

GRATIS HANDBOEK

**DEZE 3 GEHEIMEN
BIEDEN DE BESTE
GARANTIE DAT JOUW
FITNESSCLUB OF
-STUDIO DE CRISIS
GEZOND DOOR KOMT**

HPM **HIDDEN
PROFITS
MARKETING®**



Deze 3 geheimen bieden de beste garantie dat jouw fitnessclub of -studio gezond door de crisis komt!

**Voor ondernemers en managers die hun leden juist ook nu
meer waarde willen blijven leveren**

Herken jij dit van jezelf of een collega?

- Je leden willen financiële compensatie?
- Meer leden dan normaal storneren de incasso?
- Meer leden dan normaal zeggen op?
- Niemand wil nu lid worden?
- Hoeveel leden heb ik nog na de crisis?
- Kan ik mijn kosten zowel zakelijk als privé wel dekken?
- ... enzovoort...

Heel de fitnessbranche in Nederland en België staat op zijn kop. Er is in ieder geval één ding duidelijk: voor fitnessclubs en -studio's is onduidelijk wat de toekomst brengen gaat.

Dit handboek biedt jou een antwoord.

Inhoud

1. Wat is je waardepropositie tijdens de crisis?
2. Geheim 1 (enige alternatief)
3. Geheim 2 (hoe dan?)
4. Geheim 3 (zeg het maar)
5. En de volgende stap is...

Team Hidden Profits Marketing
www.hiddenprofitsmarketing.com

1. Wat is je waardepropositie tijdens de crisis?

Klinkt leuk, maar wat is een waardepropositie?

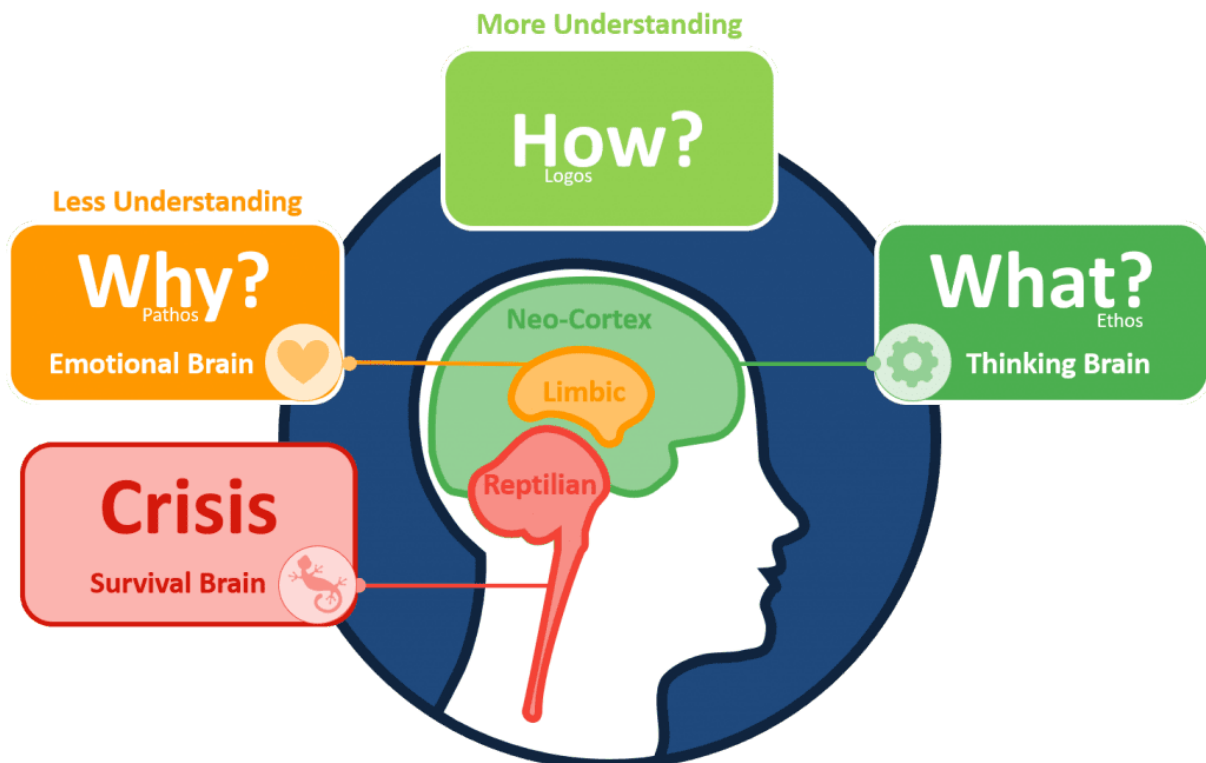
Propositie = voorstel, je doet je potentiële leden een voorstel waarom ze bij jou willen gaan sporten.

Definitie: Een waardepropositie geeft antwoord op de vraag waarom een klant voor jouw bedrijf, product of oplossing kiest in plaats van voor de concurrent.

In fitness is de door bijna alle bedrijven **gebruikte waardepropositie** iets van: *'Bij ons voelt iedereen zich thuis, train je op de nieuwste apparatuur van merk X en is met name de persoonlijke aandacht het grootste onderscheid'*.

Inderdaad, **niet bijster onderscheidend**, maar... nu is het crisis.

Daarom valt de normale waardepropositie compleet in duigen!



Tijd voor een geupdate versie van jouw propositie.

Wat wil jij je huidige leden én nieuwe leden bieden?
Hoe je die propositie invult bepaal je zelf, daar ben je ondernemer voor.

Duidelijk zijn is beter

Wij als marketingbureau zorgen ervoor dat als je een duidelijke propositie hebt, we die vertalen naar de complete reeks aan online communicatiemiddelen: website design, website menustructuur, webpagina-indeling, Google vindbaarheid, Google advertenties, Facebook advertenties, Instagram advertenties.

Onze eigen waardepropositie

Ook onze eigen waardepropositie is (tijdelijk) gewijzigd:
Wij willen onze klanten helpen om financieel gezond door de crisis te komen. En geloven dat hen faciliteren om meer waarde te blijven leveren de beste garantie geeft om dat te bereiken.

'Stilzitten is altijd al achteruitgang, nu helemaal'

2. Geheim 1: ga online (je enige alternatief!)

Goed. Het is eruit. Ga online. Nu.

Als je je leden of cliënten centraal stelt, dan is volgens ons de enige juiste keuze om je dienstverlening op een alternatieve wijze voort te zetten. Misschien zelfs uitgebreider dan normaal. Ga Online. Wij denken dat dat het best werkzame alternatief is voor je leden, ongeacht of je nu 1, 10, 100 of duizenden leden hebt.

De fitnessbranche zit op goud!

Als je nou beseft dat mensen bij jou lid zijn geworden om zich fitter te voelen. En dat ze kiezen voor bewegen als kern (anders waren ze wel naar bijvoorbeeld een diëtist gegaan).

En als je beseft dat ze juist nu ze veel binnen moeten blijven minder bewegen. En meer eten dan normaal, al was het uit verveling, uit stress. Dat ze hun normale sociale cirkel van mensen missen, omdat de meesten niet naar hun werk kunnen of hun vrienden en familie niet zomaar kunnen zien.

*Dan weet je dus dat er **juist nu éxtra behoefte is aan beweging**. Aan energieke voelen. Aan stressvermindering. Aan fitheid, in vorm zijn. Kortom, er is extra behoefte aan de diensten van jouw bedrijf! Juist nu.*

Wat bied je online aan? De 4 pijlers

Er zijn in onze ogen 4 pijlers die je online aan wilt bieden:

1. **Training**
2. **Voeding**
3. **Coaching**
4. **Community**

ad 1 - Training

De kern van je dienst is dat je door trainen mensen fitter helpt worden. Dat moet dus sowieso vervangen worden. En wel door een online platform. Wat is dat? Nou, een **eigen Youtube kanaal** is al een platform. Zoals bijvoorbeeld van onze klant [Healthclub Jordaan](#). Of van onze klanten [LifeCity](#) & [Oostergym](#), die er een Fitness Inside uitzending op maken!

Net als bijvoorbeeld:

- Fitsnack.tv (tijdelijk bij eenmalige betaling kun je gebruik van het [platform kosteloos](#) aanbieden aan je leden)
- [Virtuagym](#) heeft een mooie oplossing voor training en coaching op afstand
- De trainingen van [Technogym](#) op o.a. Youtube
- En een bijzonder initiatief van onze klant *Bob van Nisselrooy* met zijn eigen platform www.fitdistrictlive.nl. Als je zelf geen eigen platform hebt of wilt, dan kun je via deze website contact leggen met Bob en regelt hij dat jouw leden **tijdelijk gratis** gebruik kunnen maken van de trainingen!

Tsja, de miljoenen gratis videos op Facebook, Instagram en Youtube...

Laten we welwezen; op het hele internet wemelt het van de video's, trainingen, live uitzendingen enzovoort. Dus puur voor de oefening hoef je zelf echt he-le-maal niets te maken of te regelen.

Maar: je leden maken daar nu ook al geen gebruik van, terwijl dat dus voorhanden is. Ze hebben jouw hulp en begeleiding nodig. Net als op het moment dat je bedrijf wel nog open was.

***Kernvraag:** Hoe doe je dit allemaal zodat het voor je leden de meeste waarde en beste beleving oplevert. Wij faciliteren onze vaste klanten bij o.a. deze vraag. Want let op: als je bijvoorbeeld een cirkel concept of een 30-minuten les als hoofdactiviteit hebt, dan zitten je leden echt niet te wachten op een dagelijkse live stream video!*

Ad 2 - Voeding

Elke fitnessdeskundige geeft het aan: als je wilt afvallen en in shape zijn, dan geldt voor de meeste mensen dat ze zo'n **20-30% van het resultaat uit fysieke training halen en 70-80% via voeding.**

Ook hier geldt: het wemelt op internet van de voedingstips, -schema's en -deskundigen. Maar je leden hebben jouw hulp nodig om te kiezen, te starten én vol te houden.

Kies een generiek online voedingsprogramma

Hoeveel procent van je leden had als doel afvallen? En hoeveel procent had een voedingsplan via jou? Wij schatten 80% wil afvallen of beter figuur en minder dan 10% is aan de voeding. Door al dat thuiszitten nog meer behoefte aan is.

Voor onze vaste klanten hebben we een mooie afspraak met www.vytaal.nl kunnen maken; ongeacht welk soort dieet of voedingsplan jouw voorkeur heeft, het kan met dit platform (website + app i.c.m. Albert Heijn's Appie bezorging).

Ad 3 - Coaching

Wat is het allerbelangrijkste verschil tussen jouw studio of club en de grote ketens? Tussen jou en je concurrent? Juist... **persoonlijke aandacht!** (dat haal ik uit de waardepropositie zoals die al eerder benoemd werd)

Waaruit blijkt jouw visie op 'persoonlijke aandacht' echt?

Het antwoord daarop: uit de wijze waarop je jouw leden coacht. Van alles wat je online doet is coaching het allermakkelijkst om te organiseren.

Ook hier weer: er is online zo ontzettend veel over trainen, voeding en zelfs coaching te vinden. Maar jouw leden hebben voor jou gekozen. En hebben nu jouw hulp nodig. Nog **meer dan toen je open was.**

Welk communicatiekanaal kies jij voor je online coaching: Zoom? Skype? Google Hangouts? Whatsapp? Facetime? Of een ander tool? Onze klanten krijgen van ons praktisch op een rij welke keuze ze willen maken. In plaats van het zelf uit te moeten zoeken.

Ad4 - Community

De grote 'hidden' pijler is de community. Waarom? Omdat je als trainer/ondernemer gefocust bent op je diensten blijven leveren.



Marketing Fitness & Health

Public group · 494 members



+ Invite

Maar het sociale element van de deur uit gaan (moeilijk), in de club of studio bekenden zien (onmogelijk), mogelijk samen dicht op elkaar trainen (verboden) en na afloop even iets drinken (nu even niet) weegt zwaar.

Mensen zijn van nature kuddedieren, maar dan in de positieve zin van het woord; sociale verbondenheid is belangrijk. Nu? Nu is dat weg. Zowel werk, privé als bij het sporten.

De makkelijkste community: Facebook Groep

We kunnen het nu lekker makkelijk maken; de snelste manier om een digitale clubhuis te maken is te kiezen voor het maken van een Facebook Groep. Er is een groot verschil tussen een pagina (zoals bijna alle bedrijven hebben) en een groep.

Verschil page en groep

Zo kun je alleen vanaf een pagina adverteren. Maar haast niemand ziet je gratis geplaatste posts. Terwijl in een groep meer dan de helft van je leden een signaal krijgt zodra je een post geplaatst hebt! een voorbeeld van zo'n groep is de **Open Groep 'Marketing Fitness & Health'**. Voor ondernemers en managers in onze branche, nu leden uit zo'n 30 landen al.

Maar let op: een community hebben is **één**. De juiste variant en instellingen kiezen, hem vullen met leden én inhoud die tot veel interactie leidt is **twee**. Omdat alleen **dán** je leden echte meerwaarde beleven!

Onze vaste klanten krijgen van ons een helder stappenplan hoe ze een Facebook Groep maken, welke instellingen het slimst zijn en wat ze in die community willen delen en faciliteren zodat er echt een online clubhuis kan ontstaan.

3. Geheim 2: welke protocollen gelden er online?

Dit is de **meest gemaakte fout** door de meeste clubs en studio's!

Goed, het is logisch dat je online gaat. Maak nou niet de fout die de meeste van je branchegenoten maken. Je wilt niet weten hoeveel ondernemers 'online' als 'anders' beschouwen. En dus hun normale protocollen en procedures vergeten in te zetten.

Online gelden EXACT DE ZELFDE protocollen als in je club of studio!

Zo, het is eruit. Echt mensen, je hoeft maar een kleine aanpassing te doen! Wat en hoe? Simpel: als je in je club een nieuwe activiteit introduceert bij je leden, laat staan nieuwe leden bij start van hun lidmaatschap begeleidt. Welke stappen doorloop je dan? Loop nu eens stap voor stap door je protocol en vraag je bij alles af: moet dit voor online anders zijn? Zo nee, dan gewoon normaal hanteren. Zo ja, bepaal de nieuwe 'online' regel en noteer die in je stappenplan.

The screenshot shows a navigation bar with 'Home', 'Forum openbaar', and 'Vraag aan HPM'. Below it, a breadcrumb trail reads 'Home > E-learning'. The main content area features a grid of 8 colored cards, each representing an e-learning module with its title and page count:

Module	Page Count
KENNISPLATFORM > START HIER!	1 pagina's
MARKETING TIPS	8 pagina's
DE EERSTE 8 WEKEN	10 pagina's
FACEBOOK	14 pagina's
LANDINGSPAGINA	4 pagina's
LEAD CONNECT	8 pagina's
VERKOOP	12 pagina's
WEBSITE	12 pagina's

Dus niet: hier zijn de inlogcodes, succes!

Maar: "Hier zijn de inlogcodes én een video of PDF hoe je exact opstart. Als het niet lukt helpen wij je persoonlijk je account aanmaken of invullen. Geen probleem. Bovendien hebben we nu en voortaan elke zondag een set nieuwe trainingen op het platform voor je geselecteerd. Dat zijn dan je trainingen voor die week. Je vind ze in je mail én in de besloten Facebook Groep. Welkom online!"

4. Geheim 3: met wie en hoe communiceer je?

Gefeliciteerd! Je hebt dus een trainingsplatform geregeld.

En als het goed is ook iets met voeding en coaching. Nu dus tijd om je leden te vertellen en hen uit te nodigen om dit alles te activeren. Hoe ga je dat doen? Een mailtje? Leuk!

Maar wist je dat gemiddeld slechts 30% je mail opent? En daarvan slechts 10% op een link in je mail klikt? Dus maar 3% of in ieder geval een te klein deel van je leden je alternatieven ziet. Hoe ga je zorgen dat je al je leden bereikt.

Niet mijn slapende leden!

Echt waar, we hebben het wederom meerdere keren gehoord: "ik wil níet al mijn leden mailen, ik wil niet dat mijn slapende leden opzeggen!"

Bij elke (economische) crisis van de afgelopen decennia is het **het zelfde liedje**: ondernemers hebben wéér niet geleerd van de vorige crisis. En weer zijn veel ondernemers voor hun inkomen afhankelijk van mensen die wel betalen, maar niet komen sporten. Dat is echt het slechtste business model ooit!

Impact, vrijheid en mooi inkomen

Natuurlijk, vanuit financieel oogpunt begrijpen we het goed. Maar het maakt je bedrijf en bestaan zo kwetsbaar. Zo afhankelijk. Terwijl je als ondernemer toch impact, vrijheid en een mooi inkomen nastreeft?!

Welke middelen zet je in om met je leden te communiceren?

Het is niet zo moeilijk. Dit zijn ze:

- Je website: staat er op de **homepage** van je website direct helder wat je nu online aanbiedt?
- Email: de **beste manier** om zoveel mogelijk mensen te bereiken waarvan je een emailadres hebt
- Telefoon: **persoonlijker**, super handig voor alle mensen die je niet met massacommunicatie bereikt hebt of geactiveerd hebt
- Whatsapp: gebruik **verzendinglijsten** ipv 1 op 1 berichten
- Facebook Page: de gratis berichten, helaas bereiken die maar een heel beperkt percentage van je leden (vaak **niet meer dan 5%**)

- De nieuwe Facebook **Group**: bereik ruim meer dan 50% van je groepsleden (daarom wil je juist meer mensen in je groep)
- Instagram: maar dan alleen de **stories**, verder kijken mensen niet echt
- Facebook en Instagram **advertenties**: veelal over het hoofd gezien. maar zorg dat je de emailadressen van je leden in Facebook uploadt, dan saar voor zowel Facebook als Instagram direct op adverteren.



Elk probleem wordt opgelost door 'vers bloed'

Goed, je hebt dus al je faciliteiten zo'n beetje op orde. je hebt leden zo massaal mogelijk gecontact én geactiveerd. Toch is maar 50% van je leden actief op jouw online oplossing. Ondanks al je communicatiepogingen.

Het is dus gewoon business as usual. Want ook als je normaal open bent is er een (te groot) deel van je leden inactief. Wat nu? **Tijd voor vers bloed!** Tijd voor nieuwe leden die juist nu op je online propositie afkomen!

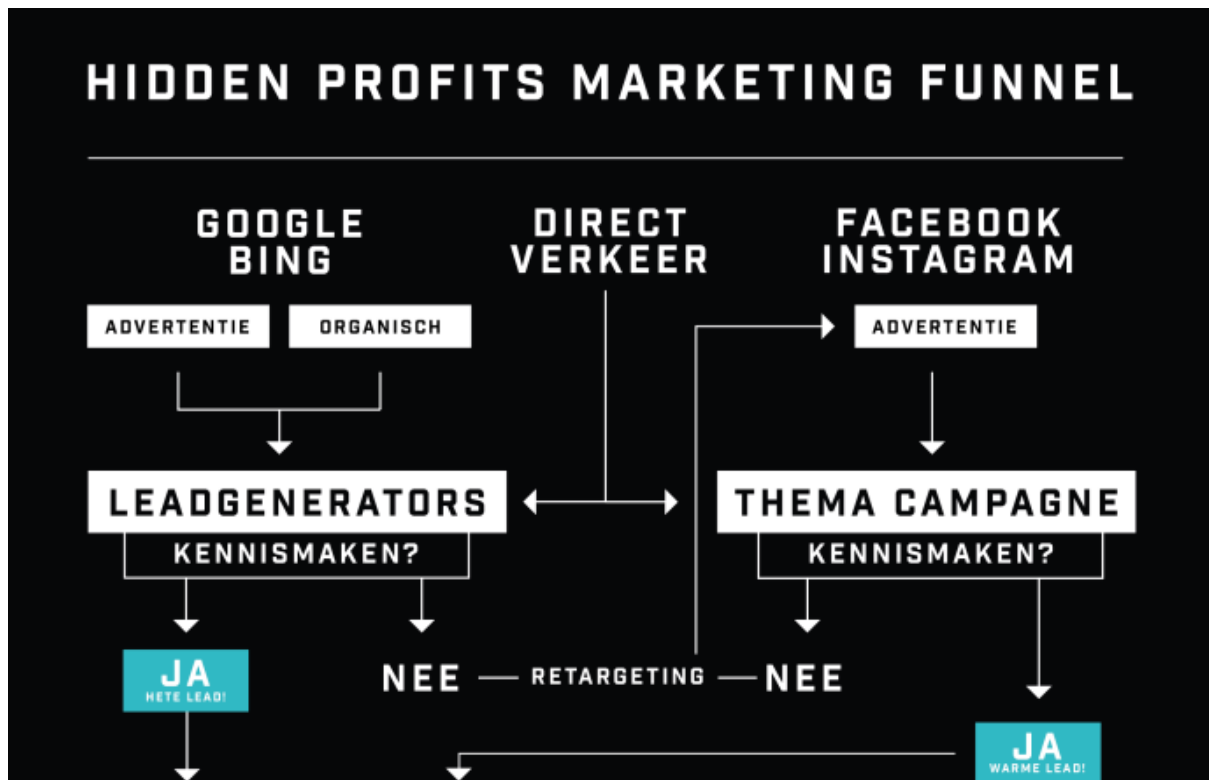
De 'hidden' doelgroepen

Wie ga je dan aantrekken? Gewoon adverteren op social media enzo? ja! maar eerst focus op:

1. De **vrienden en familie** van je leden - de welbekende **good-old doelgroep**. Ja, ook nu kan de leden-werven-leden kaart prima gespeeld worden. Doen! Moet je natuurlijk wel eerst veel online actieve leden hebben.

- Al je **oud-leden** - je hebt nu een reden om hen te contacteren. Hoe? Zie hierboven, kies je manier. Wij raden sowieso aan: ga op die groep **adverteren**, zorg voor een **kekke en effectieve landingspagina**. Bijkomend voordeel: deze groep van vaak honderden/duizenden mensen kent jou al, kent jouw club al. En vertrouwen is de basis van 'kopen'. Dit is het laagst hangende fruit.
- Al je **oud-leads** - wereldwijd zien wij dat zo'n 30-40% van alle leads lid wordt. Dat betekent dat van alle jaren dat je al leads genereert de meerderheid nog geen lid is. Nu heb je een ultieme reden om hen nogmaals uit te nodigen. Communicatie? Zelfde manier als bij oud-leden!

Als je eenmaal nieuwe mensen (digitaal) binnenkrijgt, dan zul je merken dat je 'gewoon' weer door kunt groeien. Dat is immers de **beste garantie** om financieel gezond door de crisis te komen.



5. En de volgende stap is...

Tijd voor actie. Letterlijk: ga aan de hand van dit handboek te werk. Zorg dat je de basics regelt. En de basics zijn:

- Dat je zowel training, voeding, coaching én community online inricht.
- Dat je de standaard protocollen hanteert en op details aan 'online' aanpast
- Dat je massaal én slim gaat communiceren

Beste garantie op succes!

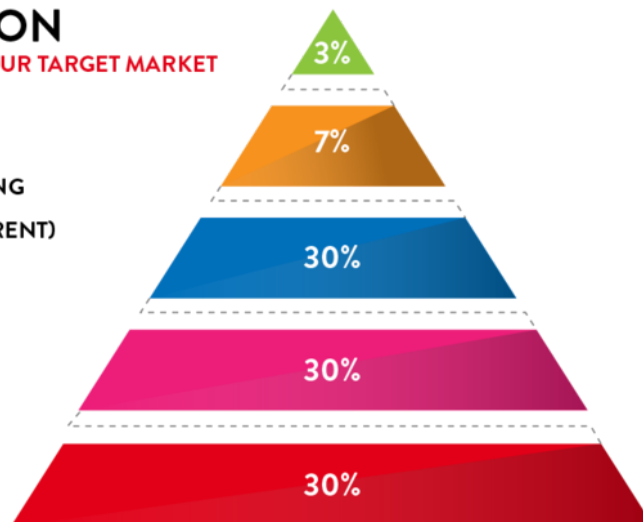
Als je de beste garantie wilt op succes, besef dat 'online dienstverlening' voor jou voor nu dé nieuwe kans van het jaar is. En dat je er massaal op inzet. Zelf, maar ook via advertenties en meer gegarandeerd nu je marktplek verzekert.

Want stel, je doet er nu nog even niets mee ...

DEMAND GENERATION

ANALYZING THE BUYING PHASES OF YOUR TARGET MARKET

- READY TO PURCHASE
- OPEN TO BUYING, BUT NOT LOOKING
- NOT THINKING ABOUT IT (INDIFFERENT)
- THINK THEY AREN'T INTERESTED
- KNOW THEY AREN'T INTERESTED



Source: "The Ultimate Sales Machine", Chet Holmes

Maar **je concurrentie doet het wel**. Jouw leden willen nu online support. Als jij die niet geeft, dan gaan ze dat elders zoeken. kans bestaat dat als je concurrentie er wel op inzet, dat ze daarheen gaan. Dan ben je die leden misschien kwijt, ook offline. Zonde!

En wat denk je van al die mensen die nu niet sporten maar hoe langer de crisis duurt hoe meer hun behoefte om online coaching te krijgen stijgt. Die loop je dan ook mis.

Structuur garandeert succes

Die structuur in marketing, adverteren, leads genereren, ledenwerving leveren wij jou met onze [GroeiFormule](#) (inclusief vele, vele, vele extra's tijdens de crisis)

Klik voor alle info: www.hiddenprofitsmarketing.com/nl/de-formule/

Veel succes!

#FIGHTTHECRISIS

Hidden Profits Marketing BV

Plotterstraat 22

1033 RX Amsterdam

Tel: +31 (0) 20 - 345 81 83

E-mail: info@hiddenprofitsmarketing.com

Connect ook op [Facebook](#) / [LinkedIn](#) / [Instagram](#) / [Twitter](#)

Partners

