

Fallstudie für Fitnessstudios

In dieser Fallstudie möchten wir zeigen, wie das Get Fit Heringen in nur 6 Wochen nach dem Start unserer Zusammenarbeit bereits über 250 neue Mitglieder für die Neueröffnung des Studios erzielen konnte.

Das Ziel unserer Zusammenarbeit war es, einen Weg zu finden, in kürzester Zeit die Eröffnung des neuen Studios im ganzen Umkreis bekannt zu machen. Primär ging es um das gewinnen von neuen Mitgliedern direkt zur oder unmittelbar nach Eröffnung.

Gleichzeitig hatten wir nur 30 Tage Zeit, alle notwendigen Schritte einzuleiten, bis das Studio offiziell die Türen öffnet.

Ausgangssituation

- Ein altes Studio in einer ländlichen Region wurde übernommen und nach dem Get Fit Konzept umgebaut.
- Wir haben bereits andere Get Fit Filialen betreut und kannten somit das Konzept.
- Der Inhaber hat bereits mehrere Studios eröffnet, jedoch bisher ausschließlich über Plakate und Flyer.
- Das Ziel sollte es sein, im ersten Monat nach der Eröffnung 100-150 neue Mitglieder gewonnen zu haben.

Plan zur Zielerreichung

Wir haben folgenden Plan aufgestellt, um das Ziel zu erreichen:

1. **Definition der Zielgruppe:** Nur wer weiß, mit wem er spricht, kann seine Message auch richtig rüber bringen. Nach diesem Motto haben wir zuerst die Zielgruppe für diese Behandlung definiert. Natürlich spielt auch das Einzugsgebiet eine wichtige Rolle.
2. **Erstellung der Kampagnen:** Wir haben die Werbekampagnen nach uns in der Fitnessbranche bewährten Vorlagen erstellt. Mit einem speziell entwickelten Messenger Chabot wurde die Zielgruppe zur Interaktion mit dem neuen Studio angeregt. Es wurden verschiedene Events (wie Baustellenparty und Neueröffnungsparty) sowie Gewinnspiele beworben. Dies sorgte für maximale Reichweite und Auseinandersetzung der Zielgruppe mit dem neuen Studio.



3. **Optimierung der Kampagnen:** Anhand des ersten Events sowie des ersten Gewinnspiels, analysierten wir die gewonnenen Daten und verbesserten so die Werbekampagnen für die darauf folgenden beworbenen Events und Gewinnspiele um noch mehr Menschen für die Eröffnung begeistern zu können.

Kennzahlen

Anbei die Kennzahlen, die sich aus dieser Zusammenarbeit ergeben haben und die in diesem Bereich von quasi jedem Studio erreicht werden können.

Ausgegebenes Werbe-Budget: 439,17€

Reichweite: 15.455 Personen

Anzahl neuer Mitglieder am Tag der Eröffnung: 125

Anzahl neuer Mitglieder nur 2 Wochen nach Eröffnung: 250

Natürlich hören die Möglichkeiten und Kampagnen an diesem Punkt nicht auf. Für die Get Fit Studios haben wir auch unabhängig von neuen Eröffnungen online neue Mitglieder gewonnen.

Wir hoffen, dass wir Sie mit diesem Beispiel inspirieren konnten es es gezeigt hat, welche Möglichkeiten sich auch Ihnen bieten.

Falls Ihr Interesse geweckt wurde, laden wir Sie zu unserem kostenlosen und unverbindlichen Strategiegelgespräch mit einem Experten aus unserem Team ein.

Sie können sich über den folgenden Link Ihr kostenloses und unverbindliches Strategiegelgespräch sichern ⇒ mangomarketing.de/termin-vereinbaren

Beste Grüße und viel Erfolg

Anton Wieprecht und Nisse Nebel

Geschäftsführer von Mango Marketing