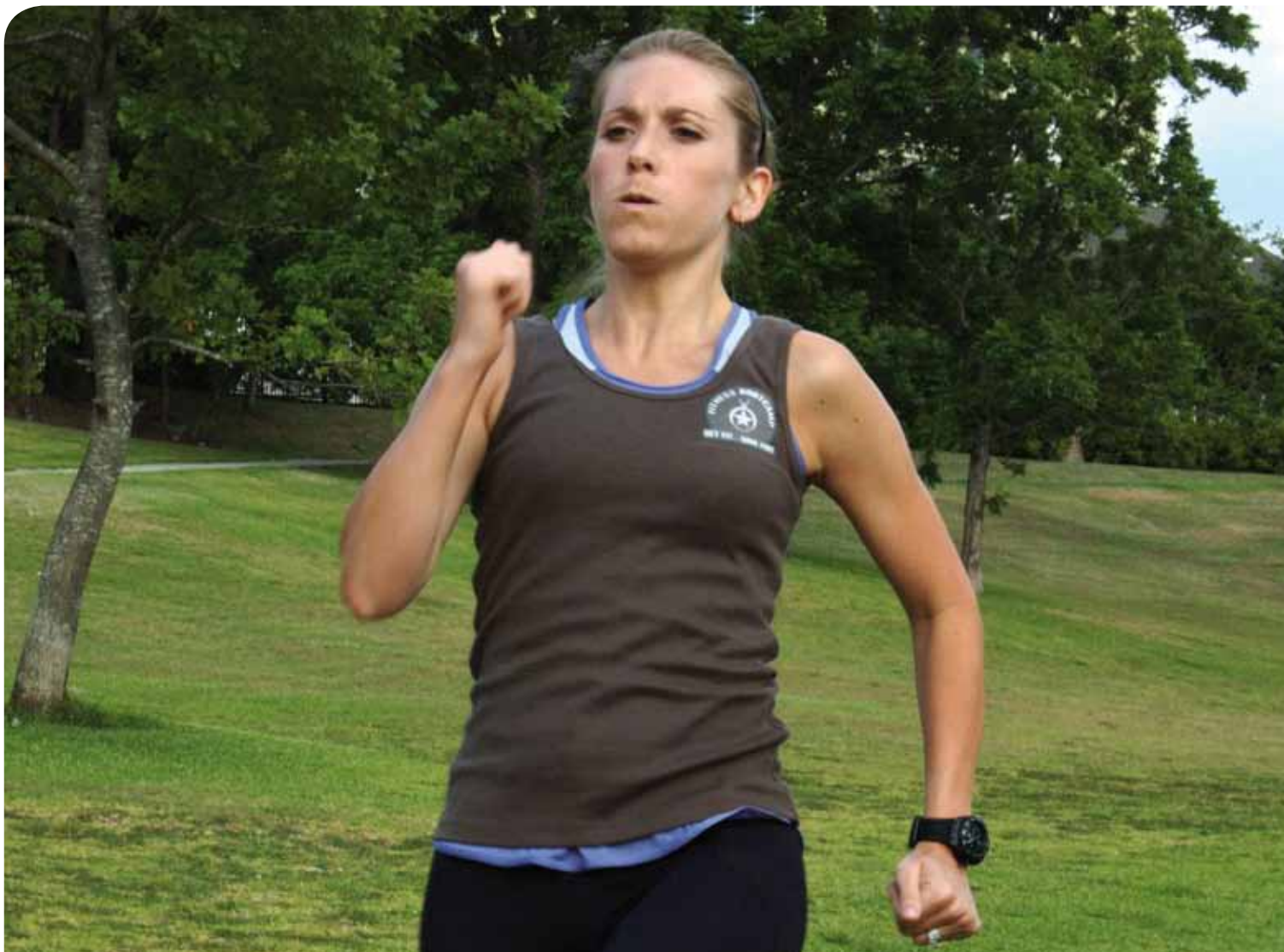




Succesmarketing met Boerenfitness!

Hoe vaak neem jij als ondernemer of manager écht de tijd om jouw bedrijf eens kritisch onder de loep te nemen? Met 'écht kritisch' bedoel ik niet zozeer de winst en verlies cijfers van dit jaar. En ook niet de tevredenheid en prestaties van klanten en personeel, algemeen management, dagelijkse gang van zaken etc.

Maar wat dan wel? Onderscheidende profilering voor lange termijn! Een gevolg van de juiste positioneringkeuzes, strategie, visie, innovatie (!) en al dat soort zaken. Deze keuzes bepalen jouw succes op lange termijn. Durf jij dat aan, keuzes maken?

Als marketeer in de fitnessbranche zie ik dagelijks vele fitnesscentra voorbij komen. Door het hele land. Helaas krijg ik elke dag weer bevestigd dat het overgrote gedeelte

van de fitnessbranche nog nooit echt kritisch heeft durven kijken naar de onderscheidendheid voor de lange termijn. Simpelweg niet gekeken, of niet écht durven kiezen.

Kop in 't zand

Kijk eens samen met iemand anders naar jouw website. Juist omdat dit dé plek is waar consumenten anno nu een beeld van jouw bedrijf vormen. Kijk liefst samen met iemand die geen specifiek belang heeft bij jouw bedrijf. En open naast jouw eigen website eens 10 websites van concurrenten. Voor het overgrote gedeelte van de ondernemers geldt dat ze in grote lijnen dezelfde websites gaan zien. Ja, de verpakking is net even anders. Maar de boodschap vaak min of meer het zelfde. Je kent ze wel; deskundige begeleiding, gezellige bar en

alles onder 1 dak. En je kunt snel afslanken met de Belly-methode. Eventueel tijdelijk met gratis inschrijven! Heb jij ze ook? Je kunt je kop er voor in het zand steken, maar de kans is groot dat dit ook voor jou geldt. Als je echt kritisch kijkt dan. Bij voorkeur door de ogen van een consument. Want wat overal geroepen wordt, hoeft niet altijd waar te zijn natuurlijk. Maar in de perceptie van de klant ben je niet onderscheidend bezig. Helaas.

Hoezo impact?

Is onderscheidend vermogen écht nodig? In de fitnessbranche hebben we het 'geluk' dat veel consumenten kiezen op basis van prijs en afstand. Waarschijnlijk een gevolg van bovenstaande. Omdat niemand echt durft te onderscheiden, waarom zou je dan op basis van iets anders dan prijs en afstand voor een sportschool kiezen? Aanloop zul je, in bepaalde maten, dus wel blijven houden.

Maar wat als de concurrentie jou voor is en écht durft te kiezen. Een keuze te maken waardoor consumenten veel minder de keuze baseren op prijs en afstand. Maar juist op inhoud van de gekozen richting. Ik ben bang dat je dan een groot probleem hebt. Een heel concreet voorbeeld is de opkomt van low-budget centra een aantal jaar geleden. Een hele duidelijke keuze, in alles doorgevoerd. Waardoor consumenten bereid zijn jou voorbij te fietsen. En dus heeft dit veel sportscholen in Nederland en België heel veel leden gekost. Dát is wat de impact van een onderscheidende keuze kan zijn!

Boerenfitness!

Dus, is het tijd om jouw bedrijf een boost te geven? Durf jij je te laten inspireren door de meest extreme keuzes om écht impact te forceren? Kies dan nu voor onderscheidend vermogen en succes op de lange termijn! Maak dan een heldere keuze voor jouw positionering!

Bedenk je daarbij dat deze keuze weinig te maken heeft met (nieuwe) faciliteiten. Dat zijn 'slechts' pleistertjes om soort van innovatief te blijven. Echt innovatief ben je pas als de kernkeuze gemaakt is op basis van een

filosofie. En vervolgens daar alle verdere keuzes op af te stemmen. Een aantal succesvolle en extreme kernkeuzes die we gezien hebben in onze branche: extreem goedkoop fitness (Fit For Free), gratis fitness (TrainMore), altijd open (24Hour-Fitness) en alleen voor vrouwen (Curves). Waar zie jij een gat in de markt? Fitness alleen voor boeren? Waarom niet, er zijn er genoeg...

Beter goed gejat...

Toegegeven, het is niet makkelijk om deze keuze te maken. De beste tip die er is om tot deze keuze te komen; doe het niet alleen! Laat je adviseren door deskundigen, trek een 'frisse blik' bij het proces, laat je inspireren door succesvolle ondernemers en concepten etc.. Zowel binnen als buiten de fitnessbranche! En kijk naar inspirerende modellen als de Golden Circle van Simon Sinek (Zoek maar eens op Youtube). Er is 1 grote gemene deler: innovatie! Want alleen dan zul je nieuwe doelgroepen aanboren en huidige klanten tevreden houden.

In de categorie 'beter goed gejat, dan slecht bedacht': zou 24hourfitness.com zelf de kernpositionering hebben uitgedacht, of zouden ze voor een belangrijk gedeelte geïnspireerd zijn door een andere branche...?

Heel veel succes!



Wouter Cornelissen
www.hiddenprofits.nl

Hidden Profits is hét online marketing bureau voor de fitnessbranche.
De 1^e en enige Google Adwords Certified Partner in fitness & health.
Klanten krijgen 300% Garantie.
Meer informatie: www.hiddenprofits.nl



DE EERSTE CLOUD COMPUTING TECHNOLOGIE IN DE FITNESS- EN WELLNESS INDUSTRIE, 24/7 IN CONTACT MET CLUBLEDEN EN UW APPARATUUR

Met 7 verschillende applicaties maken wij het mogelijk om voor iedere onderneming en ieder concept een passende oplossing te bieden:



CHALLENGE
Wedstrijd element



COACH
Begeleiding binnen en buiten de Club



SELF
Geautomatiseerde, doelgerichte trainingskaart



PROFILE
Klant profilering op basis van sportaspiratie



ASSET
Constant inzicht gebruik/ apparatuur



PRESCRIBE
Gepersonaliseerde trainingsondersteuning



COMMUNICATOR
Via berichten in contact met cardio-gebruikers



www.technogym.com/mywellnesscloud