



E-Fit Benelux lanceert voedingsprogramma Heltitude

ALLES IN ÉÉN, OOK COACHING

Het tienjarig bedrijfsjubileum, dat vond E-Fit Benelux een mooi moment om Heltitude te lanceren. Dit uitgebreide voedingsprogramma bedient drie doelgroepen, te weten sporters, mensen die willen afslanken en mannen of vrouwen die tussen de dagelijkse hectiek door toch gezond en energiek door het leven willen gaan. Het onderscheidt zich niet alleen met dit veelomvattende assortiment, maar ook met een efficiënt online-coachingplatform.

Tekst: Aart van der Haagen - Fotografie: Easy E-Fit Benelux

Met de verkoop van EMS-apparatuur en de bijbehorende aftersales zat E-Fit Benelux bepaald niet om werk verlegen, maar toch rolde het bedrijf onlangs een nieuwe discipline uit met de introductie van Heltitude. “Noem het een persoonlijke passie van mijn partner Andy Compernelle en mij,” glimlacht zaakvoerster Stephanie

Raedt. “Wij houden ons al circa zestien jaar actief bezig met voedingssupplementen, omdat we absoluut in de toegevoegde waarde daarvan geloven. Het kwam er in het verleden alleen op neer dat we in onze vroegere fitnesscentra en later binnen de organisatie van E-Fit altijd producten van derden moesten aanbevelen. Op zichzelf niet bezwaarlijk, al-

leen betrof het verschillende programma's en wilden wij het liefst een all-in-one-voedingsconcept kunnen aanbieden, om daarmee verschillende doelgroepen te bedienen. Dan praat ik over sporters die aan duur- en/of krachttraining doen, de afslankmarkt en de grote groep van drukbezette mensen die zich jong en energiek willen voelen en er ook graag zo uitzien. Daarmee haalden we ons wel een omvangrijk project op de hals, vandaar dat het twee jaar heeft geduurd voor we Heltitude konden lanceren. Dat moment is nu.”

Basisvoorwaarden

E-Fit Benelux ontwikkelde het voedingsprogramma in eigen beheer. “Daartoe legden we ons oor te luisteren in de markt, bij zowel consumenten als coaches,” vertelt Raedt. “Verder lieten we ons uitgebreid adviseren door een ingrediëntdeskundige. Van meet af aan hielden we een aantal basisvoorwaarden voor ogen waaraan alle producten zouden moeten voldoen. Allereerst een hoge kwaliteit, met zoveel mogelijk natuurlijke bestanddelen; het liefst zelfs voor honderd procent. Weinig tot geen E-nummers, dus. Daarnaast een hoge dosering van belangrijke ingrediënten, waarvan de hoeveelheid en de onderlinge balans wetenschappelijk getoetst

is. Verder moeten de drankjes en andere producten vooral lekker smaken, want alleen dan blijven mensen ze ook op de lange duur gebruiken. Ten slotte zochten we naar een match tussen kwaliteit en verpakking. Anders gezegd, een hoogwaardige uitstraling die consumenten vertrouwen geeft. Daarbij zorgt een duidelijke, meteen zichtbare uitleg van de toepassing met een beschrijving van de USP's voor een drempelverlagend effect."

Belangrijke ingrediënten

Om het bovenstaande te illustreren geeft Stephanie Raedt twee voorbeelden van drankjes binnen de Heltitude-lijn. "Skin Tonic, bedoeld om dagelijks te gebruiken, bevat zes belangrijke ingrediënten, waarvan ik er twee zal toelichten. Collageen, een stof die het lichaam bij mensen tot ongeveer 25 jaar zelf aanmaakt, houdt de huid stevig en soepel. Het eiwit dat erin zit collageen draagt bij tot de instandhouding van spieren en botten. Hyaluronzuur zorgt voor de toevoer van vocht aan de huid en vult daarmee rimpels van binnenuit op. Ook draagt het bij aan de smering en hydratatie van gewrichten. Daarnaast hebben we het drankje Nightly Recharge, dat je een halfuur voordat je naar bed gaat inneemt. De rustgevende werking van gaba vermindert stress en laat je beter slapen, magnesium ontspant de spieren en aminozuren spelen een rol in het goed herstellen van de spieren en de huid gedurende de nacht. Door die combinatie voel je je overdags fitter." Het Heltitude-assortiment telt verschillende shakes (afslanken, recovery, lean powder), voedingssupplementen (vetverbranding, ontgiften, meer energie, cell-protect), eiwitrepen als tussen-doortje en daarnaast vijf typen Gels voor het lichaam (afslanken, sporten, pijnvermindering, anti-cellulite, sixpack).



Motivatietools

E-Fit Benelux richtte een speciaal online-coachingplatform in rondom Heltitude. Stephanie Raedt: "Consumenten bestellen een box voor een maand en krijgen daarmee vijf weken toegang tot deze portal. Daar vinden zij onder meer eetschema's, recepten en motivatietools, zoals documentjes met grafieken om hun doelen te bepalen en na te streven, mental coaching via podcasts en webinars over allerlei thema's. Via e-mail stimuleren we hen op gerichte momenten om daar gebruik van te maken. In feite heeft een drukbezette coach er dus weinig omkijken naar, al kan hij of zij na het intakegesprek altijd besluiten om bepaalde contactmomenten met de klant te plannen. Wij bieden een leuke verkoopmarge en zorgen voor commerciële ondersteuning door bij de eindgebruiker andere producten onder de aandacht te

brennen. Ter kennismaking hebben we een try-outbox, die een dwarsdoorsnede geeft van het complete assortiment voor de verschillende doelgroepen. Deze is te bestellen op de webshop met de vouchercode Tryout50%. Het opleiden van coaches doen we op een heel pragmatische en efficiënte manier, via online-modules die in totaal slechts drie uur studietijd vergen. Laat ik tot slot nog even onder de aandacht brengen dat de EMS-apparatuur van E-Fit en Heltitude elkaar ten zeerste versterken, al bieden we ondernemers de vrijheid om te kiezen of ze dat wel of niet willen combineren." Een gezonde constructie rondom een gezond programma.

Meer informatie: www.heltitude.com