

# SPREEK NIEUWE DOELGROEPEN AAN met behulp van technologie

Volgens het ACSM's Worldwide Survey of Fitness Trends 2016 groeit de markt voor personal trainers nog steeds. De relatief hoge kosten voor personal coaching zijn nog steeds belemmerend voor een groot aantal mensen. De vraag is dus of er manieren zijn om betaalbare coaching-modellen aan te bieden aan deze doelgroep!

## De coaching-pyramide

Het is belangrijk om te beseffen dat coaching geen alles-of-niets-business is. Tussen één-op-één personal training en volledige zelfmanagement liggen diverse niveaus van coaching, ieder met

een verschillende doelgroep. Wanneer je deze gradaties toepast op je huidige klantenbestand, zou je het waarschijnlijk zien als een piramide: hoe hoger het niveau van persoonlijke aandacht, hoe hoger de kosten voor zowel de club als

de klant, en hoe minder mensen bereid of in staat zijn om de service te veroorloven.

## Zelfmanagement

Onderaan de coaching-piramide vind je zelfmanagement. Met behulp van moderne technologie en fitness apps kun je je klanten toegang geven tot trainingsschema's en hulpmiddelen voor voortgangsregistratie (via een club app). Dit kan volledig geautomatiseerd en met minimale kosten. Sommige leveranciers bieden zelfs de mogelijkheid voor digitale upselling. Persoonlijke begeleiding is minimaal tot niet-bestaand, behalve misschien een initiële rondleiding door de sportschool en uitleg wat betreft apparaten.

## Collectieve coaching

Collectieve coaching is een stapje verder dan zelfmanagement. Door gebruik te maken van mobiele apps en wearables kun je als club gemakkelijk





een groot aantal leden gelijktijdig begeleiden. Trainers kunnen workouts, voedingsplannen, recepten, motiverende berichten, uitdagingen, ga zo maar door, met een paar klikken gemakkelijk uitsturen naar al hun klanten. Hoewel collectieve coaching je niet in staat zal stellen in te spelen op elke behoefte van je klanten, kun je in ieder geval een zekere mate van persoonlijke aandacht aan iedere klant leveren tegen minimale kosten. Persoonlijke feedback kan worden aangeboden op verschillende niveaus (denk aan wekelijks, maandelijks of per kwartaal), waardoor je aan iedereen betaalbare coaching kunt aanbieden - een zeer interessante bron van extra inkomsten. Bovendien leert de ervaring dat hybride coaching-modellen (coaching in combinatie met zelfmanagement door middel van een fitness-app) tevens klantretentie stimuleren.

#### Zet wearables in

Ze werden hierboven al genoemd: wearables. Vergis je niet, wearables is een ontzettend grote en groeiende markt - in 2016 alleen al zal het aantal aankopen wereldwijd met een verwachte 38,2% stijgen. Grote kans dus dat je klanten activity trackers al gebruiken om hun eigen activiteiten en voortgang te meten. Hiermee kunnen ze in principe hun lifestyle

aanpassen zonder de hulp van een trainer. Maar als fitnessprofessional is het slim om hierop in te spelen.

Het integreren van wearables in je clubdiensten biedt een makkelijke manier om je omzet te verhogen. Je personeel kan jouw klanten adviseren om wearables aan te schaffen die naadloos integreren met jouw club en coaching-diensten. Hierdoor genereer je direct nieuwe inkomsten. Bovendien is alle data inzichtelijk voor trainers. Hierdoor zal je klantervaring aanzienlijk verbeteren. Wearables kun je namelijk zien als de ontbrekende schakel tussen jouw club en het dagelijks leven van je klanten - vanaf het moment dat ze wakker worden en hun gewicht syncen met je club app, tot 's avonds wanneer ze de data van hun stappenteller uploaden. Het gebruik van wearables werkt geweldig wanneer je ze inzet in combinatie met collectieve coaching - zonder contactmoment kunnen trainers toch op de hoogte blijven van de voortgang van een groot aantal klanten, en effectief bijsturen waar nodig.

#### Breid je aanbod uit

Mijn advies zou zijn om niet te kiezen tussen deze vormen van coaching, maar om je aanbod juist uit te breiden. Een goed voorbeeld zijn personal training-ondernemingen die hun aanbod uitbreiden

met lifestylecoaching, waarin ze een persoonlijke intake en follow-ups combineren met zelfmanagement. Hetzelfde kan gedaan worden door sportscholen, die vaak duizenden reeds bestaande klanten hebben aan wie ze deze diensten aan kunnen bieden. Door middel van de uitbreiding van je aanbod kun je als sportschool niet alleen je klantretentie en omzet verbeteren, maar ook nieuwe doelgroepen aanboren. Je kunt online coaching tools zelfs gebruiken om in contact te blijven met ex-leden. Zelfs als ze ervoor kiezen geen gebruik meer te maken van de diensten in je sportschool, kun je zo nog steeds inkomsten genereren. Bovendien zal het makkelijker worden ze weer terug te winnen wanneer ze weer klaar zijn om lid te worden.



**Hugo Braam**, is technologie-evangelist in de fitnessbranche en mede-oprichter van Virtuagym, leverancier van innovatieve fitness software en mobiele apps voor sportscholen en personal trainers. Contact: [hugo@virtuagym.com](mailto:hugo@virtuagym.com) [www.virtuagym.com](http://www.virtuagym.com)