

Erfolgsformel Nr. 1: „Investiere ins Mitglied!“

Die neue medo.check Version 4.0 Software sichert nachhaltige Betreuung bis zum erreichten Ziel



Nach der Faustformel von Kostenmanagement-Experten ist es etwa fünf- bis siebenmal so teuer, einen Neukunden zu gewinnen als einen Bestandskunden zu halten. Im Fitnessmarkt kostet die Gewinnung eines neuen Mitglieds im Schnitt 125,- €. Zu den Marketingkosten kommen noch die versteckten Kosten für die Verlagerung von Personalaufwand von der Betreuung zum Verkauf.

Darum lohnt die Investition in das bestehende Mitglied mehrfach für den langfristigen Unternehmenserfolg: durch kontinuierliche Betreuung und

erfolgreiche Umsetzung der Trainingsziele. „Genau diesen Prozess abzuschließen hilft die neue medo.check Version 4.0 Software dem Trainer sicher und nachhaltig“, meint medo.check Geschäftsführer Tino Heidötting.

Senkung der Fluktuation spart enorme Kosten

Für 28 % der deutschen Unternehmen gehört das Gewinnen neuer Kunden zu den größten Kostentreibern im Kostenmanagement. Insgesamt lassen sich nach der Potenzialanalyse Kostenmanagement in der deutschen Wirtschaft (von Steria Mummert Consul-

ting) die Firmen die Neugewinnung und Pflege der Kunden viel Geld kosten: Rund 15 bis 20 % des Umsatzes geben sie im Schnitt für das gesamte Kundenmanagement aus, wobei im Business-to-Business-Bereich (B2B) die höchsten Werte erreicht werden, da hier der Wert des Einzelkunden höher eingeschätzt wird als im Geschäft mit Endverbrauchern. Insbesondere in den B2B-Dienstleistungsbereichen sind diese Quoten oft noch höher als 20 %.

Für die Werbekosten allein im Consumer-Dienstleistungssektor, zu dem Fitness-Studios zählen, sollten 5 bis 6 %

vom Nettoumsatz genügen, um kontinuierliches Wachstum zu generieren. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass die Drop-out-Quote bzw. Fluktuation nicht bei 25 %, wie sie 2013 laut Prof. Dr. Kaiser im Schnitt betrug, sondern deutlich darunter liegt. Bei den Fitness-Discountern beträgt die Fluktuation laut Deloitte (2012) sogar über 27 %, woran man indirekt erkennt, dass bei ihnen der Kundenbindungsservice meist weniger Bedeutung hat.

Im Allgemeinen bricht also ein Viertel der Mitglieder von Fitnessclubs mit einem individualisierten Trainingsangebot im Verlauf eines Jahres das Training wieder ab bzw. wechselt den Anbieter.

Um diese verlorengegangenen Mitglieder zurück- bzw. neu zu gewinnen, müssen bei durchschnittlichen Kosten von 125,- € für die Gewinnung eines Mitglieds und einer Fluktuation von 25 % (DSSV 2010) in einem Fitness-Studio mittlerer Größe mit 2.500 Mitgliedern jährlich allein für den Bestandserhalt 78.125,- € aufgebracht werden – und damit ist noch nicht ein einziges Mitglied für das Wachstum hinzugewonnen worden!

Könnte man die Fluktuation hingegen auf 16 % verringern, ergäbe sich schon eine Kostenreduktion von 28.125,- €. Fluktuation erzeugt aber neben hohen Marketing- und Akquisekosten noch weitere, z. T. versteckte Kosten im Bereich des Personalaufwands. Denn die

Die medo.check 4.0 Software hilft dem Trainer bei der kontinuierlichen Betreuung und der erfolgreichen Umsetzung der Trainingsziele des Kunden.

Mitarbeiter, die sich dadurch vermehrt um Kundenakquise und Vertragsgespräche kümmern müssen, können nicht für Kundenbetreuungs- oder Serviceaufgaben, sprich Kundenbindungsaktivitäten, eingesetzt werden.

Aktuellen Studien der verhaltenswissenschaftlichen Kundenbindungsfor-schung (Kaiser & Greier 2012) zeigen, dass die Absprunghöhe gerade in den ersten Monaten überdurchschnittlich hoch ist. Eine stabile Bindung baut sich danach erst nach etwa sechs Monaten auf.

Umgekehrt werden also bei einer Senkung der Fluktuation Kapazitäten für die Betreuung der bestehenden Mitglieder und damit für die Verhinderung von Drop-outs frei. Eine Senkung der Mitgliederfluktuation birgt somit ein absolut hohes Potenzial.

Die Stay-in-Software gegen Drop-out

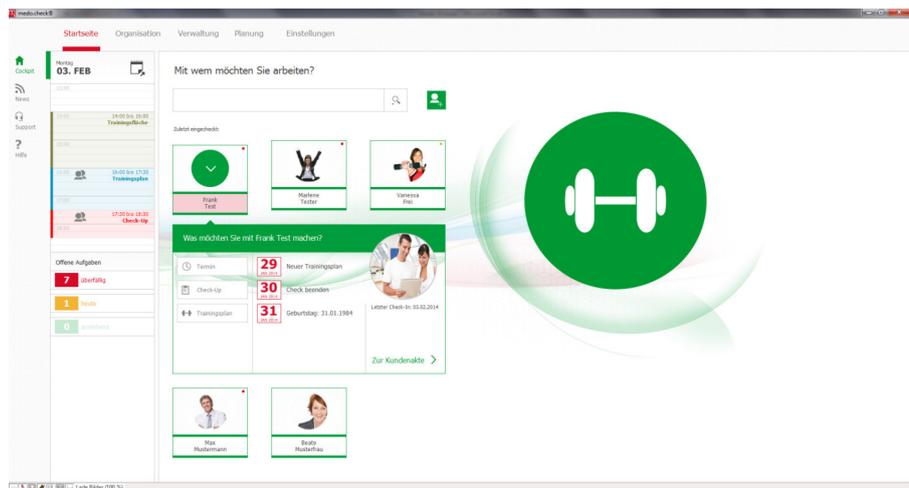
Eine lohnende Investition in die Mitgliederbindung mit Hilfe eines systematischen Kundenzufriedenheits- sowie

Bindungsmanagements ist die vom Forschungs- & Entwicklungszentrum an der Universität Witten/Herdecke entwickelte medo.check CRM (Customer-Relationship-Management) Software in der neuesten Version 4.0.

Durch neue Programme, Updates und Schnittstellen zu bereits installierten Studioverwaltungsprogrammen sind noch individuellere Anpassungen mit der Version 4.0 möglich geworden.

Die neue medo.check Software hilft bei der sicheren Umsetzung der täglichen Mitgliederbetreuung, indem sie im systematisierten Zusammenspiel Trainer/Mitglied für die korrekte Abwicklung des erstellten Betreuungskonzepts sorgt. Das heißt, die Software unterstützt die Trainer durch systematisch geführte Betreuungsschritte, deren exakte Einhaltung damit von vornherein garantiert werden kann. Mit ihr lässt sich die Mitgliederbetreuung professionell planen und die jeweiligen Betreuungsinhalte werden automatisch ausgewählt und gesteuert. Das so

Die Software schafft eine Umgebung für den Trainer, die einfach Spaß macht.



genannte medo.check Aufgabensystem strukturiert so den Arbeitsalltag der Trainer und garantiert eine lückenlose und einheitliche Betreuung der Mitglieder.

„Das bedeutet zwar durchaus Mehraufwand für die Trainer, aber dafür wird durch die gezielten Kundenkontakte und die strukturiert automatisierten Prozesse eine nachhaltige Durchführung gesichert, die keine Nachlässigkeiten zulässt und sich letztlich positiv auszahlt“, meint Tino Heidötting. „Durch die zusätzlichen neuen administrativen Funktionen der medo.check Version 4.0, wie z. B. Organisation von Arbeitszeiten, Terminen und Aufgaben hat der Trainer jetzt schließlich noch mehr Zeit, sich gezielt um seine Mitglieder zu kümmern.“

Große Arbeitserleichterung für die Trainer

„Wichtig für den Kundenbindungserfolg ist, dass ein Betreuungskonzept tatsächlich umgesetzt wird, d.h. dass die Trainer die Software auch wirklich benutzen“, betont Tino Heidötting. „Deshalb bietet die medo.check Version 4.0 neben der Strukturierung der Arbeitsprozesse zahlreiche Schnittstellen auch zu – z. T. vielleicht bereits gewohnten – Analysegeräten an, die die Arbeit erleichtern und Mehrfacheingaben minimieren. Durch die einfache und intuitive Bedienung der Software wird eine Umgebung für den Trainer geschaffen, die einfach Spaß macht – und darum wird diese Software von ihnen auch tatsächlich gerne genutzt. Dazu tragen die neuen Or-

ganisations-, Planungs- und Verwaltungstools entscheidend bei.“ Ist das Mitgliedsprofil einmal im Programm angelegt, hat der Trainer schnell den Überblick über dessen Trainingsparameter und kann jederzeit die Betreuungshistorie und die Termine einsehen, wann welche Aufgaben absolviert werden müssen.

Mit medo.check lassen sich schnell und einfach Trainingspläne und Check-up-Ergebnisse in Form von einheitlichen Handouts erstellen. Somit werden die Effektivität und die Trainingsfortschritte immer wieder überprüft und die Mitglieder erhalten dadurch regelmäßig neue Motivationsimpulse.

Problemloser Datenaustausch über zahlreiche Schnittstellen

Schnittstellen zwischen der medo.check Version 4.0 und weiteren Softwarelösungen im Fitnessclub gibt es viele. Grundsätzlich ist medo.check so offen entwickelt, dass Daten anderer Systeme aufgenommen und verarbeitet werden.

Neue Betreuungshighlights

Auch eine inhaltliche Erweiterung der Anamnese und Analyse wurde vorgenommen. Zum bisher schon vorhandenen Angebot von Schnittstellen zu Tanita, aerolution, BodyAnalyzer, EasyTorque, InBody u. a. kommt das neue Auswertungstool MetaCheck hinzu – ein Gen-Test, der anhand einer DNA-Analyse die persönlichen Meta-Typen der Mitglieder ermittelt. Damit kann der Trainer die Ernährungsberatung auf die genetische Veranlagung abstimmen.

Art, Umfang und Inhalt der zahlreich verfügbaren Schnittstellen für ganz individuelle Check-ups und Re-Checks kann der jeweilige Anwender selbst bestimmen.

Die darauf basierende, individuelle Trainingsplanerstellung kann jetzt auf bis zu 1.500 verschiedene Übungen zurückgreifen. Auch eine Nachverfolgung von Mitgliedern, die dem Studio längere Zeit fernbleiben, ist über Check-in/Check-out möglich.

Mit Hilfe des automatisierten medo.check Aufgabenmanagement-Systems kann der Trainer zudem eine strukturierte Kursberatung sowie strukturierte Infos für die kombinierte Ernährungs-/Trainingsberatung vornehmen. Dazu gibt es den integrierten medo.check Trainingsplaner, über den auch Empfehlungen und Wissen vermittelt werden.

Starkes Potenzial für die Kundenbindung

Durch mehr qualitativ hochwertige Mitgliederkontakte, gezielte Kundenaktionen und die Motivation der Mitglieder über die Visualisierung der Trainingserfolge nach den Check-ups und Re-Checks, garantiert die medo.check Version 4.0 dem Trainer und dem Mitglied über regelmäßige gezielte Trainingsanpassungen die Erreichung seiner Trainingsziele. Dies ist ein entscheidender Kundenbindungsfaktor, der – begleitet von den intensiven Betreuungs- und Beratungskontakten zum Mitglied – emotional und motivierend verstärkt wird.

Heinz Berthold