

KOM JIJ ALS PERSONAL TRAINER TEGEMOET AAN KLANTWENSEN?



BIANCA KAREL

Personal training is booming business, ook nog steeds in de VS, er is een groot groeipotentieel. Verschillende vormen van ondernemen in personal training zijn meer of minder succesvol, al naar gelang de marketingaanpak. Een studio starten, buiten en thuis trainen of in een club als trainer in loondienst werken, het kan allemaal lonend zijn. Een bepalende factor voor succes is de aanpak van de werving van klanten.

Een onderzoek uit 2009 door IDEA wijst uit dat 77% van de klanten langer dan 1 jaar klant blijft. 32% daarvan blijft maar liefst langer dan vijf jaar loyaal aan een trainer. Ik ben benieuwd of personal trainers in Nederland zich herkennen in deze cijfers. Ikzelf wel, 80% van mijn klanten traint langer dan vijf jaar bij mij, een aantal zelfs al langer dan tien jaar. Een hoge klantretentie betekent uiteraard minder druk om nieuwe klanten te scoren. Om wel nieuwe klanten te krijgen, zal er een strategie bepaald moeten worden. Zoals ook clubs zich moeten profileren door hun *unique selling points* te promoten, zo zal een trainer dat ook moeten doen. Trainers die werken in een club hoeven zich om dat gedeelte minder druk te maken omdat de club waarschijnlijk een duidelijke marketingstrategie heeft. Zelfstandige trainers willen zich liever bezighouden met training geven en niet met marketing. Een kleine stap als een mooie, duidelijke website en gebruikmaken van social media, kan je al behoorlijk wat opleveren zonder dat het al te veel moeite kost. Wel vooraf besluiten hoe je jezelf neerzet, 'gewoon' als personal trainer of heb je bijzondere aanvullingen te bieden?

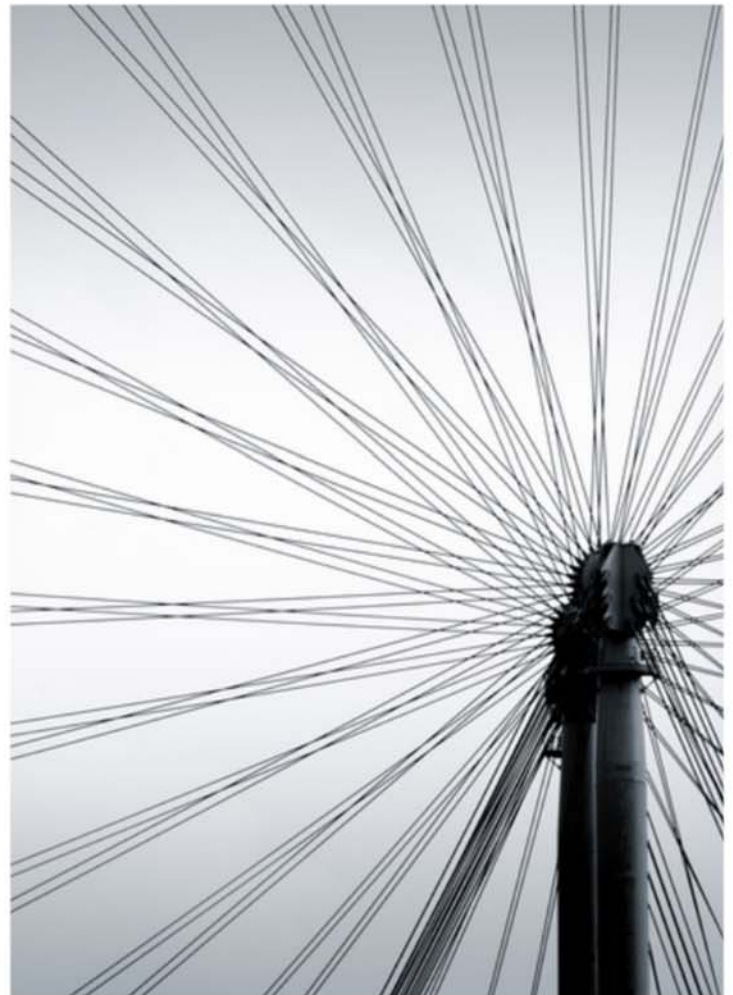
Diversificatie levert klanten op

Veel trainers focussen zich op het trainingstechnische aspect van het beroep want – uiteraard - kennis van zaken en doelstellingen bereiken zijn voorwaarden voor een tevreden klant. Een succesvolle trainer zal zich echter breder moeten ontwikkelen om een verscheidenheid aan klanten tevreden te kunnen stellen. Een hoge mate van kennis van voeding is eigenlijk een must, het kunnen werken met, en verbeteren van, blessures en 'zwakke plekken' ook. Het aanbieden van een goed eet- en supplementenplan is voor iedere klant nuttig, de één zal zich er beter in kunnen vinden dan de ander, maar de basis voor bewustwording is gelegd.

Het werken in een niche kan ook voordelen bieden, personal trainers werken meer en meer met klanten die, om verschillende medische redenen, gespecialiseerde instructie en begeleiding nodig hebben. Het grootste deel van deze medische indicaties bestaat uit chronische blessures, gevolgd door fysieke beperkingen. Een chronische blessure is chronisch totdat deze opgelost wordt; een goede trainer kan met zijn of haar kennis en inzicht soms meer bereiken dan de geijkte paden opgeleverd hebben voor een klant. Een voorbeeld: iemand met chronische schouderpijn, tot in den treure behandeld door therapeuten, kan door een trainer met Mylogenics Activation, Release en Rehab kennis binnen de kortste keren van zijn of haar pijn afkomen. Vaak verwachten mensen dit niet en kan dit voor hen een reden zijn om langdurig klant te blijven, sterker nog, je aan te bevelen bij kennissen en zo meer klanten te genereren.

Personal Trainer is ook ondernemer

De personal trainingstudio's schieten als paddenstoelen de grond uit. Ik



om de vaste kosten terug te verdienen, zijn al een uitdaging. En juist deze collega's zijn enthousiast en hebben passie voor het vak, maar zijn niet altijd echte ondernemers. Het zou zonde zijn als de druk van de lasten het plezier in het werken gaat overschaduwen.



Bianca Karel