

MetaCheck fitness

Erfahrungsbericht des JUMP! in Koblenz

Carsten Werner ist eng mit der Fitnessbranche verbunden. Angefangen als Bodybuilder mit beachtlichen Erfolgen, betreibt der 47-jährige seit 1996 das JUMP! in Koblenz. Zudem ist der Betriebswirt seit Jahren Dozent und Prüfungsvorsitzender der IHK-Koblenz. Während dieser langen Zeit in der Branche hat Carsten Werner viele Konzepte kommen und ähnlich viele auch wieder gehen sehen. In unserem Interview spricht er über das Ernährungskonzept MetaCheck fitness, weshalb er sich dafür entschieden hat, wie er es vermarktet und wie es von seinen Kunden angenommen wird.

fMi: Wie lange setzen Sie MetaCheck fitness schon in Ihrem Studio ein?

Carsten Werner: Ich bin das erste Mal vor vier Jahren auf der FIBO in Kontakt mit MetaCheck gekommen. Die Vorstellung des Konzepts von Antonio e Silva, for me do GmbH, hat mich derart beeindruckt, dass ich gleich 20 Stück geordert habe – das waren immerhin Kosten von rund 3.800,- EUR. Nichtsdestotrotz ist das Produkt nach anfänglichen Schwierigkeiten – unterstützt durch die Fernsehwerbung – durchgestartet. Als das auf Pro7 oder z. B. in der Gala vorgestellt wurde, gab es einen richtigen MetaCheck-Boom. Da wurden vor allem viele Zweifel bei den Kunden beiseite geschafft, da in diesen Formaten die Seriosität des Produkts aufgezeigt wurde.

Nutzen Sie MetaCheck fitness für Kundengewinnung oder auch für Kundenbindung?

In jedem Fall beides. Intern hilft uns MetaCheck bei der Kundenbindung und extern bei der Kundenneugewinnung. Innerhalb unseres Preissegments gibt es nur drei Gruppen: die Übergewichtigen, die Untergewichtigen und Kunden mit einer Krankheitsvorgeschichte. Für Jeden der drei Gruppen haben wir ein Konzept.

Den Übergewichtigen bieten wir den MetaCheck an. Zusätzlich zum Basispreis (298,- EUR) bieten wir unseren Kunden wahlweise vier Wochen ein individuelles Training mit insgesamt acht Terminen und ein Personal Training auf dem Galileo Training an (349,- EUR). Danach merken unsere Kunden schon gewaltige Erfolge und wir generieren so Neukunden.

Welche Anforderungen hatten Sie an das Konzept?

Für mich war es primär ein Marketingtool. Etwas, das sich zur Kundenneugewinnung und zur Außendarstellung gut bewerben und verkaufen lässt und zudem Exklusivität aufweist.

Was finden Sie an MetaCheck fitness im Vergleich zu anderen Ernährungskonzepten interessant?

Es gibt einfach keinen Vergleich zum MetaCheck fitness. Viele Diäten haben nicht den gewünschten Erfolg, weil sie nicht individuell auf den Anwender abgestimmt sind. Beim MetaCheck fitness jedoch wird von jedem Kunden die DNA ermittelt und daraus leitet sich dann die individuell optimierte Ernährungsempfehlung ab. Seine Gene bestimmen, welches Essen gut für ihn ist, und auf dieser Basis erhält er maßgeschneiderte Empfehlungen.

Was erzielen Ihre Kunden für Ergebnisse mit MetaCheck fitness – sowohl kurzfristig, als auch langfristig?

Absolut hervorragende! Wir machen ja für die Leute, die sich das nicht leisten möchten, ein normales Ernährungscoaching. Das baut sich auf drei Säulen auf und die haben natürlich auch Erfolg. Es zeigt sich wirklich: die auf die Gene angepasste Diät erzielt Ergebnisse, die im Vergleich zum normalen Ernährungscoaching mindestens doppelt so effektiv sind. Die Ergebnisse unserer Kunden sind großartig!

Foto: Claudius Volkert



Carsten Werner, Inhaber JUMP! Koblenz mit seinem Mitglied.

Was haben Sie in Ihrem Studio für ein Geschäftsmodell, wie viele MetaChecks haben Sie bisher an den Mann bzw. an die Frau gebracht? Wie gehen Sie dabei vor?

Wir haben ca. 120 MetaChecks verkauft. Einige haben wir hier noch liegen und auch schon wieder nachbestellt. Wir haben immer welche auf Lager.

Es muss immer in unsere aktuelle Werbeaktion passen. In der vergangenen Weihnachtsaktion passte es bspw. wieder sehr gut. Es ist ein sehr hochwertiges Produkt und so verkaufen wir es auch. Wir gewähren hier auch keinen Rabatt, da wir mit dem MetaCheck ein absolutes Alleinstellungsmerkmal vorweisen können, denn ein Konkurrenzprodukt gibt es nicht.

Was sagen Sie zu den Empfehlungen, die von MetaCheck fitness zur sportlichen Betätigung gegeben wird?

Das lässt sich prima in den Trainingsplänen integrieren. Ich meine, das ließ sich natürlich auch früher über den langen Weg mit dem Kunden herausfinden, ob der Kunde nun auf einen höheren Ausdaueranteil oder Kraftanteil reagiert. Wenn meine Trainer dann die Auswertung machen, gibt es da natürlich schon eine ganz klare Skalierung des Kunden. Somit ist das Erreichen der Kundenziele deutlich leichter und erfolgreicher und bringt dem Kunden eine deutlich höhere Motivation. Das ist die aufeinander aufbauende Erfolgskette des MetaChecks.

Wie wurden Sie denn von for me do unterstützt?

for me do hat für uns die Schulung aller Mitarbeiter durchgeführt, damit wir eine gemeinsame Sprache sprechen, was die Aufklärung des MetaChecks angeht. Dann hatten wir zwei Auftaktveranstaltungen im Studio. So wurde das Ganze zunächst intern bei uns beworben, weil wir schauen wollten, wie es bei unseren festen Mitgliedern ankommt. Dann haben wir es bis jetzt auch in den Print- und sozialen Medien eingesetzt. D. h. wir veröffentlichen regelmäßig die for me do-Videos, die wöchentlich als News verschickt werden auf unserer Facebook-Seite. Nach den Feiertagen bspw. wird wieder eine Vorsatzgeschichte gemacht. Generell muss es in unsere Werbung und unser Marketing passen. Zudem integrieren wir bei unserer externen Werbung das Galileo-Training, das sich an Neukunden wunderbar mitverkaufen lässt.

www.formedo.de

