



## Summer Marketing School

# HOE HET HPM PYRAMIDEMODEL JE FITNESSCLUB HELPT GROEIENN

Als fitnessondernemer in België of Nederland is het je doel om zoveel mogelijk leden aan te trekken voor je fitnessclub. Je begrijpt dat een groter aantal leden niet alleen zorgt voor een stijging van je inkomsten. Maar ook voor een bloeiende gemeenschap en een hoger slagingspercentage op lange termijn.

### Maar, leden werven nu is niet zomaar gemakkelijk

Het is echter niet altijd gemakkelijk om potentiële leden te vinden en te overtuigen. Hier komt het Pyramidemodel van Hidden Profits

Marketing in beeld. Dit model biedt een schematische weergave van de potentiële leden voor fitnesscentra en helpt je gerichte marketingstrategieën te ontwikkelen om je doelgroep effectief te bereiken.

Dit HPM Pyramidemodel, dat we al sinds 2011 voor onze klanten hanteren, is vrij naar een idee uit het boek 'The Ultimate Sales Machine' van Chet Holmes uit 2008.

### DE 5 LAGEN

Het Pyramidemodel van Hidden Profits Marketing verdeelt de potentiële leden in vijf lagen, elk met een verschillend niveau van interesse en bereidheid om lid te worden. Laten we eens kijken naar elke laag en hoe je ze kunt benaderen.

#### 1 - De 'natte droom' piek: kopers

De piek van de pyramide (3%): deze bovenste laag vertegenwoordigt mensen die op dit moment actief op zoek zijn naar een fitnesslidmaatschap. Ze hebben al besloten dat ze willen beginnen met sporten en staan open voor suggesties. Dit is de meest kansrijke groep potentiële leden en daarom is het belangrijk om hierop te focussen. Je kunt hen benaderen via gerichte Google-advertenties, sociale media-campagnes en zoekmachineoptimalisatie om je sportschool prominent te presenteren wanneer ze op zoek zijn naar een lidmaatschap.

Droomklanten die elke ondernemer graag wil. Uiteraard. Het zijn er alleen relatief gezien maar heel weinig.

#### 2 - Leden die je moet duwen

De tweede laag (7%): Deze groep mensen staat open voor het idee om lid te worden van een fitnesscentrum, maar ze hebben nog een duwtje in de rug nodig om de stap te zetten. Richt je op het bieden van waardevolle informatie en overtuig hen met testimonials van tevreden klanten. Bied gratis proefperiodes, een 4-12 weken challenge of speciale aanbiedingen om hen over de streep te trekken. Dit kan bijvoorbeeld via e-mailmarketing, landingspagina's op je website of direct mail.

#### 3 - Fitness...?

De derde laag (20%): In deze laag bevinden zich mensen die nog niet aan fitness denken, maar wel openstaan voor veranderingen in hun levensstijl. Ze hebben misschien nog niet gerealiseerd dat fitness een

### IN VEEL PYRAMIDES BEVINDEN ZICH VERBORGEN RUITES. HOE DIEPER JE IN DE HPM PYRAMIDE GAAT, HOE MEER JE JE VERBORGEN WINST VINDT!

goede optie voor hen zou kunnen zijn. Hier is het belangrijk om bewustwording te creëren en de voordelen van een gezonde levensstijl te benadrukken. Maak gebruik van contentmarketing om informatieve en inspirerende artikelen, blogposts, video's en sociale media-inhoud te delen. Dit helpt hen te laten zien hoe fitness hun leven positief kan beïnvloeden.

#### 4 - 'Nee, ik dénk het niet'

De vierde laag (30%): Deze groep mensen dént dat ze geen interesse hebben in fitness. Ze hebben wellicht vooroordelen of hebben nog geen positieve ervaringen gehad. Het is belangrijk om deze barrières te doorbreken door middel van effectieve marketingstrategieën. Organiseer bijvoorbeeld gratis workshops, membership tests of challenges waarbij je de nadruk legt op plezier, gemeenschap en de niet-traditionele aspecten van fitness. Door positieve ervaringen te bieden, kun je hun mening veranderen en hen aantrekken als leden voor je fitnessstudio.



#### 5 - Zij die nooit lid worden! Totdat...

De onderste laag (40%): Deze mensen weten dat ze geen interesse hebben in fitness en zijn onwaarschijnlijk om van gedachten te veranderen. Hoewel het misschien verleidelijk is om deze groep volledig te negeren, is het toch de moeite waard om af en toe een strategie te bedenken om hen te bereiken. Ze kunnen familieleden, vrienden of collega's hebben die wel geïnteresseerd zijn in fitness. Door middel van getuigenissen, aanbevelingen en referral-programma's kun je deze groep indirect bereiken en mogelijk nieuwe potentiële leden aantrekken. En vergeet niet: jij zelf hebt nu ook leden die ooit hardop zeiden dat ze nooit lid zouden worden van een sportschool...

#### Belangrijk: lager = meer starthulp

Dit HPM Pyramidemodel is in feite een customer journey. De mensen in de bovenste laag zoeken zelf actief en worden lid. Misschien wel zonder te vragen of ze lid willen worden. Hoe lager in de Pyramide, des te meer verantwoordelijkheid jij als ondernemer (met je team) hebt: Hoe lager de lead in de Pyramide zit, hoe meer starthulp zij van jou nodig hebben. Het zijn geen slechte leads, het zijn leads die een duwtje in de rug nodig hebben. Of twee, misschien wel drie. Omdat ze simpelweg nog niet zover waren om uit zichzelf lid te worden. Als je dat beseft, dan weet jij je hidden profits goed binnen te halen. Waar je concurrentie zegt dat het 'slechte leads' zijn laat jij de lead niet stikken, maar blijft duwtjes in de rug geven.

#### Alle strategieën samen op 1 plek

Het Pyramidemodel van Hidden Profits Marketing biedt een gestructureerd kader om de marketinginspanningen voor je fitnessclub te richten op de verschillende lagen van potentiële leden. Door gerichte strategieën te ontwikkelen voor elke laag, zet je je marketingbudget effectief in. En bereik je een bredere doelgroep. Vergeet niet om je inspanningen te meten en te analyseren, zodat je kunt zien welke benaderingen het meest succesvol zijn en je strategieën kunt aanpassen indien nodig.

Het laten groeien van je bedrijf vereist consistentie, geduld en creativiteit. Aan de hand van het Pyramidemodel van Hidden Profits Marketing kun je echter je marketingstrategieën verfijnen en je kansen vergroten om nieuwe leden aan te trekken.

Het HPM Pyramidemodel in praktijk?

Contact via [www.hiddenprofitsmarketing.com](http://www.hiddenprofitsmarketing.com)



**AERNOU LEEZENBERG** De auteur is oprichter van Hidden Profits Marketing, dat sinds 2004 ondernemers en managers in de fitnessbranche gezonde winst helpt behalen.  
[www.hiddenprofitsmarketing.com](http://www.hiddenprofitsmarketing.com)