viewpoint qualitop

Erfolg im Center

... mit Kanrosa: Teil 5

Erfolg ist eine Folge. Nämlich die Folge einer systematischen und konsquenten Ausrichtung des Centers auf die Bedürfnisse des Kunden. Kansrosa ist die Systematik, die Ihnen hilft, Ihren Erfolg zu planen. Lesen Sie hier den fünften Teil Ihrer zukünftigen Erfolgsgeschichte.

Menschen mögen Kansrosa. Oder vielmehr das, was sich hinter der Formel verbirgt. Komfort, Ansehen, Neuigkeiten, Selbsterhaltung, Risikolosigkeit, Oekonomie, Sympathie, Angehörigkeit (Dazugehörigkeit). Den KANSRO-Teil haben wir schon behandelt. Heute schauen wir uns das vorletzte Element der Erfolgsformel an, nämlich den Aspekt „Sympathie".

Sympathie

Sympathie (von griech. syn, pathein = „mitleiden", vgl.) ist ein menschliches Gefühl. Die Wahrnehmung dieses Gefühls ist subjektiv, nicht messbar und für einen Betrachter nicht rational nachvollziehbar. Sympathie ist in unserem Sprachgebrauch eine emotionale Beziehung zu einem anderen Menschen oder auch zu einer Idee oder Ideologie aber niemals zu einem Gegenstand. Sympathie ist also im Fitnesscenter an die Menschen oder an die Philosophie – im besten Fall an beides gebunden. Das heisst: Ihre primären Erfolgsfaktoren sind sympathische Menschen und eine erkennbare Philosophie in ihrem Center.

Aus eigener Erfahrung kenne ich aus den Centern das eine (sympathische Menschen) oder das andere (eine nachvollziehbare Philosophie); aber selten beides zusammen, was mich immer ein wenig irritiert. Diese beiden Aspekte gehören zusammen. Was aber können Sie dafür tun?

Wie entsteht eine Philosophie? Nützlich und für das konkrete Vorgehen im Unternehmen praktisch ist, wenn wir bei der Philosophie beginnen. Denn Menschen fühlen sich durch Philosophien angezogen oder abgestossen. Ohne klare Philosophie gibt es keine passenden Menschen; weder Trainer noch Mitglieder. Eine Philosophie entsteht durch die Auseinandersetzung mit Fragen, auf die Sie eine Antwort haben sollten:

- Glauben Sie, dass Sie eine solche Philosophie haben?
- Wenn ja, wie würden Sie diese formulieren?
- Woran sieht und merkt man, welche Philosophie umgesetzt wird?
- Wie macht sich diese Philosophie in Ihrem Marktauftritt bemerkbar?
- Was unterscheidet Ihre Philosophie von der anderer Center?
- Für wen ist Ihre Philosophie wichtig?
- Was müssen die Trainer in Ihrem Center tun, damit die Philosophie in Ihrem Sinne transportiert wird und bei den Mitgliedern ankommt?
- Welche Angebote passen zur Philosophie, welche nicht?

Wenn Sie diese Fragen beantworten können, dürfen Sie zu recht behaupten, dass Sie eine Philosophie haben. Wenn Sie eine Philosophie haben, brauchen Sie nur noch sympathische Menschen, die zu Ihrer Philosophie passen.

Was macht Menschen sympathisch? Menschen können sympathisch aussehen und/oder sympathisch sein. Aber während ein wenig sympathisch aussehender Mensch die Chance hat, über sein Verhalten Sympathien zu gewinnen, kann der sympathisch aussehende Mensch sie durch rücksichtlose Verhalten wieder verlieren. Das Aussehen können wir nur teilweise beeinflussen; aber unser Verhalten ist steuerbar und veränderbar. Untersuchungen zufolge gewinnen wir bei anderen Menschen mit folgenden Verhalten Sympathien:

- mit Aufmerksamkeit und Augenkontakt,
- mit einem Lächeln und einem Kopfnicken, wenn jemand auf Sie zukommt,
- durch aufmerksames Zuhören,
- durch Wiederholen des Gesagten mit eigenen Worten, wenn jemand reklamiert,
- durch erfragen von Wünschen, wenn jemand zu erkennen gibt, dass er nicht zufrieden war,
- durch zurücknehmen eigener Redeanteile,
- durch eine offene Körperhaltung
- durch Ansprechen mit Namen,
- durch Begrüssen und verabschieden mit einem Händedruck.

Fragen Sie Ihre Kunden, was ihnen an der konkreten Trainingsunterstützung wichtig ist. Während nämlich die oben beschriebenen Verhalten sozusagen allgemeingültig sind, ist es die Beratung am Trainingsgerät oder im Gym überhaupt nicht. Während die einen in aller Ruhe trainieren wollen, kommen andere wegen der sozialen Kontakte ins Studio.

Strukturierte Fragen am Anfang einer neuen Mitgliedschaft helfen Wünschen herauszufinden. Wenn Sie jetzt feststellen, dass Sie das nicht tun und auch keine entsprechenden Fragen in Ihrem Aufnahmebogen haben, befinden Sie sich in guter Gesellschaft. Soweit die schlechte Nachricht. Die gute ist, dass Sie es mit wenig Aufwand und wenig Investitionsaufwand ganz schnell schaffen, einen Vorsprung gegenüber Ihrer Konkurrenz zu schaffen.

Jürg Wilhelm

Jürg Wilhelm ist Gründer und Inhaber des institute for excellence. Er hat langjährige Erfahrung als Coach, NLP-Trainer und Prozessberater und arbeitet für nationale und internationale Firmen in der Schweiz, in Europa und in den USA.

Ausbildung zum Life-Coach

Wie man Beziehungen erfolgreich gestaltet und sich selbst weiterbringt, lernen Sie in der Ausbildung zum Life-Coach. Die nächste Ausbildung startet am 8. Februar 2007.