

Walnier Rodrigues Coimbra

**MARKETING PESSOAL DO PERSONAL TRAINER
ANÁLISE CENTRADA NOS ALUNOS DO CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO
EM TREINAMENTO ESPORTIVO DA UFMG 2010**

Belo Horizonte
Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG
2010

Walnier Rodrigues Coimbra

**MARKETING PESSOAL DO PERSONAL TRAINER
ANÁLISE CENTRADA NOS ALUNOS DO CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO
EM TREINAMENTO ESPORTIVO DA UFMG 2010**

Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Treinamento Esportivo da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Treinamento Esportivo.

Área de Concentração:
Treinamento Esportivo

Orientadora: Prof. Dra. Ana
Cláudia Porfírio Couto

Belo Horizonte
Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG
2010



Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional
Programa de Pós-Graduação em Treinamento Esportivo

Monografia de Especialização intitulada “*Marketing pessoal do Personal Trainer centrada nos alunos do curso de especialização em treinamento esportivo da UFMG 2010*”, de autoria de Walnier Rodrigues Coimbra, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dra. Ana Cláudia Porfírio Couto - orientadora
Depto de Esportes/Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia
Ocupacional/UFMG

Avaliador(a)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu Amado Deus pelo seu amor incondicional.

A minha querida esposa Lucimara pelo apoio, encorajamento, incentivo, carinho e amor dedicados.

Aos meus filhos, Sâmara e Thales por serem presentes de Deus para minha vida.

A minha grande família que é essencial em todo tempo.

Aos Adoradores de sempre.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus que eu amo tanto.

A minha orientadora, Doutora Ana Cláudia Porfírio Couto por ter conduzido de forma competente e notável a orientação deste trabalho.

Aos Docentes do curso de Treinamento Esportivo que contribuíram efetivamente para minha formação.

Aos colegas de classe voluntários e agora especialistas que participaram das entrevistas com disponibilidade e interesse.

Ao amigo Dr. Eduardo Aurélio Gomes Domingos & família pelo incentivo e por acreditar no meu trabalho.

“A felicidade é uma vantagem competitiva”

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO.....	09
2	REVISÃO DE LITERATURA.....	12
2.1	Personal Trainer.....	12
2.2	Marketing Pessoal.....	17
3	METODOLOGIA.....	24
3.1	Caracterização do estudo.....	24
3.2	Delimitação do estudo.....	25
3.3	Entrevistas.....	25
4	INTERPRETAÇÃO.....	28
4.1	Unidade de registro.....	28
5	CONCLUSÃO.....	56
	REFERÊNCIAS.....	60
	ANEXOS.....	63

RESUMO

O Marketing Pessoal do Personal Trainer é definido como uma estratégia individual para atrair, conquistar e desenvolver contatos e relacionamentos interessantes do ponto de vista profissional, bem como para se promover e dar visibilidade as características, habilidades e competências relevantes na perspectiva da aceitação e do reconhecimento por parte de outros. Neste sentido, este estudo objetivou investigar como os alunos do curso de Pós-Graduação em treinamento esportivo do ano de 2010 da UFMG que atuam como Personal Trainer realizam o seu marketing pessoal. O presente trabalho envolveu 20 (vinte) alunos do curso de Pós-Graduação em Treinamento Esportivo da UFMG 2010 que atuam como Personal Trainer. Os Pós-Graduandos foram submetidos a uma entrevista realizada na própria universidade. Os entrevistados foram selecionados de acordo com sua atuação profissional, ou seja, estar atuando como Personal Trainer. Não houve delimitação de sexo nem faixa etária para a pesquisa. Com base neste estudo, foi possível compreendermos a importância do desenvolvimento do Marketing Pessoal para o Personal Trainer. Enquanto para as organizações Marketing tem a ver com a conquista e manutenção dos clientes, o Marketing Pessoal tem a ver com a imagem que o profissional projeta no mercado, ou seja, o Personal Trainer sendo o seu principal cliente e ao mesmo tempo sendo o responsável pela percepção do cliente em relação ao que ele tem projetado. Através deste trabalho, foi possível concluir que a maioria dos Personal Trainers (PTs) realiza o Marketing Pessoal como forma de prospectar e fidelizar seus clientes/alunos, para isso utilizam de inúmeras ferramentas para se promover e fazer notável nos locais de trabalho. Entre as mais relevantes estratégias utilizadas vale salientar a utilização da camisa personalizada do Personal Trainer, do cartão de visita e da propaganda “boca a boca” realizada pelos próprios alunos. Em relação à apresentação do Personal Trainer as questões mais relevantes foram à aparência, posicionamento, postura e comunicação do profissional.

Palavras-chave: Personal Trainer, Marketing Pessoal.

ABSTRACT

The Personal Marketing Personal Trainer is defined as an individual strategy to attract, acquire and develop contacts and relationships interesting professional standpoint, as well as to promote and give visibility to the characteristics, skills and competencies relevant in view of acceptance and recognition by others. Thus, this study aimed to investigate how the students of the Graduate Diploma in sports training of 2010, UFMG that act as a Personal Trainer do their marketing staff. The present study involved 20 (twenty) students of the Graduate Diploma in Sports Coaching UFMG 2010 working as a Personal Trainer. The Postgraduate underwent an interview at the university itself. Respondents were selected according to their professional practice, or to be acting as a Personal Trainer. There was no definition of sex or age group for the research. Based on this study, it was possible to understand the importance of the development of Personal Marketing for the Personal Trainer. As for organizations marketing has to do with the achievement and maintenance of customers, marketing staff has to do with the professional image projected on the market, ie, Personal Trainer and its main customer, while being responsible by customer perception as to what he has designed. Through this work, we concluded that most personal trainers (PTs) carries out the marketing staff as a way of exploring and retain your clients / students, for this use of several tools to promote themselves and make remarkable in the workplace. Among the most important strategies used is worth highlighting the use of custom shirt Personal Trainer, business card advertising and word of mouth "performed by the students. Regarding the submission of Personal Trainer were the issues most relevant to the appearance, position, attitude and professional communication.

Keywords: Personal Trainer, Personal Marketing.