



# 5 tips voor een sneller (financieel) herstel

De vakanties zijn voorbij. De clubs zijn nog steeds open (althans, op het moment dat ik dit schrijf) dus er kan gewerkt worden aan herstel. In eerdere artikelen schreef ik al dat het hebben van inzicht in de situatie van een onderneming cruciaal is. Zonder inzicht – hoe pijnlijk en ontmoedigend misschien soms ook – is het onmogelijk realistische doelen te stellen, is er geen focus en daarmee is de toekomst van een onderneming gebaseerd op toeval. Vaak zie je dan ook dat ondernemingen die geen inzicht hebben gewoon maar blijven doen wat ze al deden. Het kan werken, maar dat is dan te danken aan de geluksfactor. Over inzicht ga ik het deze keer verder niet hebben. Laten we eens kijken naar hoe een fitnessonderneming aan herstel kan werken en tegelijk ook de onderneming naar een gezonde toekomst kan sturen.



René Wantzing is eigenaar van Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning. Hij fungeert voor veel ondernemers als sparringpartner, coach of klankbord. Mindset Bedrijfsontwikkeling helpt de strategie en processen van (onder andere) fitnessondernemingen in het midden- en hogere segment te optimaliseren. Het resultaat: maximale winst en een langdurig succesvolle onderneming.

## ‘DE RODE DRAAD: HAAL MEER UIT MINDER....’

‘Als je doet wat je deed, krijg je wat je kreeg.’ In verandermanagement is dit een gevleugelde kreet. Vrij vertaald; als je andere resultaten wilt dan je nu hebt, zul je iets moeten veranderen. Veel fitnessondernemingen hebben deze dagen andere resultaten nodig dan voorheen. Het kan niet zo zijn dat een fitnessonderneming bijna anderhalf jaar op halve kracht draait, daarmee veel geld verliest of laat liggen en vervolgens ‘gewoon’ de draad weer oppakt. Dat gaat er bij mij niet in. Er is – op een enkele uitzondering na – sprake van schade. In sommige gevallen lukt het om de schade uit eigen middelen op te vangen, in andere gevallen is er extern geld aangetrokken. Eventuele uitgestelde betalingen aan de belastingdienst vallen uiteraard onder de laatste categorie. Ongeacht hoe de schade gefinancierd is, de opgelopen schade zal hersteld moeten worden. Dus, zo snel mogelijk weer terug naar een winstgevende situatie en net zo snel meer rendement maken dan voorheen, om zo de schade te kunnen herstellen.

### TIP 1: MEER KLANTEN (INKOPPERTJE...)

De eerste logische stap in het herstelproces is weer nieuwe klanten te werven. Tijdens de corona periode lag de focus op het behouden van bestaande klanten. Logisch. Hoe beter dit gelukt is, hoe beperkter de opgelopen schade zal zijn. Maar nu moet de focus ook weer op het werven van nieuwe klanten en dat begint bij het verkrijgen van leads. Natuurlijk, sommige consumenten gaan zelf op zoek naar een fitnessclub om aan een gezonde leefstijl te werken, maar veel mensen zullen een duwtje nodig hebben. Consumenten kiezen vaak voor de club die ‘toevallig’ op hun pad komt. Zichtbaar zijn is key en dat vraagt marketing. Goede campagnes die de onderneming met de doelgroep in contact brengen. Gelukkig hebben we in de fitnessbranche de beschikking over specialisten die dit succesvol realiseren. Daarmee kan de fitnessonderneming zelf zich concentreren op haar corebusiness. Tip 1 is dus: start een goede marketingcampagne en stop daar voorlopig ook niet mee.

### TIP 2: MEER KLANTEN UIT MINDER LEADS

De leads die een fitnessonderneming krijgt kun je vergelijken met de brandstof voor een auto. Het is prettig als er veel brandstof er in de auto gestopt wordt, maar het gaat er vooral om hoe efficiënt de auto ermee om gaat. Hoeveel rendement er uit een liter brandstof gehaald wordt. Met leads is het precies hetzelfde. Op het aantal leads dat op een campagne reageert heeft de onderneming beperkt invloed, maar op wat er uit die leads gehaald wordt heeft de organisatie juist veel invloed. Het proces leadafhandeling dus. Deel het proces op in stappen, bekijk welke scores er gehaald worden, zet dit af tegen wat realistisch haalbaar is en verbeter het proces waar dit kan. Als richting uit mijn dagelijkse praktijk kan ik meegeven dat tenminste 80% van de leads bereikt moet kunnen worden. Met tenminste 75% van de bereikte leads moet je een afspraak op de club kunnen plannen. Tenminste 90% van die mensen moet op de afspraak verschijnen en het moet toch lukken om 60% van de mensen die op de club komen, ook daadwerkelijk in te schrijven. Als deze percentages gehaald worden betekent dit een conversie lead-lid van 32,4%. Tip 2 is dus; optimaliseer het proces van leadafhandeling.

### TIP 3: MEER OMZET UIT MINDER KLANTEN

Als ik kijk naar een van de overeenkomsten tussen succesvolle ondernemingen, dan zie je dat zij allemaal de juiste prijs-prestatieverhouding hebben gevonden. Oftewel; de juiste dienst voor de gekozen doelgroep tegen een acceptabele vergoeding. Acceptabel in dit geval betekent dat de klant het wil betalen en de onderneming er voldoende rendement uit kan halen. We praten hier dus over een strategisch/ operationeel verhaal. Een betere opbrengst halen uit de klant kan vanuit 2 situaties; de klant betaald nu eigenlijk te weinig voor de dienst die geleverd wordt, of de dienst wordt verbeterd waarmee een hogere vergoeding realistisch is. Een strategische keuze dus. Maak bij een aanpassing van de prijsstrategie onderscheid tussen bestaande klanten en nieuwe klanten. Met bestaande klanten bestaat immers een overeenkomst die gerespecteerd moet worden. Met nieuwe klanten moet nog een overeenkomst gemaakt worden. Een verbetering van de opbrengst per klant heeft natuurlijk alleen een positief effect als de kosten gelijkblijvend zijn of op zijn minst niet zo hard stijgen als de opbrengst. Denk niet zozeer in het maken van meer kosten, maar zoek naar mogelijkheden in de efficiency. Tip 3: Optimaliseer de opbrengst per klant en houd daarbij de kosten zo laag mogelijk.

**TIP 4: MEER SALES UIT MINDER VERKOPERS**

Verkoop is een belangrijk onderdeel van elke onderneming. Dit proces kan uitgevoerd worden door verkopers, maar die moeten dan wel voorhanden zijn. Verkoop is een vak en daar heeft niet iedere medewerker het talent voor. Een onderneming kan er ook op sturen dat de klant wil kopen. Het resultaat is hetzelfde als bij verkoop, maar de aanpak is essentieel anders. Wat gebeurt er als een klant oprecht geadviseerd wordt? En past advies niet veel beter bij veel fitnessondernemingen? De enige voorwaarde waaraan voldaan moet worden is dat het aanbod van de onderneming voldoende keuzes biedt voor de klant en voldoende gereedschap voor de adviseur in zich heeft. Elke ondernemer moet voor zichzelf 2 vragen beantwoorden; 1. heb ik verkopers of adviseurs in dienst en 2. wil ik mijn klant iets verkopen of wil ik dat ze willen kopen. Tip 4: Vraag je af welke verkoopstrategie het best past bij de onderneming en pas de werkwijze en strategie daarop aan.

**TIP 5: MEER KLANTBEHOUD UIT MINDER KOSTEN PER KLANT**

Klanten werven is één, klanten vasthouden is twee. De eerste stap in klantbehoud is het advies- of verkoopgesprek. Het managen van de verwachtingen is daarin belangrijk. Belooft een onderneming meer dan ze waar kan maken, dan zal klantbehoud zeer waarschijnlijk een issue worden. Verstandiger is het om te werken naar; we zeggen wat we doen en we doen wat we zeggen. De sleutel ligt daarbij voor veel fitnessondernemingen niet in meer gaan doen dan je al doet, maar in dingen efficiënter doen.

Je kunt je bijvoorbeeld afvragen of het zinvol is dat er altijd een instructeur op de vloer rondloopt, of dat klanten beter geholpen worden in een afsprakenstructuur. En ook hier geldt; de uitdaging zit hem erin om processen efficiënter en slimmer te laten verlopen, waardoor de kosten niet hoeven te stijgen en de klant positieve effecten ervaart. Tip 5 is dus: Optimaliseer het totale proces dat ten dienste staat van de klant.

**TOT SLOT**

Met de tips die ik hier gegeven heb kan elke fitnessondernemer stappen maken. De kern is dat je meer gaat halen uit minder... Ga ermee aan de slag en lukt het niet, schroom dan niet om contact met me op te nemen. Samen gaat het zeker lukken!

Heb je vragen of opmerkingen? Mail dan naar [rwantzing@mndst.nl](mailto:rwantzing@mndst.nl) of bel 06 46 23 23 85.

**RENÉ WANTZING**

Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning.

**MINDSET**  
BEDRIJFSONTWIKKELING