



Setzen Sie auf einen starken Partner in Sachen Marketing und Werbung. Entscheiden Sie sich bis Sonntag, 25. April 2010 für eine Mitgliedschaft bei Greinwalder & Partner und Sie erhalten eine Gutschrift in Höhe von 500 Euro – einzulösen für beliebige Leistungen.

Slim Belly® – oder Die Geschichte vom Schraubendreher

Ich nehme an, Sie kennen die Geschichte vom Schraubendreher. Hermann Scherer, Autor und Herausgeber von mehr als 20 Büchern, darüber hinaus ein gefragter Redner, schrieb sie in einem seiner Verkaufsbestseller und seit dem ich sie gelesen habe, lässt sie sich nur all zu oft auf viele verschiedene Dinge duplizieren.



Was glauben Sie? Wer braucht einen Schraubendreher? Immerhin ist er das meist verkaufte Werkzeug der Welt! So sollte man meinen, das jeder auf dieser Welt einen Schraubendreher benötigt, oder?

Hermann Scherer behauptet, niemand benötigt einen Schraubendreher. Und beim näheren Hinsehen hat er absolut recht. Denn was alle brauchen, ist lediglich eine fest angezogene Schraube. Und um dieses Problem zu lösen, überlegt jeder erst einmal was die Lösung sein könnte.

Und siehe da – es ist ein Schraubendreher! Der nächste Schritt ist meist die Frage danach, wo ich einen Schraubendreher kaufen kann. Auch da liegt die Lösung nahe: in einem Baumarkt! Dort fragen wir dann den Verkäufer, welcher der verschiedenen Schraubendreher sich nun für unsere ganz spezielle Schraube eignet. Der Schraubendreher ist gekauft, das Problem – die lockere Schraube – gelöst! Wir sind zufrieden mit der festen Schraube und Hersteller und Handel haben ein weiteres Geschäft gemacht. Was für eine WIN-WIN-Situation!

Was hat das mit Slim Belly® zu tun?

Warum erzähle ich Ihnen das, und was hat es wohl mit dem Slim Belly® zu tun? Nun auf den ersten Anschein hin nichts, bei näherem Hinsehen jedoch sehr viel, und zwar gleich in doppelter Hinsicht.

Wenden wir uns zunächst den Unternehmern zu, den Studiobetreibern. Leider stellen sich die meisten ihren Markt immer noch wie einen großen Kuchen vor. Einen Kuchen, bei dem es darum geht, möglichst ein großes Stück abzubekommen. Aber weil sich die Konkurrenz dies auch vorstellt, liefert man sich erbitterte Kämpfe um Marktanteile.

Um diesen Kampf zu umgehen, brauchen Sie eine Idee, ein Konzept, etwas Einzigartiges. Sie brauchen eine Lösung, die eine maximale Zahl an Interessenten anzieht, die auch noch bereit sind, angemessen dafür zu zahlen. Sie brauchen sozusagen einen „Schraubendreher“ für ihr Problem.

Nachweislich wollen 80% der Menschen abnehmen. Und hier meine ich nicht, dass sie leichter sein wollen, also 5 oder 10 kg verlieren müssen. Kein Mensch würde Sie auf der Straße ansprechen und sagen: „He, du siehst leichter aus...“. Nein, sie wollen an Umfang verlieren, sie wollen besser aussehen. Sie wollen, dass man es sehen kann, dass Kleidung aus vergangenen Tagen wieder passt, sie wollen sich und ihren Körper wieder zeigen. Und glauben sie mir, das Alter spielt dabei kaum eine Rolle (ich bin selbst jenseits der 40).

Der „Schraubendreher“, der Ihnen genau diese Zielgruppe in den Club spielt, heißt Slim Belly®. Er löst das Problem der fehlenden Interessenten, macht sie auf eine ganz bestimmte Art und Weise einzigartig.

Innerhalb eines Jahres trainierten in über 600 Slim Belly® Clubs mehr als 100.000 Menschen mit Hilfe dieses „Schraubendrehers“. Sie regenerierten in den Clubs einen Mindestumsatz von 8.000.000 Euro! Mitgliedschaften oder Zusatzumsätze nicht eingerechnet. Und dies allein wünschen sich die Unternehmer. Mit anderen Worten: es ist das Problem, welches die Unternehmer

gelöst bekommen. Sie als Unternehmer kaufen lediglich unter zwei verschiedenen Aspekten: Entweder sie erfüllen sich einen Wunsch und erzeugen hierdurch ein gutes Gefühl, oder sie lösen mit der Kaufentscheidung ein Problem. Slim Belly® schafft beides!

Das Kaufmotiv für Unternehmer haben wir nun geklärt. Doch nun kommen die Zweifler: „Das ist kein Konzept und keine Innovation für unseren Club...“, „meine Kunden werden das nicht annehmen...“, oder „das ist doch Betrug am Kunden...“. Ach ja? Ich möchte bezweifeln, dass genau Ihre Kunden keine „lockeren Schrauben“ haben, es sei denn in Ihrem Einzugsgebiet versammeln sich genau die 20% der Menschen, die wirklich nicht abnehmen möchten.

Schauen wir doch mal auf die Ergebnisse: Durchschnittlich 8 cm Bauchumfang haben die Kunden verloren. Das ist kein geschätzter Wert. Das ist das Ergebnis, welches die Kunden in den durchgeführten Studien erreichten. Slim Belly® ist nicht nur ein „Schraubendreher“, der die Probleme der Kunden löst, sondern eher ein „Akkuschrauber“. Und um auf das Thema Innovation zurück zu kommen: Innovation ist, wenn der Kunde Hurra schreit und sein Portemonnaie zückt. Alles andere sind doch theoretische Debatten. Es geht aus diesem Blickwinkel nicht um Sie als Unternehmer, sondern um das, was Ihre Kunden wirklich wollen.

Anja Förster bringt es in ihrem Buch „Spuren statt Staub“ auf den Punkt: In hart umkämpften Märkten haben Sie nur eine Chance: Sie müssen ein Produkt anbieten, mit dem Sie sich klar abgrenzen, das unverwechselbar ist. Hier reicht es nicht, dass das Produkt „ganz okay“ ist. „Ganz okay“ ist das schlimmste Schimpfwort der Welt.

Warum gehe ich so selbstbewusst mit beiden Seiten um? Weil ich auf der einen Seite als Berater selbst eine ganze Reihe von Clubs betreue, die das Konzept mehr als erfolgreich umsetzen. Hier geht es längst nicht mehr um Theorien, sondern um Ergebnisse. Und weil dieser „Schraubendreher“ auf der anderen Seite in meinen eigenen Clubs erfolgreich eingesetzt wird. Und auch hier habe ich die Erfahrung gemacht: Kunden finden das neue, revolutionäre, großartige Angebot eben erst dann toll, wenn es auf dem Markt ist. Und sie das alte Produkt nicht mehr haben wollen. Ich hoffe für Sie, dass Sie als Unternehmer in diesem Moment das neue Produkt haben und nicht das alte, das keiner mehr haben will.

Ein Indiz für Erfolg waren schon immer Neider und Kopierer. Dagegen gibt es keinen dauerhaften Schutz. Unsere einzige Chance besteht darin, genau jetzt schon wieder mit einer neuen Idee am Markt zu sein. Und dazu meine Frage:

Wer braucht eigentlich eine Säge?

Kein Mensch braucht eine Säge, was gebraucht wird, ist ein Stück Holz, genau in der richtigen Länge. Slim Back&Legs® ist da!

Oder vereinen Sie an Ihrem Standort genau die 20% von Frauen, die keine Figurprobleme an Gesäß und Oberschenkeln haben, oder sich nicht kritisch mit dem Thema Cellulitis auseinandersetzen?

Greinwalder & Partner

Marketing Services

Jörg Schmidt

Diplom Sport- und Fitnesslehrer, ist seit 1997 in der Fitnessbranche tätig und Inhaber von drei Fitnessanlagen in Thüringen. Seit 2005 arbeitet es als selbstständiger Coach im Bereich Verkauf und Motivation, seit 2008 ist er Marketingberater bei Greinwalder & Partner. Neben seiner Bertätigkeit ist er hier Projektleiter für Rehabilitation. Zusätzlich ist er im Rahmen des S.M.I.L.E. Seminar Service Referent für Beratung und Verkauf.

