

Ohne Smartphone geht wirklich gar nichts mehr! Das Handy mit seiner Vielfalt an App-Lösungen ist zu unserem ständigen Begleiter geworden. E-Mails, Einkäufe, Online-Banking, soziale Chatkommunikation und eben auch Fitnesstracking – all das wird heute über das Smartphone erledigt. Dieses Nutzerverhalten sollten Fitness- und Gesundheitsdienstleister ernst nehmen und ihren Kunden entsprechende Angebote zur Verfügung stellen.

as "immer dabei" ist für viele offensichtlich ein viel bedeutenderer Faktor als zum Beispiel in Ruhe zu trainieren. Wann auch immer eine Frage auftaucht oder ein Problem auftritt, wann immer etwas zu notieren oder auch zu tracken ist: Smartphone und App sind sofort verfügbar. Im Umkehrschluss spielt eine auf die Kommunikation mit dem Fitness- und Gesundheitsdienstleister abgestimmte App natürlich eine Schlüsselrolle in der Kundenbetreuung. Und dies nicht nur für das Training und das Trainingsfeedback, sondern auch als umfangreiches Marketinginstrument mit dem Ziel einer gestärkten und möglichst langfristigen Kundenbindung.

Direktes Feedback

Dass die Smartwatch schon das Heben des kleinen Fingers als Trainingsereignis dokumentiert und kommentiert ("Du schaffst das!"), ist der Kunde mittlerweile gewohnt. Allerdings sollte bei dem Anspruch einer seriösen Mitgliederbetreuung durchaus mehr kommen. Ein regelmäßig wechselndes Repertoire an Motivationssprüchen wird beim Kunden auch in diesem Kontext eine positive Nachwirkung haben. Wesentlich wertvoller ist aber ein qualifiziertes Feedback über die vom Kunden erbrachte Trainingsleistung und darauf aufbauende Automatismen, die für die verschiedenen Kundenprofile und Handlungen vordefiniert werden können. So ist gewährleistet, dass – unabhängig von Trainerhandlungen - eine kundenspezifische Präsenz erzeugt wird.

www.bodylife.com body LIFE 0912023 | 29

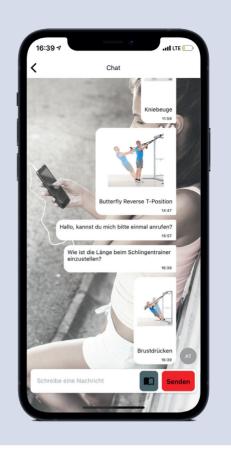
Je engmaschiger und persönlicher die Betreuung ist, desto zeitlich näher zum Training sollte sie erfolgen. Die Bandbreite reicht vom wöchentlichen Kommentar – wenn der Trainer oder Therapeut die Trainingsleistung kontrolliert und den Trainingsplan überarbeitet – bis hin zu einer direkten "Antwort" auf das soeben geleistete Training. Damit erfährt der Kunde auf direktem Weg, dass der Trainer die Situation und den Trainingsfortschritt im Auge hat. Das führt zu einer direkten Motivation; so etwas kann so zeitnah nur ein Kommunikationsmittel wie eine App ermöglichen.

Längst nicht nur ein "nettes Gimmick"

Eine gute Kunden-App sollte aber weit mehr können. Wenn die App erst mal als zentraler Baustein in der Kommunikation etabliert ist, ist sie auch als wichtiges Tool in den Bereichen Sales und Marketing einsetzbar. Zudem ist es sinnvoll, wenn sämtliche News und Informationen für die Kunden gut sichtbar auf der Startseite der App angezeigt werden. Hier lassen sich auch die News und/oder Blogeinträge einer Webseite einblenden. Auch die Verlinkung zu einem Shop oder zu einem Online-Training lässt sich in diesem Bereich anzeigen. Eine Kunden-App ist also nicht nur ein nettes Beiwerk, sondern fördert konkret den Verkauf entsprechender Dienstleistungen sowie die Buchung von Kursen und Angeboten, deren Anmeldung direkt und unkompliziert über die App erfolgt.

Der Kunde muss dazu nicht mit Angeboten überflutet werden. Wichtiger ist, dass er überhaupt wahrnimmt, dass entsprechende Angebote existieren. Mit gezielten Angeboten, die mithilfe eines leistungsstarken CRM-Tools an eine ausgewählte Kundengruppe versendet werden können, wird die Wahrnehmung einer individuellen und seriösen Kundenbetreuung gefördert. Um das festzustellen, lässt sich eine gute App als News-Verteiler nutzen, um Aktionen anzukündigen, mit denen sich das Kundeninteresse für neue Angebote ausloten lässt. Ein weiteres Plus: Kunden können sich über die App die aktuelle Auslastung der jeweiligen Einrichtung anzeigen lassen und so Phasen großen Ansturms vermeiden.

Eine gute Organisation hat auf gleich zwei Ebenen eine positive Auswirkung



Ein formloser Chat zwischen Trainer und Kunde reicht oft aus, um kurze Fragen schnell und entspannt zu klären

auf den Kunden: Zum einen machen gut organisierte Abläufe einen professionellen Eindruck, sodass der Kunde einfach spürt, dass er gut betreut wird – zum anderen lassen sich damit auch eine Menge Konflikte vermeiden. Verpasste Termine sollte die Terminerinnerung zuverlässig verhindern – einerseits, weil der Kunde den Termin erst gar nicht vergisst, andererseits, weil der Kunde durch eine rechtzeitige Erinnerung auch die Möglichkeit erhält, einen Termin, der aufgrund besonderer Umstände nicht stattfinden kann, abzusagen.

Entspannt nachfassen

Ganz ähnlich verhält es sich mit Betreuungsaufgaben, deren Erledigung aufseiten des Fitness- und Gesundheitsdienstleisters erfolgen sollte. Ein über die App abgewickelter Chat ist nicht nur für eine Terminabstimmung ein geeignetes Werkzeug. Dieser Weg eignet sich auch für kurze Zufriedenheits-Checks bei Kunden. Gerade weil der Chat eher formlos abläuft, ist der Kunde auf diesem Kanal entspannter anzusprechen als per Anruf oder E-Mail. Anders als ein Anruf muss eine Chatnachricht nicht sofort beantwortet werden; beim Blick aufs Smartphone wird aber daran erinnert.

Schließlich dient eine gut aufgestellte App auch als Speicher für Dokumente

und Statistiken. Die Dokumentation des letzten Fitness-Check-ups gehört genauso in eine App wie Ernährungshinweise, allgemeine Empfehlungen und alle Dokumente, die bei der Betreuung des Kunden eine Rolle spielen.

Stets alles im Blick

Zukünftig werden sicher auch sämtliche Zugangsberechtigungen und Check-ins über das Smartphone gesteuert. Gerade die Vielseitigkeit einer starken Kunden-App bewirkt, dass der Kunde sie regelmäβig öffnet und – gefördert durch ein entsprechendes Branding – damit seine Bindung zum Anbieter stärkt. Dass der Kunde in der App alles im Blick hat, spiegelt wider, dass sein Gegenüber, ob Therapeut oder Trainer, auf dem aktuellsten Stand ist – vornehmlich in Bezug auf die vom Kunden gesetzten Trainingsund Therapieziele.



Tino Heidötting ist Gründer und Inhaber der Firma medo.check, die Softwarelösungen für Fitness- und Gesundheitsdienstleistungen anbietet. Darüber hinaus ist der Gesundheitsexperte und

Osteopath Inhaber der Firma Lebensspielraum GmbH, einem Dienstleister für Betriebliche Gesundheitsförderung. www.medocheck.com