

Promotion

„Wenn die Interessenten nicht zu Ihnen kommen...“

...gehen Sie zu den Interessenten!

Was machen Sie, um die Wand zu durchbrechen, die Ihren Fitness-Club von der Außenwelt trennt? Werbung! Was denn sonst, nicht wahr? Flyer, Anzeigen, Radiospots, Mailings, Großflächenplakate & Co. Und das ist auch richtig! Mit Werbung „rufen“ Sie Interessenten und erzeugen (hoffentlich!) Sog. Jedoch können weder Flyer noch Anzeigen, ja noch nicht einmal ein Radiospot, auf irgendeine Art und Weise emotional auf Menschen reagieren und sich schon gar nicht mit ihnen „unterhalten“.

Was können Sie also als Betreiber tun, um nicht nur auf Papier oder akustisch, sondern auch emotional an den Markt zu gelangen? Nun gut... Menschen erreichen Sie am besten mit Menschen! Denn nur sie können gezielt reagieren, nachfragen, mit Charme oder Humor kommunizieren und motivieren. Kaum eine Kommunikationsform erzeugt mehr emotionale Nähe als ein Mensch der „Promotion“ macht.

Aber Vorsicht! Bei vielen Mitarbeitern löst allein schon der Begriff „Promotion“ Panik aus. Das liegt meist daran, dass sie es mit negativen Erlebnissen in Verbindung bringen. In der Regel bekommen sie vom Chef ein stoß Flyer in die Hand gedrückt und werden mit der Aufforderung Menschen anzusprechen auf die Straße oder ins naheliegende Einkaufszentrum geschickt! Doch wer macht so etwas schon gern? Niemand! Ergebnis? Keiner im Team will Promotion machen. Wie schade! Dabei könnte der Club ein paar Interessenten gut gebrauchen! Nein, so funktioniert das nicht!

Die wahre Kunst ist es, den Mitarbeitern die richtigen Werkzeuge an die Hand zu geben und die Promotion-Aktionen so interessant und ansprechend zu gestalten, dass sich letztlich alle darum reißen mit von der Partie sein zu dürfen.

Die gute Nachricht

Nach diesem S.M.I.L.E. Best Practice Seminar können Sie sofort loslegen! Sie profitieren von den Erfahrungswerten erfolgreicher Anwender und kennen die besten Methoden, um hochwertige Adressen zu generieren. Sie kennen nicht nur die verschiedenen Promotion Varianten und deren Einsatzbereiche, sondern wissen auch welche Erfolgsmerkmale bei der Zusammenstellung des Promotion-Teams zu beachten und welche Einsatzorte geeignet sind.

Für wen ist das Seminar interessant?

Für alle Menschen, die in ihrem Club ein Promotion-Team aufbauen oder ein Teil davon sein wollen, weil sie Spaß daran haben, bei der Kundenakquise auch mal außergewöhnliche Wege zu gehen.

Termine:

- ▶ 24.02.2012, Gera
- ▶ 28.02.2012, Zürich (CH)
- ▶ 02.03.2012, München
- ▶ 09.03.2012, Hannover

