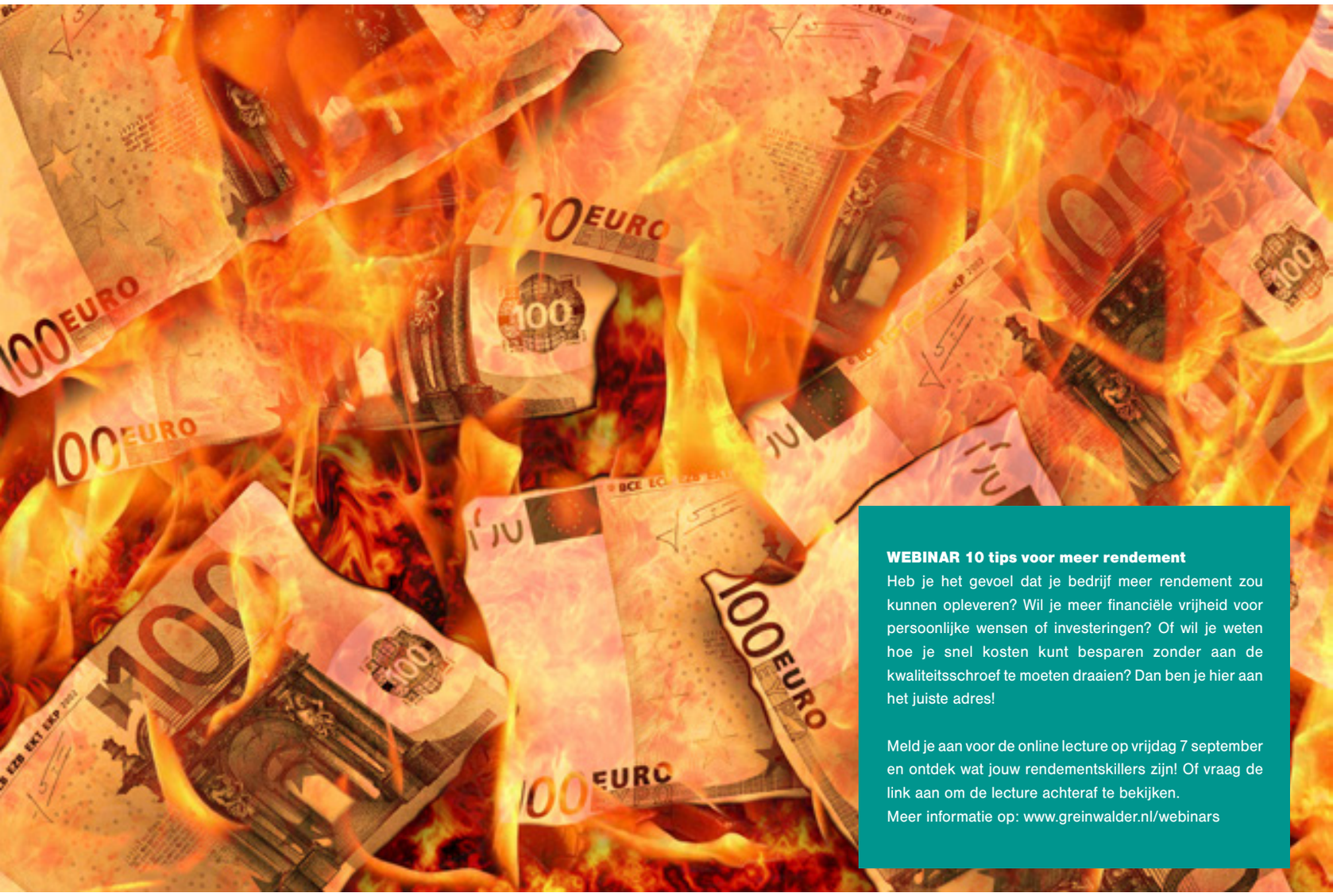

**WEBINAR 10 tips voor meer rendement**
Heb je het gevoel dat je bedrijf meer rendement zou kunnen opleveren? Wil je meer financiële vrijheid voor persoonlijke wensen of investeringen? Of wil je weten hoe je snel kosten kunt besparen zonder aan de kwaliteitsschroef te moeten draaien? Dan ben je hier aan het juiste adres!

Meld je aan voor de online lecture op vrijdag 7 september en ontdek wat jouw rendementskillers zijn! Of vraag de link aan om de lecture achteraf te bekijken.
Meer informatie op: www.greinwalder.nl/webinars

# **10 RENDEMENTSKILLERS** DIE JE ALS FITNESSONDERNEMER MOET VERMIJDEN

Heb je het gevoel dat je bedrijf meer rendement zou kunnen opleveren? Wil je meer financiële vrijheid voor persoonlijke wensen of investeringen? Of wil je weten hoe je snel kosten kunt besparen zonder je kwaliteit te verminderen? Lees dan dit artikel!

**• Wie het kleine niet eert...**
Met een slim prijsbeleid valt veel geld te verdienen. Heb je afgeronde prijzen zoals 54 euro per maand? Maak er 54,90 van. Bij 1.000 leden op jaarbasis levert je dit meer dan 10.000 euro extra omzet. Daar kan je van op vakantie!

**• Alleen focussen op leads**
Als je denkt dat je slechts een paar leads nodig hebt om te groeien, dan draai je maar aan één stelschroef. Waar sta jij met je conversie van leads naar lidmaatschappen? Werk aan effectievere verkoopgesprekken en je verdient al snel met dezelfde inspanning meer geld. En dat zonder extra vaste kosten! Het is de moeite waard om te investeren in een goede teamtraining en regelmatig te oefenen met je salesmensen. Daarnaast zijn mystery calls en visits van walk-ins ook erg interessant en vaak confronterend. Probeer het eens uit, ontdek de bottlenecks en pak ze aan.

**• Altijd maar aardig zijn**
Natuurlijk is de klant koning. Echter, als je meer dan 3% lidmaatschappen 'in pauze' hebt, dan is het duidelijk dat jij of je medewerkers het moeilijk vinden om nee te zeggen als een klant vraagt of hij zijn lidmaatschap voor een tijdje kan opschorten. Wat is de beste manier te reageren zonder iemand teleur te stellen? Met een holiday-card kan een klant zijn lidmaatschap tijdelijk aan iemand overdragen. En jij kunt in deze situatie een nieuwe klant werven. Ons advies: com-

Aan een Challenger programma mag je best een flink prijskaartje hangen. Vraag naar de mogelijkheden om deze succesvolle campagne te draaien!

municeer de mogelijkheden NOOIT op je lidmaatschapsovereenkomst om vragen te vermijden. Overhandig bij het aangaan van een lidmaatschap een holiday-card zodat klanten direct weten waar ze aan toe zijn. En geef de mogelijkheid bij ziekte te pauzeren alleen uit coulance.

**• Abonnementjes verkopen**

Denk je dat je basisproduct bestaat uit fitnesslidmaatschappen? Dat klopt! Maar tegenwoordig wil de klant flexibiliteit en een oplossing voor zijn probleem. Stel daarom oplossingspakketten samen zoals een Challenger programma of 5 kilo voor Kerst. Daar mag best een flink prijskaartje aan hangen. Niet alleen de klant, maar ook je boekhouder zal uiteindelijk meer plezier hebben. Een Challenge van 6 weken is een prima mogelijkheid om voor de start van een jaarabonnement een flinke extra omzet te boeken. Op dit moment is de koopdrempel voor een extra programma erg laag aangezien de belangstellende zeer gemotiveerd is om flink aan de slag te gaan.

**• De sinaasappel niet helemaal uitpersen**

Ja, het nieuwe lid heeft zijn handtekening gezet! Soms ben je zo blij met een nieuw lidmaatschap dat je gewoon vergeet dat de klant nog gelukkiger is als hij met een upgrade na de training een “gratis” lekker kopje koffie bij je kan nemen. Met een slimme prijslijst en de juiste presentatie valt eenvoudig extra omzet te genereren.

**• Te duur personeel**

Natuurlijk wil je je team belonen op basis van de prestaties en marktomstandigheden. Maar weet je zeker dat je de juiste salarissen uitbetaalt? Het grootste deel van de uitgaven in je club bestaat uit personeelskosten. Controleer of de salarisstructuur geschikt is voor de branche en vergelijk alle gewerkte uren met het aantal klanten. Als je geen exclusieve club bent met klanten die behoren tot de happy few, en je besteedt meer dan 1,5 werkuur per klant, bestaat hier gegarandeerd ruimte voor verbetering.

**• Investeren in betongoud**

Doe de check - waar sta je qua huur? Is het acceptabel wat je op dit moment betaalt? Natuurlijk moet je altijd rekening houden met verschillende factoren, zoals hoeveel mensen trainen op je oppervlakte, hoe hoog is de contributie, wat is de regionale situatie? Het is zeer interessant om dit eens met de benchmarks van de fitnessbranche te vergelijken. Durf je verhuurder gerust om uitstel van een huurverhoging te vragen, vragen kost niets…

**• Te lange openingstijden**

Is je concurrent 24/7 open? En ben je bang dat leden zullen opzeggen als je op woensdagavond om 21.30 uur sluit in plaats van om 23.00 uur? Onderschat het rendement van drie uur minder openingstijd niet. Je zal dit terugzien bij de personeels- en energiekosten. Analyseer de bezetting per uur en doe zo snel mogelijk een klanttevredenheidsenquête. Dit is een geweldige manier om erachter te komen hoe tevreden je klanten momenteel zijn, hoe hoog het risico van een verandering is en welk winstpotentieel bestaat.

**• Oud papier bewaren**

Heb je je lidmaatschapsvoorwaarden bij de oprichting van je zaak zelf bedacht of eventueel van je voorganger overgenomen? Dan is het tijd om naar alle details te kijken. Maximale verlenging, slimme voorwaarden, redenen voor beëindiging, rusttijden, vooruitbetaling en pro-rata-bijdragen: Als je deze onderwerpen zorgvuldig strategisch inzet komt de big smile bij de jaarrekening vanzelf.

**• Marketingbudget by bankrekening**

Je ziet je banksaldo en besluit dat je liever de advertentie voor de volgende maand te annuleren? Dat is begrijpelijk, maar gevaarlijk. Samenwerken met andere (lokale) ondernemers is dan des te interessanter. Joined Marketing: gedeelde smart is halve smart.

**INGRID JONKERS**
Ondernemers helpen hun doelen te realiseren en zich verder te ontwikkelen is iets waar ik echt energie uit haal. Juist op het vlak van marketing is het verschil te maken. Consultant & Marketing Specialist. Greinwalder & Partner Marketing Services. Tel. 06 – 18826323