



# De glazen bol; Industry Lifecycle

Er gebeurt veel in onze mooie branche en wat zou het mooi zijn als we in de toekomst konden kijken om te zien waar het heen gaat. Een glazen bol heb ik niet voor u, maar helemaal onvoorspelbaar is de toekomst zeker niet. De ontwikkeling van elke branche kent namelijk fases. Deze fases worden beschreven in de Industry Lifecycle. De fases lopen van de introductiefase naar de groeifase. Gevolgd door de "Shakeout", dan naar volwassenheid en uiteindelijk de krimpfase. Lang heb ik gedacht dat dit een beetje theoretisch geneuzel was, totdat ik persoonlijk de vierde en vijfde fase meemaakte in de grafische industrie en van die industrie is inmiddels bar weinig over. In welke fase zitten we dan met de fitnessindustrie vroeg ik mij af, maar bovenal, wat kunnen we met die informatie.

## **EVEN KORT WAT HISTORISCH BESEF**

De fitnessindustrie is relatief jong. Als onderdeel van de fitnessindustrie vergeet je snel dat het eerste cardio toestel - zoals we die vandaag de dag kennen - nog maar in 1986 ontwikkeld is. Pas daarna is de branche tot volle ontwikkeling gekomen. De echte groeifase begon en liep door tot ongeveer 2007 waarbij er uiteindelijk 3 stromingen ontstonden; de low-budget, het middensegment en de premium clubs. Vanaf ongeveer 2007 tot ongeveer 2015 vond de Shakedown plaats. Deze term laat zich in deze zin het best naar het Nederlands vertalen als de kaalslag. In die fase overleven ondernemingen die "diepe zakken" hebben en daarmee voldoende reserves hebben en de ondernemingen die innovatief zijn. Na de Shakedown volgt de "Maturity" fase, de fase waarin de branche volwassen wordt. In deze fase bevindt de fitnessbranche zich momenteel.

## **ONLINE MARKETING**

Zakelijk volwassen worden betekent wat mij betreft dat je gebeurtenissen naar je toe gaat trekken in plaats van dat je ze op je af laat komen. Ontwikkelingen moeten zoveel als mogelijk voorspelbaar worden zodat je er beter en vroegtijdig op kunt anticiperen. Het is leuk om te zien dat de fitnessbranche dat voor een deel ook al doet. Kijk maar eens naar de ontwikkeling op marketinggebied. Het is nog maar een jaar of 5 geleden dat flyers en advertenties in kranten, de consument ertoe brachten om naar uw fitnessclub te komen. Vandaag de dag wordt er nauwelijks meer geflyerd en werft elke professionele fitnessondernemer zijn leads via online kanalen. Hierin trekken we de gebeurtenis dus naar ons toe. Van passief afwachten of er klanten komen (en ze kwamen gelukkig lange tijd), naar heel actief potentiële klanten benaderen die vaak nog maar een heel klein beetje interesse hebben getoond.



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 NU VERDER

Op marketinggebied is de branche dus in toenemende mate volwassen en gelukkig ontwikkelt zich dit nog dagelijks, maar op andere aspecten van de bedrijfsvoering valt meestal nog veel te winnen. Het kernwoord in het groeiproces naar een volwassen onderneming is professionalisering. Het professionaliseren van de manier waarop u naar uw onderneming kijkt. Het professionaliseren van besluitvormingsprocessen. Het professionaliseren van uw organisatie. Het professionaliseren van processen. De mate waarin u moet professionaliseren om uzelf volwassen te kunnen noemen hangt deels af van de grootte van uw onderneming, maar bovenstaande geldt voor elk onderneming, klein of groot. Volwassenheid van uw organisatie is geen vrijblijvendheid. Volwassenheid is nodig om de laatste fase van de Industry Lifecycle - de krimpfase - mee te kunnen maken.

## ONDERBUIKGEVOEL EN CIJFERS

Maar er is nog een reden om uw strategie en organisatie naar een volwassen niveau te brengen. En die reden is natuurlijk; geld. Een professionele organisatie maakt simpelweg meer winst. Er worden betere beslissingen gemaakt, er wordt beter op de kosten gelet, er wordt meer omzet gemaakt. Bij het professionaliseren van de strategie en de organisatie draait het grotendeels om het beroemde onderbuikgevoel enerzijds en om cijfers anderzijds. Het onderbuikgevoel is belangrijk omdat dit u meestal niet bedriegt. En cijfers liegen niet, zo zegt het spreekwoord. Combineer deze twee en u verkrijgt inzicht. De cijfers brengen u een betrouwbare analyse, uw onderbuikgevoel helpt de haalbaarheid van maatregelen te beoordelen.

## TEST UZELF

Even een paar vragen om aan uzelf te beantwoorden: wat is uw doel met uw onderneming? Op welke doelgroep richt u zich? Hoe doet u dat? Wat was de laatste verandering in uw bedrijf die u succesvol heeft doorgevoerd? Wie nemen de beslissingen in uw bedrijf? Op grond waarvan worden beslissingen genomen? Wat is uw rol als eigenaar? Bent u een ondernemer of bent u een manager? Hoeveel winst heeft u de afgelopen maand gemaakt?

Kunt u al dit soort vragen bijna zonder erover na te hoeven denken beantwoorden, dan bent u maximaal één stap verwijderd van een volwassen onderneming. Heeft u moeite met het beantwoorden van dit soort vragen, dan is uw weg naar een volwassen onderneming misschien wat langer, maar net zozeer de moeite waard!

## TOT SLOT

De ontwikkeling in de fitnessbranche is niet anders dan die in andere branches. Alleen het momentum is anders. Elk product en elke branche heeft te maken met een Lifecycle. Niemand weet precies wanneer een nieuwe fase in zal gaan. Niemand heeft die glazen bol. Je kunt er dus maar beter voor zorgen dat je klaar bent voor de volgende fase!

Wilt u eens sparren over uw mogelijkheden of wilt u reageren op dit artikel?

Mail dan naar [rwantzing@mndst.nl](mailto:rwantzing@mndst.nl) of bel **0646232385**.

**René Wantzing**

Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning