



Neukundengewinnung

Professionelle Gesundheitsbewertung

Jeder Unternehmer benötigt neue Kunden. Ein immer währender Werbungsprozess, der viel Einsatz, Kreativität und Geldaufwand mit sich bringt. Der Markt ist heiß umworben und das Angebot so vielfältig wie groß. Neue Zielgruppen und neue Vertriebswege müssen genutzt werden, um die „Couch-Potatos“ und älteren Menschen zu gewinnen, die zwar etwas für ihre Gesundheit tun müssten, aber den Gang in ein Fitness-Studio scheuen. Zielgruppen mit einem riesigen Potenzial.

Wie soll das funktionieren? Noch ein neues Fitnessgerät, mehr Werbung machen oder gar ein weiterer Umbau, um die Attraktivität zu steigern? Ein einfaches Mittel muss her, denn die potenziellen Neukunden sind anders als die bereits sportlich Aktiven. Skizzieren lässt sich die Zielgruppe folgendermaßen: Menschen ab 40, unsportlich, etliche Beschwerden, wenig Muskulatur, Übergewichtig, schlechtes Gleichgewicht. Wie lautet nun das Wunderwerkzeug, das diese Menschen vom Sofa locken

soll? Die Antwort lautet: Gesundheitsbewertung. Wir Menschen brauchen Orientierung. Was schwarz auf weiß dokumentiert ist, hat einen höheren Wert. Diese Denkweise kann das Fitness-Studio nutzen.

Die Gesundheitsbewertung kann mit Hilfe des neuartigen Körperanalysegeräts for me do BodyAnalyzer durchgeführt werden. Sie gibt dem Kunden und dem Studio Messwerte über den körperlichen Zustand an die Hand, die über eine übliche Körperfettwaage hinausgehen. Das verständliche Protokoll gibt Aufschlüsse über Defizite, die die Grundlage eines individuellen Trainingsplans bilden und dann bei Folgemessungen die Trainingserfolge darstellen. Der Vorteil für den Kunden: Er erhält auf einen Blick eine Aussage zu seinem Gesamtzustand. Nach gezieltem Training und ggf. Ernährungsveränderungen werden bei erneuter Messung die Verbesserung aufgezeigt. Damit wird er motiviert und hat klare Ziele vor Augen – schwarz auf weiß eben.

Unter anderen werden folgende Messwerte ermittelt:

- Körpergewicht
- Wasser (intrazellulär und extrazellulär)
- Proteine
- Mineralien (Körper und Knochen)
- Körperfettmasse und fettfreie Masse
- Muskelmasse (Körper und Skelett)
- BMI
- Symmetrie und Segmentierung der Muskel- und Fettanteile
- Gesundheitsbewertung mit Angabe von Punkten (ein Index, der alle Messwerte zu einem Gesundheitsindex zusammenfasst)

Wie funktioniert der BodyAnalyzer?

Die Analyse erfolgt mit der bioelektrischen Impedanzanalyse (BIA), d. h. ein sehr kleiner Strom durchfließt den Körper. Die Körperzusammensetzung wird an acht Stellen mit Frequenzen von 5, 50, 100, 250 und 500 kHz gemessen. Diese unterschiedlichen Frequenzen führen zu einer hohen Genauigkeit. Der Kunde stellt sich auf das Gerät, die Füße haben Kontakt mit den Messpolen der Bodenplatte und in den Händen jeweils die Elektroden-Griffe. Danach folgt eine kurze Eingabe am Display und die Messung an sich dauert nur 30 Sekunden. Danach erfolgt die Erläuterung des Trainers anhand eines aussagefähigen Protokolls.

In der Praxis

Nachfolgend stellen wir Einsatzgebiete des BodyAnalyzers am Beispiel der Aha Aktiv-Haus gGmbH in Dortmund vor. Das Aha Aktiv-Haus bündelt als Eigenbetrieb der Betriebskrankenkasse Hoesch die Kompetenz der Krankenkasse in den Bereichen Primärprävention und Betriebliche Gesundheitsförderung.

1. Einsatz des BodyAnalyzers in den Eingangstests.

Seit Februar 2010 wird der BodyAnalyzer als Bestandteil der Eingangstests für Neumitglieder eingesetzt. Gegen eine zusätzliche Gebühr wird allen Mitgliedern die Möglichkeit geboten, eine Körperanalyse durchzuführen.

2. Betriebliche Gesundheitsförderung

Der BodyAnalyzer wird im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung bei der Durchführung entsprechender Gesundheitstage in den Unternehmen eingesetzt. In den Monaten April und Mai 2010 wurden in mehreren Unternehmen über 1.440 Mitarbeiter im Rahmen eines Herz-Kreislauf-Risiko-Screenings getestet. Die Testergebnisse werden in einem Gesundheitsbericht von der Betriebskrankenkasse Hoesch zusammengefasst und an die Unternehmen weitergereicht. In Anlehnung an die Testergebnisse werden den Unternehmen in den Gesundheitsberichten entsprechende Maßnahmen angeboten. Die Maßnahmen reichen von der Durchführung entsprechender Gesundheitskurse bis hin zur Ernährungsberatung.

3. Durchführung von Präsentationsveranstaltungen

Der BodyAnalyzer wird im Marketing-Konzept vom Aha Aktiv-Haus eingebunden. Auf Präsentationsveranstaltungen,

bei Großveranstaltungen, in Ärztehäusern und umliegenden Apotheken konnte bei vielen getesteten Teilnehmern, in Verbindung mit einer entsprechenden Gutscheinkarte, Interesse für das Aha Aktiv-Haus geweckt und neue Mitglieder gewonnen werden.

4. Einsatz des BodyAnalyzers in Kooperation mit der Ärzteschaft

Der Einsatz des BodyAnalyzers führt zu einer Verbesserung bestehender Kooperationen mit der umliegenden Ärzteschaft. Die Durchführung einer Abnehm-Studie in Zusammenarbeit mit dem Betriebsärztlichen Dienst ThyssenKrupp Stahl und den Unternehmen for me do® wird die Fluktuationsquote der Mitglieder den Sommermonaten enorm sinken.

Der for me do BodyAnalyzer bietet Fitness-Anlagen eine hervorragende Möglichkeit, neue Kunden zu gewinnen und Bestandskunden zu motivieren. Die for me do GmbH ermöglicht im Rahmen von Aktionstagen die professionelle Körperanalyse vor Ort zu testen.

www.formedo.de

