



SUCCESVOL ONDERNEMEN IN DE FITNESSBRANCHE **DOE JE ZO**

Afgelopen 11 juni werd de Festyfit in arnhem voor het eerst gehouden en ik mocht een van de sprekers zijn. Het onderwerp van mijn lezing was gelijk aan de titel van dit artikel: Succesvol ondernemen in de fitnessbranche doe je zo!, en gezien het feit dat dit onderwerp enthousiast geadopteerd werd door de aanwezige ondernemers, nu ook in deze Bodylife aandacht voor de verschillende succesfactoren achter het ondernemen in onze mooie branche. Het kernwoord in dit artikel is 'professionaliseren'. De Industry Lifecycle laat zien dat onze branche inmiddels is aanbeland in de fase van volwassenheid en dat moet zich vertalen in professionalisering! Zowel in dienstverlening als in bedrijfsvoering. Wat zijn dan bepalende factoren en gedachten en hoe zou je daar als ondernemer vorm aan kunnen geven?

Keuzes maken en deze ook uitvoeren...

De basis onder elke succesvolle onderneming wordt gevormd door de passie en de bevoegdheid van de ondernemer en zijn of haar team. Daarnaast natuurlijk het talent om te doen wat men wil doen en misschien wel het allerbelangrijkste, het ontwikkelen van een passend en succesvol verdienmodel. Zonder deze elementen is een onderneming

kansloos. Maar daarnaast zijn er meer factoren die het succes van een onderneming bepalen...

Strategie

Een eerste belangrijke factor bij succesvol ondernemen is het hebben van een goede strategie. In mijn dagelijkse praktijk werk ik met het Model 8+. Een model met gebouwd

op een metafoor uit de roeisport die eenvoudig alle succesfactoren met elkaar verbindt. Zo'n model helpt om structuur te brengen in je gedachten en helpt je de juiste keuzes te maken. Een strategie heeft 3 elementen die met elkaar moeten kloppen. Het eerste element is de positionering. Vrij vertaald; voor wie wil je er zijn. Het tweede element is het aanbod, oftewel; hoe ga je de gekozen doel-

groep helpen. Wat heb je nodig? Het derde – en heel belangrijke element – is je prijsstrategie. De prijs die je vraagt moet passen bij de doelgroep én bij hetgeen je die doelgroep biedt. Het gaat dus om een passende prijs en zeker niet perse de laagste prijs!

Personeel

Een andere belangrijke succesfactor voor veel fitnessondernemers wordt gevormd door de medewerkers. Goede mensen zijn essentieel om de strategie ten uitvoer te kunnen brengen. Het vast weten houden van goede mensen is de echte uitdaging. Onze branche kenmerkt zich niet door uitstekende arbeidsvoorwaarden. De lonen zijn laag tot gemiddeld en de secundaire arbeidsvoorwaarden zijn ook niet bijzonder te noemen. Ik zie met regelmaat goede mensen bedrijven verlaten en meestal verlaten ze de branche. Niet zo gek, maar wel heel jammer. Het zou dus goed zijn om beloning en arbeidsvoorwaarden naar een meer concurrerend niveau te brengen, echter vaak laat de marge die gemaakt wordt een verhoging van de personeelskosten helemaal niet toe. En daarmee is de noodzaak duidelijk om 'simpelweg' met de onderneming te werken naar een beter rendement. Alleen dan komt er ruimte om medewerkers beter te belonen en aan de onderneming en de branche te binden. De sleutel daarbij ligt bij het verhogen van de efficiency. Niet harder werken, maar slimmer werken zodat met minder mensen, meer gedaan kan worden!

Processen

Een verhoging van de efficiency bereik je door te sleutelen aan de processen. Hiermee bedoel ik niet dat je perse alles vast moet leggen in protocollen, maar het aanbrengen van structuur helpt natuurlijk wel enorm. De kern van efficiencyverbetering is slimmer werken en niet perse harder. Dat begint met het – samen met het team - zoeken naar mogelijkheden om processen te verbeteren. Film bijvoorbeeld eens een intakegesprek en analyseer waar tijd gewonnen kan worden, zonder dat dit ten koste van de kwaliteit gaat natuurlijk. En als je verspillingen gevonden hebt, implementeer dan de verandering door draagvlak bij het team te creëren, om vervolgens te volgen of de maatregelen leiden tot de gewenste verbetering. Zo niet, dan stel je bij en anders vier je het resultaat! Bedenk daarbij wat Einstein ooit al eens zei: "Waanzin is steeds opnieuw hetzelfde doen, maar verschillende resultaten verwachten."

Marketing

Voor de meeste ondernemingen is marketing onmisbaar. Over het algemeen is het niet re-



alistisch te verwachten dat potentiële klanten je bedrijf 'blind' zullen weten te vinden. Je zult ervoor moeten zorgen dat je bedrijf zichtbaar is en de voor de klant logische keuze zal worden. Marketing kost geld en dat schrikt misschien af, maar kijk vooral naar het resultaat van de investering die je hierin doet. De tijd dat klanten als vanzelf binnen komen wandelen is voorbij. Dit lukt slechts incidenteel en sowieso alleen als je iets doet dat uniek is en mensen heel graag willen hebben. En precies dat gaat voor een groot deel van de fitnessbranche niet op. Marketing is een vak en als je dat vak niet beheerst, werk dan samen met een professionele partij. Het zal je return on investment ten goede komen!

Uitstroom

Nieuwe klanten werven is één, klanten vasthouden is iets anders, maar wel een essentieel onderdeel van een professioneel dienstverlening en bijvoorbeeld heel belangrijk als je een groei doelstelling hebt. Wat zijn factoren die bepalen of een klant lang bij je blijft en hoe geef je daar zo goed mogelijk invulling aan? Als je beweert dat je mensen echt helpt, doe je dat dan ook echt of moet je eerlijk zijn en toegeven dat het eigenlijk niet lukt. Hoe ga je dat veranderen? Of kies je er in je strategie bewust voor om klantbehoud niet belangrijk te vinden...

Management

Een professionele bedrijfsvoering wordt gerealiseerd door professionele managers. Als je als ondernemer zelf geen goede manager bent of wilt zijn, kies er dan voor om te werken met mensen die dat vak wel beheersen. Manage-

ment is een vak, net zo goed als dat mensen begeleiden naar een gezonder leven dat ook is. Vul je je management niet professioneel in, verwacht dan ook niet dat je organisatie professioneel en optimaal efficiënt zal presteren. En daarbij, hoe zorg jij er als ondernemer voor dat je jezelf blijft ontwikkelen?

Sturen op cijfers

Inzicht is belangrijk als je wilt werken aan het versterken van je onderneming. Zonder inzicht loop je als een 'blinde' door je bedrijf. De kans dat je succesvol zal zijn en blijven is daarmee grotendeels gebaseerd op toeval. Succes is in een bepaalde mate planbaar als je werkt vanuit kengetallen, begrotingen en inzicht!

Tot slot

Hoe meer succesfactoren je juist invult, hoe groter de kans dat je onderneming succesvol zal zijn. Succesvol in het werven van nieuwe klanten, in het vasthouden van klanten en personeel en succesvol in het nastreven van een gezond rendement. Succes!

Heb je vragen of opmerkingen?

Mail dan naar rwantzing@mndst.nl of bel 06 46 23 23 85.



RENÉ WANTZING is eigenaar van Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning en tevens Chief Operations Officer bij X-fitt Groep. Hij is sparringpartner, coach en klankbord voor ondernemers in de fitnessbranche. Mindset Bedrijfsontwikkeling helpt fitnessondernemingen in het midden- en hoge segment bij het verder professionaliseren van de bedrijfsvoering. Het resultaat: maximale winst en een toekomstbestendige onderneming.