



Digitales Studio: Mehr Erfolg bei weniger Anstrengung

Text Alexander Henn

Die Digitalisierung gewinnt rasant an Bedeutung und wird auch von kleinen, lokalen Dienstleistungsunternehmen immer stärker in den Fokus gerückt. Auch Fitness-Anbieter beschäftigen sich verstärkt mit Themen, die über die Qualität der eigenen Website hinausgehen. Digitale Lösungen, wie beispielsweise die Online-Terminbuchung, haben dabei das Potenzial für mehr Effizienz im betrieblichen Management, erfolgreichere Kundengewinnung sowie besseren Service. Wichtig ist jedoch: Sie sind nicht als Selbstläufer zu sehen, sondern müssen adäquat gepflegt und eingesetzt werden.

Das „papierlose Büro“ wird schon seit langer Zeit als Ziel postuliert, wenn über die Zukunft der Arbeitswelt diskutiert wird. Realität ist es noch immer nicht. Unzweifelhaft ist aber, dass die Digitalisierung rasant an Bedeutung gewinnt. Große und mittelständische Unternehmen haben dies fast ausnahmslos erkannt und entsprechende Initiativen auf den Weg gebracht. Kleine, lokale Anbieter und Dienstleister öffnen sich dagegen nur langsam für dieses Thema. Nicht ohne Grund: Viele fürchten hohe Kosten oder sind skeptisch angesichts eines begrenzten IT-Know-hows. Zudem fehlt ihnen oftmals das Verständnis für die Vorteile und Chancen digitaler Lösungen. Gerade für Fitness-Studios birgt die Digitalisierung jedoch großes Potenzial – insbesondere für die Kundengewinnung und -bindung.

Hohes Wirkungsspektrum

Ein Beispiel, welches die Wirkungsmöglichkeiten digitaler Lösungen deutlich macht, ist die Online-Terminbuchung. Insbesondere bei Restaurants und Ärzten ist diese Buchungsmöglichkeit schon recht weit verbreitet. Für Fitness-Studios bieten sie aber weitaus größere Möglichkeiten, da sich hier vielfältigere Einsatzszenarien ergeben. Ein Ansatzpunkt ist die Neukundengewinnung. Bieten Studios auf ihrer Homepage die Online-Buchung für ein kostenloses Probetraining an, hat das diverse Vorteile: Für potenzielle Neukunden sinkt gegenüber einem Anruf die Hemmschwelle, sich anzumelden. Sie können sich ihren Wunschtermin bequem und zu jeder Tageszeit in aller Ruhe aussuchen und nehmen die Online-Bu-

chungs-Option als positiven Aspekt in Sachen Kundenservice wahr. Ein weiterer Vorteil: Durch Online-Terminbuchungs-Systeme ist es möglich, eine automatisch generierte Erinnerung-SMS oder -Mails zu verschicken. Dadurch können Fitness-Anbieter die Terminausfallquote beträchtlich senken. Je mehr Probetrainings sie vereinbaren, desto höher wird auch die Zahl der neuen Kunden.

Jedoch bestehen für Fitness-Studios noch weitaus mehr Optionen. Mitgliedern kann es ermöglicht werden, Kurse und Trainingsangebote online zu buchen. Dass diese beispielsweise beim Spinning-Kurs kein Rad mehr bekommen, kann damit ausgeschlossen werden. Zudem gibt es viele Studios, bei denen die Mitglieder für jeden Kurs telefonisch zusagen müssen –

Kundenservice sieht anders aus. Durch die Online-Buchung hat der Kunde eine einfache Möglichkeit, seinen Kurs zu buchen, wird automatisch an den Termin erinnert (kann daraufhin auch noch stornieren) und die vorhandenen Kapazitäten werden optimal ausgenutzt. Vor allem bei Kursen, die mit einer begrenzten Anzahl an Geräten verbunden sind, ist das von hoher Wichtigkeit. Darüber hinaus wird auch den Studios ein umfassender Einblick in die Auslastung ihrer Kurse erleichtert. Somit können sie ihr Angebot und die Einteilung ihrer Trainer weitaus besser koordinieren.

Digital ist seriös

Zudem sollten Fitness-Studios immer um ein fortschrittliches Auftreten bemüht sein – schließlich wollen sie einen modernen Lifestyle auf der Höhe der Zeit verkörpern. Listen auf der Theke, bei denen sich Mitglieder für Kurse anmelden, sind dabei nicht mehr zeitgemäß. Trotzdem gilt für nicht-IT-affine (Neu-)Mitglieder nach wie vor: Das Telefon besteht weiterhin und Termine lassen sich von den Mitarbeitern natürlich auch per Hand ins System eintragen. Ein weiterer Aspekt in Sachen Digitalisierung schließt direkt an das Thema Online-Terminbuchung an: Das Kunden-Management. Aus der Online-Buchung werden Kundeninformationen generiert – Informationen, die Fitness-Studios pflegen sollten. Wenn sie ihre Kundendaten im Rahmen eines Customer Relationship Managements

(CRM) verwalten, schaffen sie sich großen Raum, um bestehende Kunden zu aktivieren und ihren Service zu verbessern.

Für Trainer besteht die Möglichkeit, Notizen zu den einzelnen Kunden anzulegen. Beispiele: Der Trainingsstand bei der letzten Einheit, körperliche Beschwerden, bevorzugte Übungen etc. Somit können sie individueller auf den Kunden eingehen und stärken so die Kundenbindung. Aber auch Kleinigkeiten lassen sich vermerken. Wie trinkt der Kunde seinen Kaffee? Welche Geschmacksrichtung bevorzugt er bei seinem Eiweißshake nach dem Workout? Was hier als Spielerei erscheinen mag, ist oft ein Faktor, der bei den Kunden als besondere Wertschätzung wahrgenommen wird und Professionalität ausstrahlt.

Zielgruppensegmentierung einfach gemacht

Ein zusätzlicher Gesichtspunkt ist das Marketing. Durch ein CRM lassen sich die bestehenden Kunden in Gruppen einteilen und gezielt per SMS oder E-Mail kontaktieren, beispielsweise um hierdurch über neue Kursangebote zu informieren. Newsletter können aufgesetzt werden, welche die neuesten Entwicklungen im Fitnessbereich beleuchten, Informationen über Ernährungspläne liefern oder über neue Kursangebote oder Trainer informieren. Auch für die Motivation und Aktivierung bestehender Kunden können gezielt

te Botschaften ausgesendet werden. Ein Beispiel: Kunden, die schon länger als drei Monate nicht mehr im Studio waren, lassen sich gruppieren und per E-Mail motivieren, im Rahmen der Erstellung eines neuen Trainingsplans wieder einzusteigen.

Darüber hinaus bietet ein CRM auch für das interne Management vielfältige Möglichkeiten für Sport-Anbieter, beispielsweise um die Arbeitszeiten ihrer Mitglieder zu organisieren durch die Option, die Dienstpläne übersichtlich abzubilden. Somit wird stets Transparenz für alle Mitarbeiter sowie das Management gewährleistet. Darüber hinaus kann für nachfragende Kunden noch schneller und einfacher eruiert werden, wann Kurse stattfinden oder ein bestimmter Trainer für ein Einzeltraining oder die Erstellung eines Trainingsplans zur Verfügung steht. Durch die Möglichkeit, die Informationen jederzeit online abrufen zu können, gilt dies auch für die Arbeit von unterwegs.

Auch die Möglichkeit, Feedback von bestehenden Kunden einzuholen, kann durch digitale Lösungen erleichtert werden und mehr Informationen zu Tage fördern. Ausliegende Feedback-Bögen werden erfahrungsgemäß nur selten von Mitgliedern ausgefüllt. Proaktive und umfassende Rückmeldung zu einzelnen Trainern, dem Kursangebot oder der Sauberkeit der Umkleidekabine kommen meist auch nicht in einer ausreichenden Zahl vor, um daraus reprä-



Zettelwirtschaft ade: Trainer können dank den digitalen Möglichkeiten einfach und seriös Notizen zu den Kunden anlegen wie z.B. Trainingszustand beim letzten Training oder körperliche Beschwerden



Schon lange reicht es nicht mehr aus nur das Training zu vernetzen. Heutzutage sollte das gesamte Studio vernetzt sein

sentative Ergebnisse filtern zu können. Wie aber wäre es, wenn Mitglieder regelmäßig eine E-Mail bekommen und anonym und zielgruppenspezifisch Bewertungen abgeben können? Digitale Lösungen machen dies möglich.

Diese Beispiele machen das Potenzial der Digitalisierung für Fitness-Studios deutlich und zeigen, dass es, insbesondere beim Kundenservice, viele Chancen gibt. Gerade weil sich immer mehr Anbieter auf dem Markt bewegen, finden sich auch immer passgenaue Lösungen für die spezifischen Bedürfnisse – einfache, intuitive Benutzeroberflächen sind dabei von großer Bedeutung. Und natürlich spielen auch die Kosten eine entscheidende Rolle. Doch durch einzelne Funktionalitäten amortisieren sich diese oft schon von allein – beispielsweise, wenn allein durch die Online-Buchung zwei bis drei neue Mitglieder gewonnen werden. Digitalisierungslösungen sind also meist mit klarem Umsatz- bzw. Einsparpotenzial verbunden – dabei sind die vielen weiteren Möglichkeiten, die eine solche Software bietet, noch gar nicht eingerechnet.

Der richtige Einsatz zählt

Doch eines ist dabei auch zu beachten: So vielversprechend die erläuterten Möglichkeiten für Fitness-Studios sind, um die Digitalisierung zu ihrem Vorteil zu nutzen, so wichtig ist es auch, zu konstatieren, dass viele Tools

keine Selbstläufer sind. Sie müssen gepflegt und richtig eingesetzt werden. Dies beginnt bei der Auswahl der richtigen Software. Hier sollten sich Fitness-Anbieter zunächst die Frage stellen, welche Anwendungsszenarien für sie von Bedeutung und Interesse sind. Geht es in erster Linie um die Gewinnung neuer Kunden? Sollen die Marketingaktivitäten verstärkt werden? Ist die Verwaltung der Termine und Arbeitszeiten zu intransparent? Viele Dienstleister machen den Fehler, in eine Software zu investieren, dann jedoch nur einen kleinen Teil des vollen Funktionsumfangs zu nutzen. Dadurch steigt auch die Wahrscheinlichkeit eines ungünstigen Preis-Leistungs-Verhältnisses. Auch die Einbindung und ggf. Schulung der Mitarbeiter ist bedeutend. Neue Software bedeutet Veränderung. Veränderungen werden jedoch erfahrungsgemäß von Mitarbeitern erst einmal sehr skeptisch betrachtet. Die Mitarbeiter sollten frühzeitig in die Entscheidung für eine Digitalisierungssoftware eingebunden werden und verstehen, welche Vorteile diese bietet. Darüber hinaus sollte ihnen die Skepsis genommen werden. Dies gelingt insbesondere dann, wenn die Lösung einfach und intuitiv ist und die Vorteile schnell deutlich werden. Viele Software-Lösungen sind in der Bedienung ähnlich unkompliziert wie Facebook. Dieses den Mitarbeitern frühzeitig zu vermitteln, hilft, interne Unstimmigkeiten schon im Keim zu ersticken – zum Vorteil des gesamten Studios.

Digitalisierungs-Lösungen sind am Ende des Tages kein automatischer Umsatzbringer. Doch sie sind mit einer Vielzahl von Vorteilen verknüpft, die bei richtigem Einsatz nicht nur ein effizienteres Management, sondern auch höhere Umsätze mit sich bringen können. Gerade Fitness-Studios sollten sich dieses Potenzial intelligent zu Nutze machen.



Zum Autor

Alexander Henn, Jahrgang 1985, hat Shore im Jahre 2012 gegründet und leitet als Geschäftsführer die operativen Geschäfte des Start-ups, welches ein breites Portfolio an Digitalisierungslösungen für kleine, lokale Dienstleister anbietet – von der Online-Terminbuchung über ein CRM-System bis hin zu einer digitalen Kassenslösung. Der Vollblutunternehmer gründete bereits mit 15 Jahren sein erstes Unternehmen und brachte zudem weitere erfolgreiche Start-ups auf den Weg, unter anderem Libute.de, einen Online-Shop für exklusive Haarprodukte. Weitere Informationen unter www.shore.com.

BURG®

Bestes für Schließsysteme.
The best in lock options.

HÖR' DOCH AUF, DIR GEDANKEN UM DEINE UMKLEIDE ZU MACHEN!

WIR MACHEN DAS SCHON.

www.burg.de

Elektronische Schließsysteme
Leasing- und Finanzierungsangebote
sind vernetzte Schließsysteme.