



SLIMMER ONDERNEMEN VOOR EEN **STERKE BUSINESS**

Is Nederland een paradijs voor de fitnessbranche? Naast een hoge participatiegraad worden er steeds meer middelen uit het gezondheidssysteem naar gezondheidsgerichte voorzieningen gekanaliseerd. Een goed beheerde club genereert een rendement van minimaal twintig procent op de omzet.

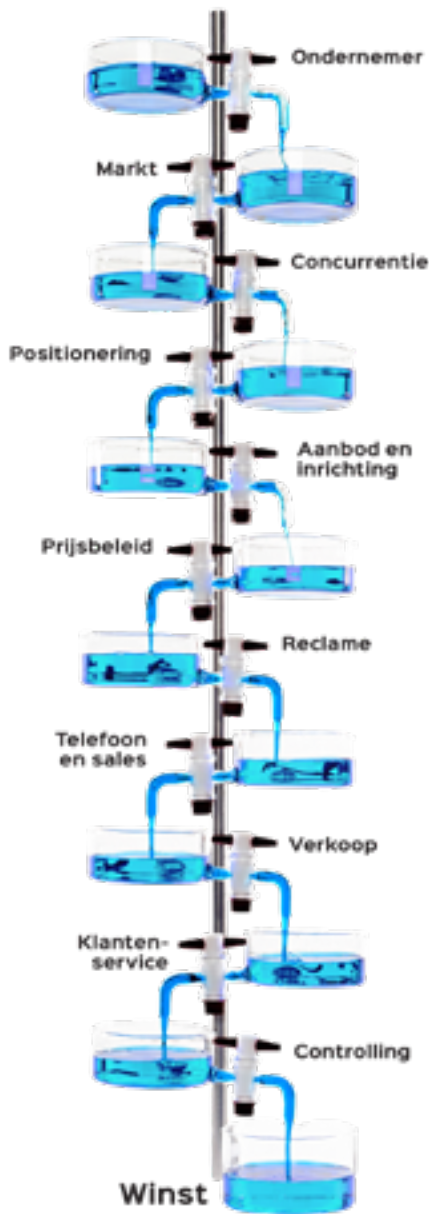
Dit is zo interessant dat steeds meer investeerders van buiten de sector de markt betreden. Naast kapitaalkrachtige ketens vermenigvuldigen ook kleinere exploitanten hun concepten. Er is immers genoeg geld te verdienen...

Echt?

Helaas is zakendoen niet zo eenvoudig als het klinkt. Tegenover de vele positieve factoren in de branche staan minstens evenveel negatieve. De markt is krap, de concurrentie groot. Low budget concepten zetten de

abbonementstarieven onder druk. De marketingkracht van ketens maakt het moeilijker voor het MKB om de nodige aandacht op de markt te krijgen.

Een rendement van vijf tot tien procent is eerder de realiteit. Dit laat weinig ruimte voor noodzakelijke investeringen, laat staan dat je je club straks voor een goede prijs kunt verkopen als je met pensioen wilt gaan. Om op de lange termijn succesvol te zijn, heb je als fitnessondernemer vandaag de dag meer dan ooit behoefte aan een duidelijke



Boost your business in 2019

Om je gewenste dienstverlening/service te kunnen blijven waarborgen is het niet voldoende om alleen je aantal leden te laten groeien. Meer leden betekent meer personele inzet. Hogere kosten moeten nu eenmaal terugkomen in de prijzen die de onderneming berekent, anders gaat het onherroepelijk ten koste van het rendement. Een inhaalslag om een gezonde prijsstrategie toe te passen is dé oplossing. Mis de online lecture van Greinwalder Marketing Services op vrijdag 7 december om 14.00 uur dus niet!

Aanmelding via: www.greinwalder.nl/webinars

lijke strategie, die zich moet weerspiegelen op alle marketingvlakken.

Differentiatie, positionering en optimalisatie

Als alle fitnessclubs hetzelfde bieden en ook nog op elkaar lijken kijkt de consument alleen nog naar de prijs en gaat deze voor de goedkoopste optie. Kleinere bedrijven kunnen vanwege hoge vaste lasten moeilijk op gebied van prijs concurreren. Biedt je bankrekening niet de mogelijkheid om een lagere prijs te bieden dan je concurrent? Onderscheid je dan door een luxe dienstverlening met een hogere prijs!

Hoe duidelijker een potentiële klant weet waarom hij bij jouw sportschool aan het juiste adres zal zijn, hoe groter de kans dat hij voor jou zal beslissen. Er zijn nu veel verschillende mogelijkheden om actief te worden op gebied van fitness en gezondheid. Alleen in een marktomgeving met zeer weinig concurrentie en voldoende marktpotentieel is het raadzaam om je op meerdere van deze gebieden te begeven. In alle andere gevallen is het succesvoller om je te focussen op een specialiteit.

De branche blijft zich snel ontwikkelen. En hiermee ook de eisen van de klanten. Stilstand is achteruitgang en je moet voortdurend op zoek zijn naar nieuwe mogelijkheden. Nieuwe concepten, nieuwe medewerkers, nieuwe producten, nieuwe kennis, nieuwe diensten, nieuwe manieren van marketingcommunicatie, een nieuw prijsbeleid, nieuwe distributiekanaalen... Vul de lijst maar naar believen aan.

Geweldige reclame

Je kunt nog de meest geniale reclamecampagne ontwikkelen, echter, als je niet waar kunt maken wat je belooft heb je een pro-

bleem. De potentiële klant ziet je geweldige advertentie en verwacht nu een super moderne, gelikte ambiance aan te treffen. Als hij nu echter een verouderde zaak aantreft, ongemotiveerde medewerkers en ook nog vrij hoge prijzen, dan heb je je marketingbudget verspild. Reclame is altijd de laatste stap in de marketingplanning.

Doorslaggevende factoren voor een lidmaatschap op lange termijn zijn de dienstverlening, bijzondere service, het personeel en last but not least, de kosten. Op deze gebieden is het gemakkelijkst je te onderscheiden en te positioneren. Marketing is dus veel meer dan reclame. Als je bijvoorbeeld een specialist bent voor medische fitness moet je dit niet alleen adverteren, dit moet overal in je sportschool zichtbaar zijn. Je moet het leven!

- Bied je echt succesvolle oplossingen voor mensen met medische klachten? Bijv. een circuit bij rugklachten of een diabetes-programma?
- Hebben je medewerkers bijzondere vaardigheden op dit gebied?
- Bied je speciale diensten aan in samenwerking met artsen?
- Is het zinvol om preventiecurssussen, revalidatie-programma's en particuliere fysiotherapie aan te bieden?
- Zijn je prijzen aangepast aan de hoge kwaliteitsnormen?

Uit branchecijfers blijkt dat de markt enorme mogelijkheden biedt. Onze ervaring is dat indien een fitnessondernemer niet tevreden is met zijn rendement, dit steeds weer te wijten valt aan dezelfde factoren. Het flessenhals model maakt deze duidelijk.

Waar zit de bottleneck?

De verschillende bedrijfsonderdelen zijn op een hiërarchische manier van elkaar afhankelijk. Elke flessenhals is afhankelijk van de doorstroming van de voorgaande flessenhals. Bij zakelijke beslissingen moet er dus rekening worden gehouden met de randvoorwaarden / omstandigheden op niveaus die hoger in de hiërarchie liggen. Gebeurt dit niet, dan is het effect van een bepaalde beslissing niet meer dan een gok. Als er boven niets in wordt gegoten, kan er onder ook niets uitkomen. Vooral voor ondernemers is het van belang dat ze hun horizon blijven verbreden en steeds voor nieuwe input zorgen.

Elke flessenhals heeft effect op onderliggende niveaus! De hefboomwerking (bekend uit de natuurkunde) van afhankelijkheden is enorm. Niet voor niets is het succes van een bedrijf bij een gebrek aan positionering uiterst onwaarschijnlijk: daarom staat positionering ook zo hoog in de hiërarchie. In tegenstelling tot de verkoop: want als er geen potentiële klanten op je centrum afkomen, wat moet je verkoopafdeling dan verkopen? Conclusie: hoe hoger het niveau waarop knelpunten in de keten optreden, des te rampzaliger de effecten!



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