

Fitnessstudio - Mehr Umsatz durch eine intelligente Strategie

25.11.2019, 08:56 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Antonio Silva*

Presseagentur: *Antonio Silva*



Antonio Silva

Antonio e Silva ist ein international anerkannter Experte für Gesundheitswirtschaft & Fitnessstudio-Consulting sowie Marketing-Management-Konzepte für Fitnessstudios

In einem klassischen Firnessstudio ist der Monatsumsatz die Haupteinnahmequelle, denn die Sucht nach neuen, schnellen, unkomplizierten und lukrativen Einnahmequellen wird immer wichtiger. Das 20/80 Dilemma ist: Lediglich 20% der Mitglieder kaufen Extras in Ihrem Fitnessstudio, 80% bevorzugen andere Quellen. Auf diesem Weg gehen wertvolle Einnahmen verloren.

Andere Branchen haben schnell gelernt, wie wichtig es ist, Extras zu verkaufen, die Airlines machen über den Wolken oder im Flughafen gute Kasse. Zusatzleistungen für Extras beim Fliegen sind immer ein wichtiger Bestandteil im Geschäftsmodell von Fluggesellschaften. Auch in diesem Jahr steigen diese Einnahmen weiter - laut einer Prognose auf fast 50 Milliarden Dollar. Dasselbe gilt auch für andere Branchen wie z.B. die Tankstellen, die zwei Drittel ihres Umsatzes mit Extras, nicht mit Benzin machen. Übertragen auf ein Fitnessstudio bedeuten die Monatsbeiträge das "Benzin", die Extras die für Sie wichtigen zwei Drittel des Gesamtumsatzes.

Von Anfang an...

Ein wichtiger Punkt, der bezüglich der Umsatzsteigerung in einem Fitnessstudio berücksichtigt werden muss ist, dass neue Mitglieder immer wieder darauf hingewiesen werden müssen, was sie zusätzlich zu ihren Trainingseinheiten dringend benötigen, um Erfolg für sich verbuchen zu können. Unterlässt man diese Maßnahmen, wird es später immer schwieriger, die Kunden von der Notwendigkeit der Extras zu überzeugen. Selbstverständlich ist es auch wichtig, ein modulares Abo System (Getränke, Vibrationstraining, Massageliegen etc.) zu haben. Sie sollten jedoch einer anzahlmäßigen Beschränkung unterliegen, da der Kunde sonst überfordert wird und zu mögliche massive Vertrags Kündigung führen können.

Mehr Umsatz durch eine intelligente Strategie

1. Im Anschluss an den ersten Gesundheitscheck sollte jedes Mal ein Bodyanalyser Test gemacht werden, um eine optimale Abstimmung des Trainingsplanes zu erreichen (Erst Analysieren, dann trainieren!). Ein Bodyanalyser Test mit Beratung kostet 10,00€. Empfehlenswert ist eine Sechser Jahreskarte für 49,00€
6. Nach dem sechsten Trainingsbesuch bekommt der Kunde einen Termin für eine Eiweißberatung durch den Trainer, wobei ein ausgewogenes und individuell abgestimmtes Sporternährungskonzept erstellt wird. Ermitteln Sie dem Kunden seinen individuellen Eiweißbedarf. Ihr Ziel ist, ein Eiweiß Abo zu verkaufen.
12. Nach dem zwölften Trainingsbesuch laden Sie den Kunden zu einem Info Abend zu dem Thema "Ausdauer-und Krafttraining - die Fettverbrennung richtig anregen" ein. Dieses Seminar sollte alle acht Wochen für alle neuen Mitglieder stattfinden. Werben Sie für diesen Info Abend im Facebook Veranstaltungskalender und in der Tageszeitung. Ihr Ziel ist, eine Puls-Uhr zu verkaufen.
24. Nach dem vierundzwanzigsten Trainingsbesuch informiert der Fitnesstrainer seinen Kunden über die Kampagne: "Wir bringen deinen Arbeitgeber ins Schwitzen". Das System ist einfach: Der Kunde vermittelt seinem Arbeitgeber einen Termin zum Thema BGM (Betriebliches Gesundheitsmanagement) und erhält für jeden neu geworbenen Kollegen ein kostenlose Monatsbeiträge. Ihr Ziel ist, eine Firmen Fitness Vereinbarung zu verkaufen.
38. Nach dem achtunddreißigsten Trainingsbesuch bekommt der Kunde einen Termin für eine 1:3 Personaltrainer Gruppe. (Ein Personaltrainer und drei Kunden). Derartige Gruppen gibt es für jeden Kunden einmal im Monat in einem Sechs Monats Abo. Hier werden jedes Mal in einer kleinen Gruppe sehr intensiv spezielle Trainingsthemen bearbeitet. Zum Beispiel:

. Bauch/Beine/Po

. Brust/Schulter

. Arme

. Das maximale Fettverbrennungstraining

Mein Ziel ist, dass 25% meiner Mitglieder ein solches Abo abschließen

Check in macht's möglich

Natürlich sind derartige Verkaufssysteme für Extras nur durch eine check in Software zu steuern. Sie lassen sich mit einer Mitarbeiter Provisionsmethode verbinden. Das richtige Entlohnungssystem im Vertrieb entscheidet maßgeblich über die Motivation Ihrer Mitarbeiter- und damit auch über den Umsatz.

Pressekontakt:

Antonio Silva
Herr Antonio Silva
Raderbroicherstr.7 7
41564 Kaarst

fon ...: 0172 2704735
web ...: <https://www.antoniosilva.de/>
email : antoniosilva@online.de

Portrait

Antonio e Silva ist ein international anerkannter Experte für Gesundheitswirtschaft & Fitnessstudio-Consulting sowie Marketing-Management-Konzepte für Fitnessstudios und kennt den internationalen Gesundheits- und Fitnessmarkt wie seine eigene Westentasche. Seit 38 Jahren sammelt er Erfahrungen im internationalen Freizeit- und Fitnessmarkt. Durch zahlreiche Beiträge und seiner Tätigkeit als Referent (über 200 Fachartikel, 3 Fitness Management Bücher und 1 Multi Media Fitness Manager CD) in der Internationalen Fachpresse hat sich Antonio e Silva darüber hinaus einen Namen gemacht.
Fitnessstudios Deutschland

News-ID: 1068726 • Views: 337 (Stand: 06.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1068726/Fitnessstudio-Mehr-Umsatz-durch-eine-intelligente-Strategie.html>