



Toekomst = Professionaliseren!

De fitnessbranche is net door een roerige tijd heen of de volgende roerige tijd staat voor veel zelfstandig ondernemers alweer voor de deur. Zeker, het gaat weer goed met in de branche. De markt biedt weer kansen! Hoe mooi is dat. De Boutique-fitness initiatieven schieten als paddenstoelen uit de grond en zijn in no-time winstgevend te maken. Ketens blijven maar uitbreiden in aantallen vestigingen en ook de franchise formules groeien als kool. De zelfstandig opererende fitnessclubs gaan veelal ook goed, maar staan tegelijkertijd voor een enorme uitdaging; de markt beweegt en hoe zorg je er dan voor dat je mee kunt?

Voor mij is het antwoord op deze vraag heel duidelijk. De fitnessbranche is beland in de volgende fase van de Industry Lifecycle. We hebben de introductiefase lang achter ons gelaten, hebben enorme groei gekend, vervolgens hebben we net de zogenaamde "shake down" gehad en gaan nu de fase in waarin we als branche echt volwassen moeten worden. De ketens hebben die stap grotendeels al gemaakt. De bedrijfsvoering is in die ondernemingen professioneel en feiten en cijfers vormen de basis van een gezonde bedrijfsvoering. De prestaties worden gemeten en onderling vergeleken. Ga er maar vanuit dat alles word gedaan om de efficiency naar een zo hoog mogelijk niveau te brengen. De strategie is doordacht en bepaald. De organisatie sluit op de strategie aan. Alles klopt of wordt kloppend gemaakt. Een continue proces van verbeteren is gecreëerd.

Zoals sommigen van u weten heb ik voordat ik de fitnessbranche betrad lang gewerkt in de grafische industrie. Deze industrie was extreem kapitaalsintensief. Een beetje drukkerij had een machinepark staan met een investeringswaarde van ten minste 8 miljoen euro. U kunt zich voorstellen dat er ook in die branche maar 1 manier was om geld te verdienen en dat was door alles zo efficiënt mogelijk te doen. Die hang naar efficiency werd bereikt door een zo hoog mogelijke mate van voorspelbaarheid te bereiken. En hoe doe je dat? Precies, door alle succesfactoren zo goed mogelijk te organiseren, te monitoren en daarmee tijdig bij te sturen naar een optimaal resultaat.



René Wantzing is eigenaar van Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning. Met zijn bedrijf helpt hij fitnessondernemers om de maximale winst uit hun activiteiten te halen. Enerzijds door het ontwikkelen van nieuwe activiteiten, anderzijds door het verbeteren van de strategie en de organisatie.

EN NATUURLIJK...

Ik realiseer me heel goed dat de grafische industrie qua activiteiten niet te vergelijken is met de fitnessbranche. De grafische industrie bevindt zich bovendien in een hele andere fase van ontwikkeling. Maar de sleutel in de manier waarop bedrijven succesvol te maken zijn en zullen blijven is voor beide branches dezelfde; professionaliseer uw processen. Maak ze zo efficiënt mogelijk.

MAAR HOE DAN?

Hoe kun je als zelfstandig opererende fitnessonderneming mee in die professionalisering. Dat begint bij het ontwikkelen van een passende strategie. Ik noem die strategie het verhaal van uw onderneming. En wanneer spreekt een verhaal aan? Als alle elementen kloppen en een boeiende boodschap bevatten. De consument voelt het haarfijn aan als het verhaal van uw onderneming niet helemaal klopt, niet boeiend genoeg of niet volledig is. De ontwikkeling van een passende strategie voor uw onderneming begint dan ook bij het beantwoorden van de vraag op welke doelgroep u zich primair richt. De volgende vraag is hoe u ervoor gaat zorgen dat u interessant bent voor deze doelgroep. Waarom moet juist die doelgroep bij u komen en niet bij uw concurrent? Als u dit gedefinieerd hebt, bepaalt u welke prijs u kunt vragen voor uw diensten. En pas op, dat moet zeker niet te goedkoop zijn! Juist in deze tijd gaat het er niet om uw diensten zo goedkoop mogelijk aan te bieden. De prijs-prestatie verhouding is van belang.

ORGANISATIE

Als de strategie staat is het zaak uw organisatie zo uit te rusten dat de strategie ook werkelijkheid kan worden. Uw marketing moet de juiste doelgroep bereiken. De leads die dit oplevert moeten op de juiste benaderd en behandeld worden zodat zij ook daadwerkelijk klant worden. Dat betekent dat uw organisatie klaar moet zijn om ook de verkoop te realiseren.

MAAR WAT ALS U GEEN VERKOPERS HEEFT...

Heeft u goede verkopers of zelfs een salesteam, dan zal de verkoop van uw diensten gemakkelijk kunnen verlopen. Heeft u die niet, dan is het belang van een goed verhaal nog groter. Een goede strategie, een goed verhaal dus, zorgt er voor dat de klant uw diensten wil hebben in plaats van dat u deze moet verkopen. En hoe krachtig is dat.

EN TOT SLOT

De laatste belangrijke organisatorische aspecten zijn het klantenbehoud en uw kengetallen. Nieuwe klanten werven is belangrijk, maar klanten vasthouden is net zo belangrijk. Retentie, fluctuatie, churn, allemaal termen die betrekking hebben op het vasthouden van uw klanten. Hoe professioneler uw organisatie, hoe beter u in staat zult zijn om uw klanten voor langere tijd te kunnen boeien. En het op regelmatige basis analyseren van uw belangrijkste kengetallen zorgt ervoor dat u de focus houdt op de ontwikkeling en mogelijkheden van uw onderneming.

CENTRAAL

Mogelijk vraagt u zich af waar in dit hele verhaal uw medewerkers blijven. Uw medewerkers nemen natuurlijk een centrale rol in de uitvoering van uw strategie en de professionalisering van uw onderneming in. Een heel belangrijk aspect in het succesvol professionaliseren van uw onderneming is het draagvlak dat u bij uw medewerkers weet te creëren. Nee, ze hoeven het niet overal mee eens te zijn, maar u moet er wel voor zorgen dat zij uw keuzes begrijpen en dragen.

Maar besef u goed; professionalisering van uw onderneming begint bij u. Heel veel succes!

Wilt u eens vrijblijvend sparren over uw mogelijkheden of wilt u reageren op dit artikel? Mail dan naar rwantzing@mindst.nl of bel 06 46 23 23 85.

René Wantzing

Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning.

MINDSET Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning
De zorg en voor dat u meer geld verdient