

L'IMPORTANZA DELLA MOTIVAZIONE NEL FITNESS

Il mio lavoro per ben quattro anni è stato quello di consulente commerciale ovvero accompagnare le persone nella scelta di iniziare a fare o continuare a fare, attività fisica in un centro fitness&wellness.

Il periodo dell'anno più gettonato per iniziare l'attività è sempre stato l'autunno, ma nonostante queste persone varcavano la soglia della palestra, erano ben lungi, nella maggioranza dei casi, dal sapere cosa volevano fare, quanto tempo dedicare all'attività e per quanto tempo sarebbero riusciti a praticare la frequenza.

Durante il colloquio di conoscenza, le motivazioni che generalmente mi venivano riferite come input dell'allenamento erano: stare bene, mettersi informa, fare attività fisica ecc....

Non erano cioè vere motivazioni, infatti dopo un colloquio un po' più approfondito, emergevano i veri bisogni: dimagrire, avviare nuove relazioni sociali, cercare di sfogarsi, abbattere lo stress, rilassarsi, motivi di salute, dedicarsi del tempo....

A questo punto la persona si è fidata di me, si è confidata e il mio compito è analizzare, rendere misurabile e abbozzare una programmazione che possa far raggiungere lo stato desiderato al cliente.

Bisogna ricordare però che obiettivi troppo difficili, così come allenamenti troppo rigidi e complessi, possono diminuire la motivazione. E' dunque necessario essere sempre consapevoli delle possibilità di ogni persona e gestire il suo allenamento personalizzando tempistiche e intensità.

In un centro fitness la tipologia di clienti è molto vasta ma per semplicità suddividerei due categorie fondamentali: gli appassionati di attività fisica e le persone che non amano "fare fatica" o sudare ma sentono di doverlo fare per scopi benefici sul proprio fisico.

I primi sono clienti con già un'alta motivazione intrinseca e consapevolezza.

I secondi invece vanno particolarmente aiutati e affiancati e bisognerà fare leva su fattori motivazionali estrinseci, cioè sui risultati ottenibili.

Dato che le persone vengono suggestionate da quello che gli altri pensano di loro o da quello che percepiscono che gli altri potrebbero pensare, trovare il giusto equilibrio di fiducia senza eccedere in un'eccessivo ottimismo è fondamentale. Una delle tecniche più utili a motivare senza creare una sensazione di impotenza o di inarrivabilità è il Goal setting. Questa tecnica consiste nello stabilire con ogni singolo atleta gli obiettivi più vicini

da dover raggiungere che dovranno essere raggiungibili e desiderabili, e col tempo stabilire anche gli obiettivi intermedi e quelli più lontani.

Purtroppo nonostante l'attenta programmazione moltissimi neofiti tendono a partire con un entusiasmo esagerato, a sovra allenarsi e a stancarsi presto, già nel giro del primo mese di attività.

Un cliente consapevole del percorso che sta compiendo è un cliente soddisfatto che cercherà ulteriori progressi e miglioramenti. La presa di coscienza di quanto già ottenuto però non può limitarsi ad essere segnalata con qualche complimento casualmente distribuito dal personale del centro.

Per questo è importante seguire la persona giornalmente, per accompagnarla e motivarla.

Un metodo basilare per tenere alta la motivazione è l'oggettivazione dei risultati ottenuti.

Nel caso del dimagrimento venivano ripetuti periodicamente dei test per verificare l'andamento: peso, centimetria, bioimpedenziometria e adipometria. Era davvero fondamentale poter misurare con oggettività i miglioramenti perché spesso i clienti che desideravano risultati eclatanti e immediati, non avrebbero apprezzato il percorso iniziato e non avrebbero proseguito.

Le emozioni, infatti, sono alla base di molte attività umane. Spesso ad esempio un'attività legata ad emozioni piacevoli, viene ripetuta, mentre, al contrario, se un comportamento è associato ad emozioni negative, generalmente il soggetto cercherà di evitarlo in futuro. Se un soggetto non apprezza l'attività fisica di per sé, e capita spesso che arrivino in palestra soggetti che non hanno mai praticato sport, dobbiamo fargli apprezzare le conseguenze positive di questa.

Un obiettivo, pur essendo specifico, misurabile, orientato all'azione, realistico e vincolato nei tempi, se per l'individuo non ha un significato particolare, un valore, allora non godrà dei benefici della motivazione, e quindi non verrà raggiunto.

Fondamentale è anche il tempo che trascorre dal momento in cui si raccolgono informazioni sul da farsi per iniziare l'attività fisica e il fatto di iniziare gli allenamenti o almeno fare una prima prova nel giro di pochi giorni; se così non fosse la persona potrebbe perdere la motivazione a iniziare e quindi rimandare il progetto di mesi se non di anni. Questo capita perché al di fuori del centro fitness spesso non ci sono persone che supportano o spronano all'attività, ma si trovano scusanti e impedimenti di ogni genere che scoraggiano.

C'è un metodo di misurazione della motivazione legato allo sport e benessere, che è stato creato e sviluppato da Christina Frederick e Richard Ryan (entrambi motivatori dello staff

dell'ex presidente americano Reagan). La misurazione viene realizzata attraverso un questionario, che ha il compito di fare emergere il motivo che ha portato la persona a pensare di iniziare l'attività fisica, questionario che si sviluppa in cinque aree di motivazione: sociali, estetiche, salutistiche, motorie e ludiche. Il risultato dell'indagine aiuterà una più attenta programmazione spingendo quegli aspetti dell'attività che sono maggiormente collimanti con le aspettative specifiche.

Per ottenere risultati eclatanti in breve tempo, purtroppo, capita che gli atleti cerchino delle scorciatoie attraverso i più svariati tipi di integratori: per aumentare la massa magra, per accelerare il metabolismo, per far sparire il sintomo della fame, per non sentire la stanchezza....

Purtroppo questo accade perché non si è abbastanza forti mentalmente da accettare un percorso che può anche essere faticoso e lungo; non si accettano i propri limiti e si vogliono risultati evidenti e in breve tempo.

Ecco che subentra anche la "competizione" insana tra i frequentanti che desiderano primeggiare.

Nella mia esperienza personale ho notato che ci sono due categorie che principalmente cedono all'integrazione senza misura: le persone con un forte sovrappeso e i ragazzi sotto i 30 anni che desiderano allenarsi per ottenere un corpo scultoreo.

Nel primo caso il disagio e il malessere che ha portato la persona al sovrappeso, porta questa persona a disprezzarsi ancora di più in quella condizione che viene rifiutata, spesso non si riconoscono nell'involucro che li contiene, e quando decidono che così non può andare avanti, troppo spesso cercano una via facile che però ha sempre un effetto bumerang. Pochi sono quelli che prendendo davvero coscienza della propria condizione si affidano a specialisti e cercano di fare un percorso di riabilitazione anche psicologica.

I ragazzi giovani invece cercano risultati facili a causa della mancanza di autostima e dal fatto che cercano di essere assicurati dalla loro immagine esteriore, biglietto da visita per una società improntata sull'esteriorità.

Oltre alla motivazione profonda, alla ricerca di conseguire i propri obiettivi, è importante da parte di uno staff di una palestra creare un ambiente familiare, positivo, coinvolgente e stimolante dove il cliente possa recarsi volentieri, dove possa sentirsi assistito da professionisti.

Alcune semplici strategie che ogni persona che desidera frequentare assiduamente la palestra dovrebbe attuare con costanza sono: recarsi in palestra subito dopo il lavoro senza passare da casa dato che sarebbe ancora un ulteriore scoglio dover trovare la

motivazione per uscire nuovamente; trovare un compagno di allenamento; pensare ai momenti di relax e alla sensazione di benessere che si prova a sentirsi in forma per associare l'allenamento a un momento positivo.

La nuova frontiera dell'allenamento parla infatti di Fitness Coaching: a questo livello, i metodi di coaching, derivano principalmente da un modello di allenamento nello sport finalizzato a promuovere la consapevolezza conscia delle proprie risorse e abilità e lo sviluppo della competenza conscia.

È altrettanto importante prospettare obiettivi sempre nuovi e gratificanti, e il modo migliore per poterlo fare è permettere al cliente di provare in prima persona. E' quindi utile conferire la possibilità di testare anche nuove discipline e attività di gruppo. Senza attendere che sia il cliente stesso a chiederlo, poiché potrebbe ignorare del tutto l'esistenza di alcune discipline, o le loro caratteristiche, le modalità di svolgimento, l'intensità o il grado di complessità. Metterlo a conoscenza di una nuova "opportunità" può far nascere un nuovo desiderio, una nuova spinta motivazionale capace di offrire ulteriori alternative di soddisfacimento nell'ambito del centro sportivo.

Un altro tipo di evoluzione del mondo del fitness è la sempre crescente richiesta di discipline olistiche e di un approccio integrato tra mente e corpo; la ricerca del benessere è a tutto tondo.

Sono attività che hanno a cuore il benessere della persona, si tratta di percorsi per allungare il corpo e rilassare la mente.

La commissione IDEA (associazione americana della salute e del fitness) definisce questo tipo di lavoro come " esercizio fisico eseguito con un focus profondamente interiore ", ovvero compiere tutti i movimenti mettendo in relazione il corpo attraverso movimenti meccanici, e la mente che deve assecondare ogni singolo gesto con una corretta respirazione e presa di coscienza del proprio corpo.

Alla classe delle discipline Body Mind appartengono tutta una serie di corsi come il Pilates, lo Yoga, lo Stretching che vanno conosciuti e provati per poter capire effettivamente la fatica e la grande concentrazione che viene richiesta nello svolgimento delle diverse posizioni e sequenze. I benefici mentali portano ad un maggior rilassamento e riduzione dello stress, maggiore consapevolezza e autostima, aumento della concentrazione e del miglioramento dell'immagine corporea; i benefici fisici, consentono un aumento della forza, della tonicità , della flessibilità muscolare e mobilità articolare.

Il mondo del fitness sta quindi mutando e si sta adeguando alle nuove esigenze richieste da un pubblico che sta allargando i propri orizzonti; i fruitori non sono più solo gli appassionati della cultura fisica, bensì persone che cercano benessere.

Il buon risultato di un periodo di allenamenti è quindi la risultante di moltissime variabili, bisogna cercare di creare un'alchimia che per ogni soggetto è diversa e che può essere ottenuta solo grazie all'attenzione al cliente e alla sua centralità.