



Franco Qafoku
Geschäftsführer Mc Consult



10 Tipps für sofort mehr Umsatz!

Tipp 1: Der richtige Betriebsname



Es ist ratsam, auch den Namen des Betriebes einmal in Frage zu stellen. Denn alles beginnt mit dem Studionamen! Ist er falsch - entsprechend Ihrer Wunsch-Zielgruppe - gewählt, so kann das unter Umständen bis zu 84 Prozent des vorhandenen Marktes vom Studio fernhalten. Heißt der Betrieb z. B. „Ralf's Body Gym“, so wird dieser Name gerade nur die 16 Prozent des Marktes ansprechen, die an Bodybuilding interessiert sind. Trägt der Betriebsname neben Fitness auch noch Hinweise auf allgemeine Freizeitangebote, so lässt sich ein weit größeres Publikum als rein „Fitness-“ und Sport“-Interessierte erreichen. Wer im Nachhinein feststellt, dass die Wahl des Studionamens nicht besonders glücklich war, sollte in Erwägung ziehen, den Namen zu ändern. Die Änderung eines bestehenden Betriebsnamens bringt nur sehr wenige Nachteile mit sich (z. B. unbrauchbar gewordene Drucksachen). Die Vorteile überwiegen in den meisten Fällen deutlich.

Tipp 3: Beitragspolitik



Preise sollten aus psychologischen Gründen nicht „rund“ sein, sondern sich immer knapp unter den „Schmerzgrenzen“ befinden (z. B. 49,95 € statt 50,- €). Ermäßigungen aus „sozialen Gründen“ sollten nicht gewährt werden (z. B. für Azubis, Hausfrauen, Wehrdienstleistende, Rentner, Partner usw.), sondern nur, wenn die kommerziellen Interessen des Clubs dadurch gefördert werden (z. B. bei längeren Laufzeiten, für mitgebrachte Freunde, bei Vorauszahlung). Aufgrund der Inflation bedeuten „gleich bleibende“ Preise in Wirklichkeit eine Preissenkung. Preise müssen (auch für bestehende Mitglieder) regelmäßig angehoben werden. Diese Möglichkeit muss ebenfalls im Vertragstext vorgesehen sein. So kann es ganz einfach sein, alte Preise anzuheben, ohne dabei Mitglieder zu verärgern oder gar zu verlieren.

Tipp 5: Personalschulung

An Hand eines Rechenbeispiels in einem durchschnittlichen, kleinen Studio mit 500 Mitgliedern wird klar, welche enorme, existenzielle Bedeutung die Personalschulung für die Wirtschaftlichkeit eines Studios haben kann. Ein solches Studio verliert 50 % seiner Mitglieder (250) pro Jahr. Diese müssen durch 250 neue ersetzt werden, um auf dem gleichen Stand zu bleiben. Doch wie viele Interessenten muss es geben, um 250 neue Mitglieder aufzunehmen? Hierbei kommt es darauf an, wie gut das Personal geschult ist. Wenn das Personal nur 40 % der Verkaufsgespräche zum Abschluss bringt und nur mit 20 % der Anrufer einen Termin vereinbart, werden 3.125 (!) Interessenten benötigt. Diese Kalkulation wird nebenstehend dargestellt. Hat man geschultes Personal, das eine Abschlussquote (im Verkaufsgespräch) von 70 % und eine Terminquote (am Telefon) von 80 % hat, so sieht die Kalkulation wie nebenstehend aus, wenn von derselben Anzahl von Anrufen ausgegangen wird. Statt 250 werden 1.500 Mitglieder aufgenommen! Das heißt, wenn ein Vertrag einen Wert in Höhe von 667,00 € (12 x 49,00 € /Mon. + 79,00 € Anmeldegebühr) hat, so macht das Studio mit geschultem Personal 833.750,00 € mehr an Jahresumsatz! Wenn Sie mehr über unser Schulungsnetzwerk erfahren wollen, welches für unsere Partner KOSTENLOS im Monatsbeitrag enthalten ist, rufen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne persönlich und unverbindlich!

Tipp 2: Optimiertes Mitgliedschaftsformular

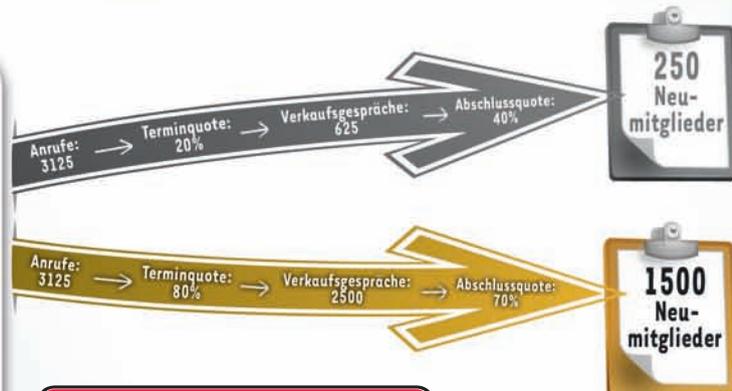


Die Basis des Fitnessgeschäfts ist die schriftliche Vereinbarung zwischen Mitglied und Studio – der Mitgliedschaftsvertrag. Je sicherer diese Basis ist, desto sicherer ist das Geschäft. Dennoch weist beinahe jedes Vertragswerk, das in deutschen und österreichischen Studios verwendet wird, größere rechtliche, aber vor allem kommerzielle und gestalterische Fehler auf. Wichtig ist z. B., dass vorbeugende Formulierungen im Vertrag vorhanden sind, die verhindern sollen, dass die Mitgliedschaft vorzeitig aufgelöst wird. Die Mietrechtbasis sollte den rechtlichen Rahmen der Vereinbarung bilden und die Nutzung von nicht-fitness-spezifischen Angeboten sollte integriert werden, damit „Sporttauglichkeit“ nicht die Grundlage des Vertragsbestands bildet. Die vorzeitige Beendigung aus anderen Gründen (z. B. Umzug) kann mit entsprechenden Formulierungen eingeschränkt bzw. gebührenpflichtig gemacht werden. Ein kleineres Format (z. B. A5) und eine ansprechende grafische Gestaltung lassen den Vertrag freundlicher wirken. Insgesamt gilt es, bei der Erstellung eines Vertragsformulars auf sehr viele Details zu achten, so dass es ratsam ist, dieses wichtige Vertragswerk von einem Profi optimieren zu lassen. Es lohnt sich!

Tipp 4: “Gezielt investieren” statt sich “arm sparen”



Oft wird in der Not an allem gespart - in der Hoffnung, dass am Ende etwas übrig bleibt. Das kann aber langfristig so nicht funktionieren - sonst wäre es ja besser, das Studio zu schließen, um KEINE Kosten mehr zu haben. Die Lösung besteht also einzig und allein darin, die Einnahmen zu erhöhen, und das verlangt eine höhere Mitgliederzahl. Eine höhere Mitgliederzahl wiederum lässt sich ausschließlich über ein cleveres Marketing sowie den professionellen Umgang mit allen Schnittstellen im Studio erzielen (z.B. Werbung, Telefontermine, Abschlussquoten). Die Werbung erzeugt Anrufer, anlässlich der Anrufer werden Termine vereinbart, und aus einem Termin entsteht (hoffentlich) der Abschluss einer neuen Mitgliedschaft. Die professionelle Handhabung dieses Prozesses entscheidet allein über Erfolg und Misserfolg in der Fitnessbranche. In diesen Bereichen sind Fortbildungen und Personalschulungen unerlässlich, um Marketing wirklich effektiv zu betreiben. Nutzen Sie daher die Angebote führender Firmen auf diesem Sektor, es zahlt sich 10fach aus!



10 weitere Tipps
erhalten Sie GRATIS & UNVERBINDLICH,
wenn Sie uns das beiliegende
Telefax-Antwort-Blatt zusenden bzw. an-
rufen oder eine kurze E-Mail an uns senden!

Tipp 6: Neumitglieder-Empfang

Laden Sie alle innerhalb eines Monats (oder Quartals, je nach Studiomöglichkeiten) neu aufgenommen Mitglieder persönlich zu einem Empfang ins Studio ein (es gibt detaillierte Konzepte darüber, wie dieser Empfang gestaltet werden kann). Das WICHTIGSTE dabei ist, darauf hinzuweisen, dass die Freunde des Mitglieds dazu ebenfalls herzlich willkommen sind. Während die Neumitglieder Trainingstipps erhalten, werden die Freunde durch den Club geführt. Ihnen wird ein Sonderangebot für Freunde des Hauses unterbreitet. Viele werden spontan Mitglieder!

Tipp 7: Vorauskasse

Ist Liquidität für Ihr Studio oft ein Problem und Sie hoffen auf Hilfe von Ihrer Bank? Da können Sie unter Umständen sehr lange und oft sogar vergeblich warten! Andere Möglichkeiten sind naheliegender. Gerade im Zeitalter des Internets sind Verbraucher die Zahlungsmethode "Vorauskasse" gewohnt. Fragen Sie einfach bei jedem Mitgliedschaftsabschluss, sofern der Kunde einigermaßen solvent erscheint, ob der Kunde gerne weitere 10% sparen möchte. Sagt er „ja“, bieten Sie ihm eine entsprechende Ermäßigung an, indem er seinen Mitgliedschaftsbeitrag ganz oder teilweise im Voraus bezahlt. (Er zahlt dann z. B. statt 55,- € im Monat umgerechnet nur 49,50 €). Zwischen 5 bis sogar 30 Prozent aller Mitglieder leistet unter diesen Bedingungen gern eine Vorauszahlung.

Tipp 9: Der Beitrag bleibt 6 Wochen offen

Mitglieder, die beim Abschluss eine kürzere - und damit teurere - Laufzeit wählen, haben sich innerlich oft bereits entschlossen, nach Ende der kurzen Laufzeit auszusteiigen. Schließlich sind sie auch bereit, über 6 oder 12 Monate mehr zu bezahlen, um sich die Ausstiegsmöglichkeit freizuhalten. Das Kalkül des Mitglieds geht nur dann auf, wenn es tatsächlich aussteigt. In solchen Fällen kann man Käufern einer kurzfristigen Mitgliedschaft einen kostenlosen Umstieg auf eine günstigere (längerfristige) Mitgliedschaft innerhalb der ersten 6 Wochen nach Einstieg anbieten. Ebenso ist es möglich, dem Mitglied zwar eine längere Laufzeit zu verkaufen, jedoch mit der einmaligen Option, nach 12 Monaten auszusteiigen - allerdings unter Einhaltung der Kündigungsfrist und gegen eine entsprechende Aufzahlung für die kürzere Laufzeit).

Tipp 8: Die Motivationswand

Wollen Sie Mitglieder dazu motivieren, noch mehr ihrer Freunde ins Studio mitzubringen? Wollen Sie, dass Mitglieder Anerkennung und Status damit verbinden, über lange Zeit Mitglied bei Ihnen zu sein? Die modernen EDV-Möglichkeiten machen es möglich! Schließen Sie einen Beamer an Ihren Studiocomputer an und lassen Sie aus den aktuellen Daten des Computers eine Rangliste mit den Namen (wenn vorhanden auch Fotos) jener Mitglieder, die die meisten Neumitglieder (pro Quartal) geworben haben, an die Wand strahlen. Wechseln Sie diese Liste ab mit einer Rangliste der treuesten Mitglieder (pro Quartal bzw. überhaupt). Alternativ können Sie zu diesem Zweck auch eine herkömmliche Pinnwand nutzen. Dies wirkt motivierend auf die, die in den Listen erscheinen, und auch auf diejenigen, die sie sehen.

Tipp 10: Kleine Geschenke erhalten nicht nur die Freundschaft

...sondern bringen auch jede Menge Neukunden ein! Neumitglieder sind die besten Werbeträger für ein Studio, denn durch sie werden die meisten Empfehlungen ausgesprochen. Der Grund liegt auf der Hand: Sie haben im Gegensatz zu Stamm-Mitgliedern in der Regel einen Bekanntenkreis, mit dem sie bisher nie über Fitness gesprochen haben. Diese bereits vorhandene Empfehlungsfreude kann noch gefördert werden, wenn Sie Ihre Neumitglieder wenige Tage nach ihrem Beitritt mit einem Blumenstrauß oder einer Flasche Sekt überraschen, die zu ihnen nach Hause geliefert wird. Gemeinsam mit diesem Geschenk wird ein Brief überbracht, in dem das neue Mitglied im Club willkommen geheißen und zum Mitbringen von Freunden und Bekannten aufgefordert wird. So erhöhen und schaffen Sie sich eine solide Grundlage für einen langfristigen Erfolg!

Das erwartet Sie bei Mc Consult:

- > Umsatzsteigerungen von durchschnittlich 100 %
- > Keine Entwurfskosten und stark reduzierte Druckpreise
- > Kundengewinnung und Imagesteigerung
- > Neue u. günstige Technologien zur Kundengewinnung
- > Jeden Monat neue Kampagnenvorschläge und Events
- > Unbegrenzt wichtige Schulungen für Sie und Ihre Mitarbeiter
- > Erschließen und Gewinnen neuer Zielgruppen
- > Über 2.000 Vorlagen zum Download und 500 erprobte Konzepte
- > Ihr persönlicher Berater steht Ihnen immer zur Seite
- > Monatlich ein umfassendes Handbuch mit neuen Anregungen
- > Erfahrungsaustausch beim Inhaber- u. Netzwerktreffen
- > Ihre Vorteile im internen Kundenbereich der Mc Consult Webseite!
- > Und vieles mehr ...

...alles ab mtl. nur 299,- Euro

body•LIFE Award

Das Marktforschungsinstitut TNS Emnid hat im Auftrag von body LIFE im Jahre 2008 eine bundesweite Studie zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit und Servicequalität in acht Marktsegmenten der Fitnessbranche durchgeführt.

Im Marktsegment **Unternehmensberatung** hat das Unternehmen **Mc Consult Landshut** aufgrund der hervorragenden Befragungen in der von TNS Emnid durchgeführten Studie den **2. Preis** erreicht und erhält als sichtbares Zeichen diesen Urkunde.

2. PLATZ UNTERNEHMENS-BERATUNG

body•LIFE AWARD 2010

body•LIFE AWARD 2011

body•LIFE AWARD 2009

body•LIFE AWARD 2008

body•LIFE AWARD 2007

body•LIFE AWARD 2006

body•LIFE AWARD 2005

Seit unserer Gründung im Jahr 2003 sind wir jedes Jahr mit dem Oskar der Branche, dem Bodylife AWARD, ausgezeichnet worden. Auch dieses Jahr wieder - und das, obwohl wir den GÜNSTIGSTEN Preis am Markt anbieten!

So bewerten unsere Kunden die Qualität unserer Leistung

Qualität unserer Leistung

test **1,2**

Durchschnitt der Bewertungen unserer Kunden (nach Schulnotenskala)

Mc Consult
Marketing und Seminar-Service