



Maar ook dat het heel moeilijk is gemaakt om direct bij het eerste bezoek te reageren. Waarom kan ik me niet direct bovenaan de homepage makkelijk(!) direct aanmelden? Aanmelden om lid te worden, voor meer info, voor hulp, voor kennismaking, etc.

Actie: meet het aantal én het percentage websitebezoekers dat reageert en lead/lid wordt

3 - "Niet Google-adverteren op bedrijfsnaam, mensen komen al gratis!"

Ja dat is logisch, als mensen gratis komen wil je daar niet voor betalen. Als je echter iets dieper in je Google Analytics kijkt (naar het conversiepad), dan zie je dat er slechts een klein percentage van sitebezoekers direct lead wordt. Het adverteren op je eigen bedrijfsnaam kost per maand maar een paar Euro. Het levert echter wel

aantoonbaar een 6x hogere kans op dat mensen direct lead worden. Gemiste kans als je niet op je eigen bedrijfsnaam adverteert.

Actie: meet hoeveel leads of leden er maandelijks direct én indirect binnen komen via Google ads

4 - "Leads uit Facebook en Instagram-advertenties zijn slechte leads!"

Ik verklap je een geheimpje: mensen die in social media wat scrollen en swipen zijn niet per sé op zoek naar een sportschool of personal trainer. Ze zijn op zoek naar iets van vermaak. Met een kekke advertentie heb je kans om een echte conversatie met hen te starten. Daarbij hebben ze echt jouw hulp nodig. Dus niet 'kom lekker sporten!'. Nee, jouw starthulp, stap voor stap. Die moeite doen, daartoe lijkt je (luie?) concurrentie niet bereid. Dus als jij ...

Actie: meet hoeveel van de leads je echt stap voor stap geholpen hebt

5 - "Bij ons wordt bijna iedereen lid! Zolang ze maar binnenkomen."

Echt, dat klinkt fantastisch. De praktijk: als je nog geen echt meetbaar systeem voor lead-opvolging hebt, ga je schrikken wat er werkelijk gebeurt. En hoe garandeer je dat de meeste leads ook werkelijk binnen komen? Het begint al bij de leads vanuit servicegedachte direct binnen 2 minuten bellen. Hoe later nadat de lead binnenkomt, hoe meer je leads kwijtraakt. Time flies, aandacht van je leads flies. Zo is de maatschappij nu. Bonus: veel professionele clubs hebben een protocol om 13 keer binnen 3 dagen de lead te proberen bereiken. Gemiddeld lukt dat na 5,5 keer.

Actie: meet hoeveel % van de leads je binnen 2 minuten belt + hoeveel contactopgingen je doet

Een volgende keer: sturen op data van gemiste leads, oud-leden, oud-leads, extra verkoop en meer.

GEEN WOORDEN MAAR DATA!

Hand in hand, geen woorden, maar data (of: emotie en cijfers). Een ambitieuze ondernemer of manager in de fitnessbranche bouwt voor zeker 80% of zelfs meer op basis van cijfers, aangevuld met een klein beetje buikgevoel. De kleine studio-ondernemers met te weinig leden doen het precies andersom.

Alles in de fitnessbranche draait om cijfers! Ga maar eens na. Alle trainers meten progressie op cijfers, niet op gevoel. Als ondernemer stuur je je team aan en maak je beslissingen op basis van data. Althans, als je echt een duurzaam succesvol bedrijf wilt bouwen.

Grootste fitnessmarketing benchmark ter wereld

Binnen Hidden Profits Marketing hebben we een gi-gan-tische database vol marke-

tingdata van alle klanten wereldwijd sinds onze oprichting in 2004. Ik schat in de grootste fitnessmarketing benchmark databank ter wereld. Met super veel data uit Nederland en België.

Op welke cijfers wil jij je marketing sturen?

De kern van de marketingdata voor je op een rijtje:

1 - "Wij ondernemen op menselijk gevoel" Mooi! Hoe meer mensen je blij maakt, hoe

beter je bedrijf. In praktijk blijkt telkens iets anders: dat juist ondernemers en managers die hun bedrijven bouwen op basis van data veel, echt heel veel meer mensen helpen. Het ondernemen op gevoel is daarbij super voor de visie en koers van het bedrijf.

Actie: een Lead Management Systeem actief gebruiken om überhaupt te kunnen meten

2 - "Mensen vinden mijn website echt heel mooi en onderscheidend!"

OK, mag ik eerlijk met je zijn? Al 20 jaar bezoek ik websites van fitnessclubs en studio's. En al 20 jaar verbaas ik me dat het bij de meeste websites draait om (hele mooie) energieke bedrijfspromotievideo's en actiefoto's, veel tekst en uitleg, mooie teamfoto's.



AERNOU LEEZENBERG

De auteur is oprichter van Hidden Profits Marketing, dat sinds 2004 ondernemers en managers in de fitnessbranche helpt naar een florerend bedrijf.
www.hiddenprofitsmarketing.com

