporto con il proprio lavoro e con gli altri. Tutti gli studiosi di management riconoscono, oramai, che le persone che fanno più carriera sono quelle dotate di maggior intelligenza emotiva e non di maggior intelligenza razionale (misurata per decenni con i test di QI).

**Giovedì 21 febbraio ore 13:15/14:30**



**MariaGrazia Iarrobino**  
Responsabile Business Development DSE



## Workshop: gestione delle risorse energetiche

- Mercato elettrico: liberalizzazione e filiera dell'energia
- Componenti dell'energia e confronto tra tariffe
- L'energia più economica è quella che non si consuma
- Il tema dell'efficienza energetica
- Dispositivi a led per il risparmio energetico

DSE è un'azienda giovane con elevate competenze nel settore dell'energia unite a un forte impegno per la sostenibilità sociale e per l'efficienza energetica. DSE è nata a Bologna nel 2006 e si è rapidamente caratterizzata per l'investimento sull'innovazione e per l'attenzione al risparmio energetico. Oggi il brand DSE è garanzia di un uso intelligente dell'energia. L'azienda, propone ai clienti, insieme alla fornitura di luce e gas a condizioni competitive, soluzioni avanzate per la riduzione dei consumi attraverso la propria linea di prodotti di illuminotecnica a Led, che consentono un risparmio che varia tra il 50 e l'80% rispetto alle lampadine tradizionali.

Controllata dal gruppo Tremagi, specializzato in servizi energetici e tecnico impiantistici, DSE serve attualmente circa 60mila clienti sul territorio nazionale, tra famiglie, imprese, enti pubblici, professionisti, condomini, ai quali è in grado di assicurare servizi ad hoc, secondo le varie tipologie di utenti. L'esperienza acquisita consente al team DSE di garantire al cliente finale condizioni sempre vantaggiose e concorrenziali per le forniture di energia, attraverso il ricorso alla propria produzione o cogliendo i momenti migliori per l'approvvigionamento all'ingrosso su mercati nazionali ed esteri.

**Venerdì 22 febbraio ore 13:30/14:30**



**Roberto Coda-Zabetta**  
Matrix Lab

## Attività outdoor/indoor potenziale risorsa per il Club?

Pensate che a noi del settore del fitness non interessi cosa fanno milioni di persone che ogni giorno fanno attività fisica outdoor? Un podista amatoriale per poter allenarsi durante la brutta stagione oltre a spendere almeno un centinaio di euro per le scarpe (che cambia spesso...) spende per l'abbigliamento invernale dai 150 ai 300 euro per set, chi fa scialpinismo a livello normale spende per l'attrezzatura e l'abbigliamento da 1.500 a 5.000 euro e potrei continuare a snocciolare cifre e dati. È vero, quanti tentativi avete fatto per coinvolgere chi fa sport outdoor ad effettuare la preparazione a secco in palestra. Ma quando e soprattutto come avete fatto? Conoscevano bene i vostri potenziali clienti ed avevano i mezzi adeguati per supportarli? Questo seminario è rivolto proprio alla definizione dello stato dell'arte dell'attività sportiva outdoor, ad una definizione di massima delle tendenze future nei prossimi anni e soprattutto alla presentazione di tools adeguati per poter essere pronti ad un nuovo servizio; l'abbonamento indoor/outdoor. Tutti i Club dai più grandi ai più piccoli con strumenti adeguati potrebbero essere in grado di seguire nuovi clienti e fidelizzare quelli esistenti. Quanti club sono associazione sportiva o srl sportiva? Avete ben presente quale deve o dovrebbe essere lo scopo sociale di questo tipo di associazione/azienda? Perché non unire ciò che deve e ribadisco deve essere fatto con ciò che potrebbe rendere alla nostra azienda?

**Venerdì 22 febbraio ore 16:45/18:00**



**Massimo Clara**  
Imprenditore nel mondo del fitness dal 1995. Ideatore e titolare del format 6.24 palestre. Socio fondatore della società di consulenza Epikuro



**Luca De Fraia**  
Docente di scienze motorie, titolare e ideatore del format 6.24 palestre. Dal 2001 responsabile del settore finanza e controllo per la programmazione strategica, operativa e finanziaria. Socio fondatore della società di consulenza Epikuro

## Trasformarsi in Low Cost: una sfida possibile.

**Sabato 23 febbraio ore 13:15/14.30**

Come diminuire il servizio e aumentare la soddisfazione dei clienti. Come abbattere il costo del personale e avere un centro più efficiente? Come abbassare il prezzo e lasciare inalterati i ricavi. Come raddoppiare i clienti negli stessi spazi. Come avere soci autonomi e contenti. Come usare la tecnologia per aumentare i fatturati. La testimonianza di una trasformazione di successo, oltre ogni aspettativa.



**Roberto Coda-Zabetta**  
Matrix Lab

## Attività outdoor/indoor potenziale risorsa per il Club?

Pensate che a noi del settore del fitness non interessi cosa fanno milioni di persone che ogni giorno fanno attività fisica outdoor? Un podista amatoriale per poter allenarsi durante la brutta stagione oltre a spendere almeno un centinaio di euro per le scarpe (che cambia spesso...) spende per l'abbigliamento invernale dai 150 ai 300 euro per set, chi fa scialpinismo a livello normale spende per l'attrezzatura e l'abbigliamento da 1.500 a 5.000 euro e potrei continuare a snocciolare cifre e dati. È vero, quanti tentativi avete fatto per coinvolgere chi fa sport outdoor ad effettuare la preparazione a secco in palestra. Ma quando e soprattutto come avete fatto? Conoscevano bene i vostri potenziali clienti ed avevano i mezzi adeguati per supportarli? Questo seminario è rivolto proprio alla definizione dello stato dell'arte dell'attività sportiva outdoor, ad una definizione di massima delle tendenze future nei prossimi anni e soprattutto alla presentazione di tools adeguati per poter essere pronti ad un nuovo servizio; l'abbonamento indoor/outdoor. Tutti i Club dai più grandi ai più piccoli con strumenti adeguati potrebbero essere in grado di seguire nuovi clienti e fidelizzare quelli esistenti. Quanti club sono associazione sportiva o srl sportiva? Avete ben presente quale deve o dovrebbe essere lo scopo sociale di questo tipo di associazione/azienda? Perché non unire ciò che deve e ribadisco deve essere fatto con ciò che potrebbe rendere alla nostra azienda?

**Sabato 23 febbraio ore 16:45/18:00**