

DIGITAL MARKNADSFÖRING & SÄLJ



Välkommen till vår e-bok "Digital marknadsföring & sälj"

*Den här boken bygger på artiklar vi skrivit till vår blogg
www.intensivept.se/blogg*

*Artiklarna har anpassats något för att bli sammanhängande i
bokformat*

*Vi skriver regelbundet nya artiklar på bloggen så se till att
lägga ett bokmärke där.*

*Några av de ämnen vi tar upp här i boken finns även
ytterligare utvecklade i PT-Podden: www.ptpodden.se
Som t.ex. Bli miljonär som personlig träning*

*Vi hoppas att du gillar boken och att du får nytta av dess
innehåll.*

INNEHÅLL

- Kapitel 1:** Behöver jag som PT ha en hemsida?
- Kapitel 2:** På vilken plattform ska jag bygga min hemsida?
- Kapitel 3:** Marknadsföring 101 - Våra bästa tips
- Kapitel 4:** Hur jag sålde hundratals PT-timmar varje månad
- Kapitel 5:** Skaffa klienter genom konsultationer
- Kapitel 6:** Hur du säljer stora paket PT-timmar
- Kapitel 7:** Invändningar - Vad svarar jag på dem?



Kapitel 1: Behöver jag som PT ha en hemsida?

Kort svar: Ja!

Längre svar:

Jag skulle säga att en hemsida är det första du ska lägga fokus på. Även om FB-sida och en profil på IG känns nyare och lättare att nå ut på. Anledningen till att jag tycker så är vad du kan kommunicera genom en hemsida som du inte kan via någon annan kanal. Försöker du nå ut med din vision som PT och pushar detta på FB eller IG kommer det nå ut till de personer som läser just då. Inte personer som försöker få fram informationen.

För 20 år sedan var man tvungen att kunna koda HTML för att bygga en sida. För 10 år sedan var man tvungen att vara duktig designer samt behärska något program för att bygga sidor i. Sedan några år tillbaka behöver man inte ha någon talang alls och inte kunna något. Dagens tjänster för att bygga hemsida är så enkla att det inte går att misslyckas. Om du publicerar din sida genom squarespace eller wix kommer du betala runt 1000kr / år och få allt du behöver för att bygga sidan på 3-4 dagar.

Här är vad jag tycker du ska ha med:

1. Vem är du?
2. Vad erbjuder du?
3. Referenser
4. Prisuppgifter
5. Kontaktuppgifter

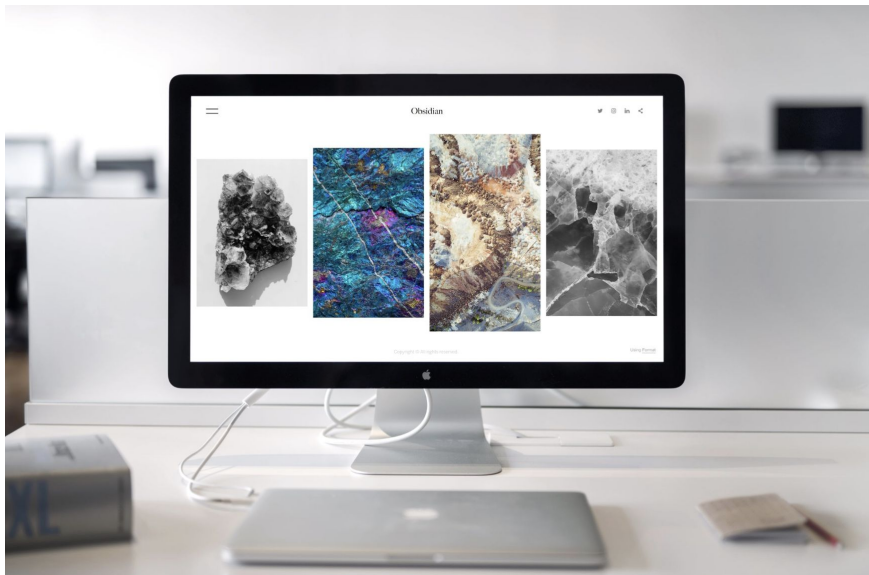
IntensivePT - Behöver jag som PT ha en hemsida?

1. Vem är du?

En beskrivning av vem du är. Några få rader om din bakgrund om den är relevant. Med relevant menar jag om du tävlat i tyngdlyftning, fitness eller någon annan sport inom området.

Det är inte lika relevant att du jobbat extra på SF. Se till att få med all relevant utbildning du har. Vilken licens du har, vilka påbyggnadsutbildningar du gått och vilka workshops du varit med på. Det är här du verkligen har chans att stå ut bland PTs då de flesta endast har en grundutbildning.

Som avslutning på denna sida tycker jag att du kan skriva lite om din vision och varför du är personlig tränare. Som vilka klienter du gärna tränar och vilka träningsformer du använder dig av.



IntensivePT - Behöver jag som PT ha en hemsida?

2. Vad erbjuder du?

Självklart erbjuder du personlig träning. Ofta kommer du även erbjuda kostrådgivning då detta behövs hos nästan alla klienter. Erbjuder du endast träning på gymmet du jobbar eller går det bra att träna med dig även utan medlemskap? Kan man köpa endast tränings- och kostupplägg utan att köpa PT-timmar? Ett tips är att sedan konstruera några erbjudanden. 3-4 räcker gott. Blir det för mycket att välja på riskerar du att tappa klienter. Ett erbjudande kan vara träning en gång i veckan 20 veckor (900kr/timme). Nästa erbjudande kanske är 2 gånger i veckan 20 veckor (800kr/timme) ink gratis bodpodmätning. Ett tredje erbjudande skulle kunna vara PT-Online för 1500kr/månad i 6 månader.

3. Referenser

Detta förutsätter självklart att du haft klienter tidigare. Om inte får du snabba dig och börja träna vänner och bekanta. Du behöver några citat där klienter berättar hur nöjda de är med dig som personlig tränare. Samla in 10-20 av dessa så du kan välja ut de 5-6 bästa till hemsidan. Gärna 5-6 som visar olika sidor av dig. En kanske berättar hur bra viktnedskningen gick och hur klienter nu är i sitt livs form. En annan kanske berättar hur snabbt klienten kom tillbaka efter förlossning. En tredje kanske förklarar hur mycket klienten la på sig i muskelmassa samt hur mycket starkare klienten blev på kort tid. Det är även här du ska lägga upp alla dina före- och efterbilder du tagit på klienter. Inget är så bra reklam som riktigt sjuka resultat.

4. Prisuppgifter

Detta är samma uppgifter som från punkt 2. Dock måste det finnas stort och tydligt så fort man kommer in på sidan. ALLA är intresserade av att se vad kostnaden är. Vissa potentiella klienter kan resonera att det inte är någon idé att läsa allt som finns på sidan om de tror att det kommer vara för dyrt för dem. Så var öppen och ärlig med din prissättning så kommer du få relevant trafik till din sida. Sätt dina paket överst. Finstilt kan du även skriva hur mycket enstaka timmar kostar och vad endast ett kostupplägg med uppföljning på distans skulle kosta. Se till att dra upp kostnaden på dessa tjänster som du egentligen inte vill sälja. De ska göra att paketen ser prisvärda ut.

5. Kontaktuppgifter

Endast e-mail. Lämna inte ut ditt nummer om det inte är en betalande klient. Du vill absolut inte att besökare ska ringa till dig. Besöksadress är heller inte relevant för oss tränare. Om du jobbar på ett gym vill vi inte att personer som inte hör dit kommer och hälsar på. Personer som är intresserade för helt enkelt maila in så tar ni konversationen därifrån. Ett tips är att sätta upp ett kontaktformulär på sidan.

Det är i grund och botten ett e-mail men klienten behöver inte kopiera din e-post och skriva ett mail. Detta gör också att din mail inte finns i klartext på internet så det är mindre risk att hamna på lista som innebär 50 spam om dagen.

IntensivePT - Behöver jag som PT ha en hemsida?

Vad mer behöver du?

1. Betallösning

Du vill att framtida klienter ska kunna impulsköpa träning av dig. Det är ett måste att de kan köpa timmar direkt på sidan. Det är också ett bra sätt att ta betalt även om det är IRL du träffar klienten. Bara att logga in på hemsidan tillsammans och klicka sig igenom beställningen. Så slipper du hålla på med BABS, Swish, faktura eller kontanter. Stripe är mitt tips här. Med stripe kan du enkelt bygga in att klienter kan betala med kort direkt på din sida. Även delbetalningsalternativ finns. Paypal är också riktigt bra. Det enda som är lite sämre med paypal är att designen känns 80-tal. Inget säger att du inte kan ha flera. Du kan ha både stripe och paypal på sidan samt erbjuda fakturering om du vill. Bry dig inte så mycket om de små avgifterna som tillkommer för onlinebetalningar. Det är små summor och sparar dig massa tid.

2. Logga?

Tveksamt om du behöver en logga. Det är, enligt mig, ingen större idé att försöka bygga ett varumärke av dig själv. Ett varumärke som inte går att göra exit genom att sälja kommer endast hjälpa dig under den tid du är aktiv. Och frågan är hur mycket tid det kommer ta i förhållande till hur mycket du får tillbaka. Om du ändå vill ha en logga för att det är kul att sätta på visitkort tycker jag inte du ska försöka designa den själv om du inte tidigare jobbat med design. Betala en mindre summa till en kompis kompis för att få 10 alternativ. Be dem sedan att jobba vidare och skicka 10 alternativ på den du gillade bäst. 5000kr är rimligt att betala för en logga tycker jag.

3. En simpel design

Försök inte bygga en superkomplex sidan med mängder av bilder och färger. Hålla allt simpelt så är det mycket enklare att få till designen. De 5 översta punkterna jag nämner i detta inlägg bör ligga synligt i någon form av menyrad. Övrigt utrymme på förstasidan ska gå till vad du vill pusha hårdast för. T.ex. ett erbjudande du märkt konverterar bra. Lägga detta synligt och se till att det är så få klick som möjligt att genomföra köpet av PT-timmar.

Vad behöver du inte?

1. Bilder på dig själv. Även om du är fantastiskt vältränad och har mängder av studiobilder på dig själv är inte detta något du ska lägga på sidan. Om du gör detta får du oftast en av två reaktioner från klienter. Antingen tycker de att du är narcissistisk eller så bryr de sig inte alls.

2. En slogan eller ett motto. “Resultat garanterat!” eller “Jag jobbar hårt för att du ska få resultat”.

Skippa den delen. Har du gjort ett bra jobb med sidan kommer besökare komma fram till en liknande slutsats helt utan din hjälp i menyraden.

Kapitel 2: Var ska jag bygga min hemsida?

Domän

Om du endast kommer äga en domän kan du lika gärna köpa den direkt genom den plattform du tänkt använda. Om din plan är att äga flera olika domäner tycker jag det är bäst att gå till någon större provider och registrera allt där. Exempel på detta är t.ex. Binerio och One. Personligen använder jag Binerio. Det är billigt och utbudet är bra. Om du bor i Sverige och riktar dig mot personer som bor i Sverige är det bäst med en .se domän. Detta är något som alltid finns på Binerio och One men kanske inte alltid finns om du väljer att registrera domän hos en plattform.



Vilken plattform ska jag bygga min hemsida på?

Plattform

Wordpress

I sitt grundutförande är Wordpress helt gratis. Du ska dock vara beredd på att du kan behöva betala pengar under skapandets gång. Många av de olika teman som finns att välja på kostar pengar. Även en del av de plugins som finns kostar att använda. Även om man räknar med att du köper ett tema och köper några plugins blir ändå Wordpress det billigaste alternativet på listan. Wordpress erbjuder överlägset mest flexibilitet med tusentals teman och tusentals plugins. Med denna flexibilitet medföljer dock att det blir lite svårare att bygga sidan. Om du vill använda Wordpress rekommenderar jag att du köper en domän via t.ex. Binerio och sen aktiverar tillägget Wordpress. Då slipper du DNS och andra kopplingar.

Fördel: Billigt och flexibelt

Nackdel: Svårt att få snyggt. Blir lättare hackat

Hemsida24

Enda anledningen att jag har med Hemsida24 på den här listan är för att varna er läsare om plattformen. Det är dyrt, inflexibelt, dålig support och ofta fula design. Jag känner ingen som är nöjd med Hemsida24

Fördelar: Inga

Nackdelar: Allt

Vilken plattform ska jag bygga min hemsida på?

Wix.com

Wix är superenkelt att få snyggt. Många färdiga mallar och en simpel “drag and drop” funktion. Om du inte byggt någon hemsida tidigare är Wix ett bra val. Vill du endast använda grundfunktionerna kommer du få till det bra ändå. För dig som vill ändra eller lägga till kod finns även denna möjlighet. Det kostar alltid lite mer att använda denna typ av plattform men jag skulle ändå inte beskriva det som dyrt. Mellan 1000-3000kr per år behöver men inte sälja många PT timmar för att få tillbaka.

Fördel: Enkelt och bra support

Nackdel: Ibland kan hemsidor likna varandra eftersom utbudet av mallar är begränsat

Squarespace

Den här hemsidan är konstruerad i Squarespace. Vi på IntensivePT är väldigt nöjda med plattformen. Det är enkelt att konstruera sidor. Det är lätt att blogga. SEO verkar fungera fint. Den support vi fått har varit snabb och bra. Det finns en del färdiga “scripts” att köpa om man inte är duktig på kod men vill ha lite andra funktioner. Överlag ett bra alternativ. Priset är ungefär det samma som på Wix. Någonstans mellan 1000-3000kr plus några hundralappar för scripts om man vill ha det.

Fördelar: Det mesta

Nackdelar: Egentligen inget

Det finns självklart många fler alternativ än detta. Min lista är endast de verktyg jag har personlig erfarenhet av. Spenderar du 10 minuter på Google kommer du hitta många fler möjligheter.

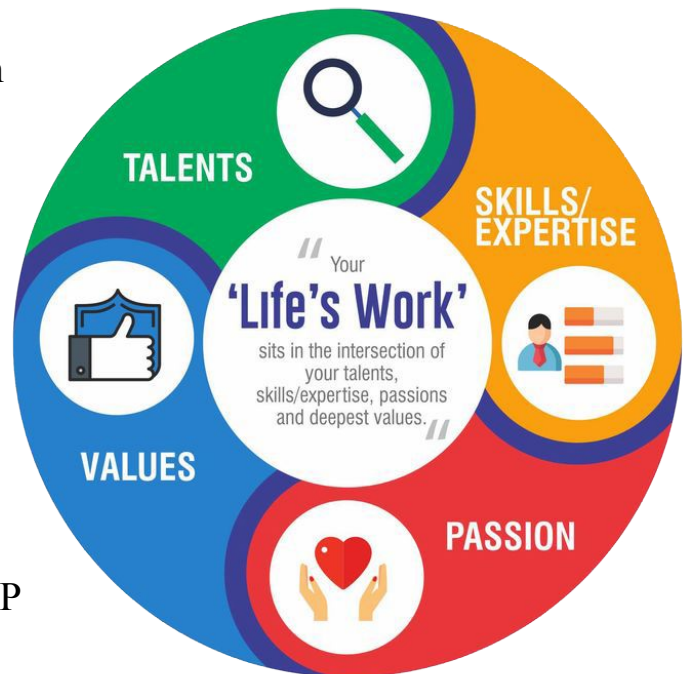
Kapitel 3: Marknadsföring

Hanna Moisanders topp tre tips: Som ny personlig tränare så kan det vara en utmaning att komma ut och hitta sina första kunder. Relevant kommunikation i form av marknadsföring och sälj är otroligt viktigt. Som en del av vår utbildning på IPT så pratar vi om detta och här kommer mina topp tre viktigaste take aways från den att komma ihåg:

1. Know your WHY

Det är alltid enklare att sälja något som man verkligen brinner för, något som man autentiskt vet kommer ge kunden en positiv förändring och som man verkligen vill sälja.

Därför börjar vi alltid med att kolla tillbaka på varför man vill sälja personlig träning, vad har du för inre drivkrafter, vilka problem vill du lösa hos kunden och hur skiljer sig ditt erbjudande ur mängden. Vad är din USP (Unique selling point) och hur ser ditt erbjudande ut?



2. Barta

Byt tjänster mot träning. I början av din PT-karriär kan det vara svårt att nå ut till de klienter som du verkligen vill ha. Du behöver då skapa referenscase och varför inte hitta dessa case inom din huvudsakliga målgrupp och case som kan ge dig lite extra?

Leta upp personer som kan influera andra i sin närhet eller över sociala medier och byt träning mot marknadsföring. Eller hitta företag där du kan hålla i events (till ett lite bättre pris) mot att de låter dig komma och sälja till dess anställda. Eller så tar du tag i ett företag som säljer träningskläder och bartar till dig merchandise mot marknadsföring och mervärde. Viktigt dock är att du innan du börjar med detta sätter ditt erbjudande i print, så att de du byter tjänster med vet vilket värde din tid har och förstår det. Detta bör göras innan du börjar sälja!



3. Sänk tröskeln

Sist men inte minst, sänk tröskeln. Bli vän med medlemmarna, ge dem LÖN (Leende, Ögonkontakt och Nick) och se till att de vet att du vill dem väl! Håll i gruppklasser och om någon är intresserad bjud på gratiskonsultation. Allt för att kunna få till ett möte och ett tillfälle till sälj för dig!

Andreas Hurtig delar med sig av några av de tips han upplevt gett bra resultat

1. Gerilla

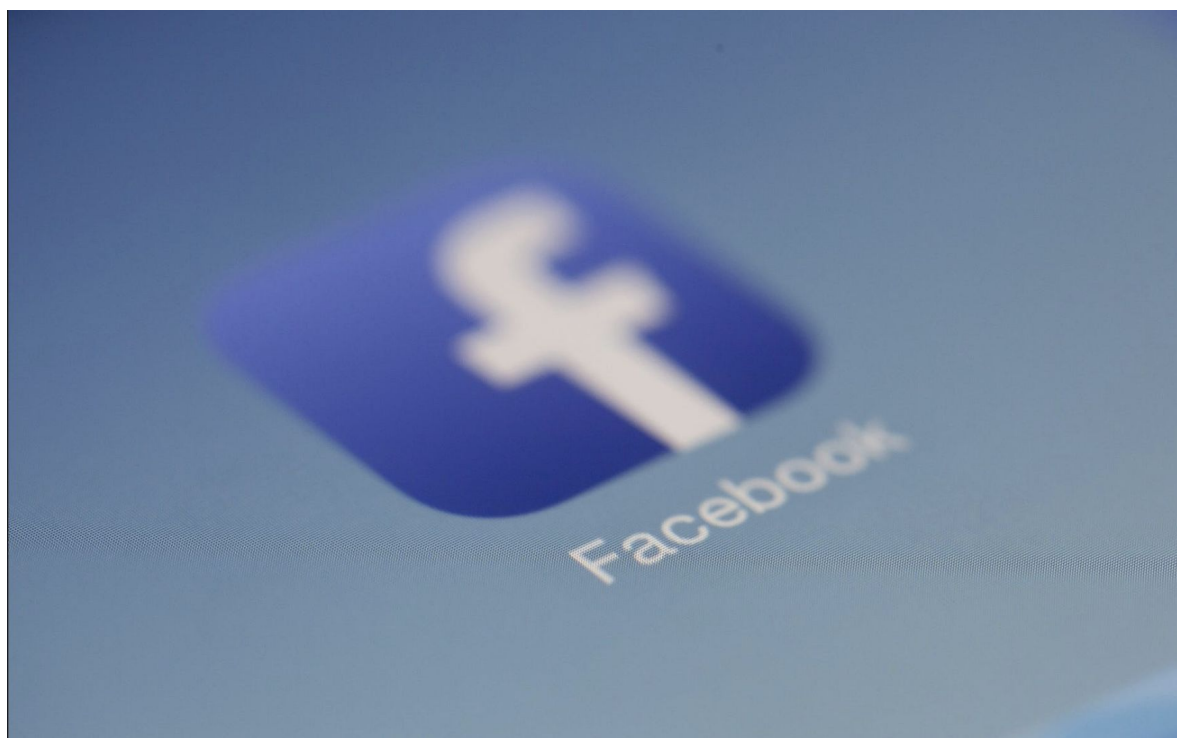
Bäst och billigast. Problemet är att det är svårt att hitta på något riktigt bra. Alla "Gilla, dela och kommentera för att vinna ett flak Nocco" är helt värdelösa. Du kommer säkert få en del engagements men det är så vanligt och tråkigt att ingen ens kommer ihåg vem som står bakom tävlingen. Ett exempel på när vi lyckats bra med detta är när jag marklyfte ett 250kg traktordäck och lovade en gratis månad träning till alla som lyckades lyfta däcket. Förutom tiotusentals visningar kom det även runt 100 personer till gymmet och testade.



2. Pixel

Sätt en Facebook-pixel på din sida och börja samla data. Personlig Träning är fortfarande något som inte säljs på sökord utan på marknadsföring. Sätt upp en riktad kampanj med trafik till sida som mål. Skaffa riktigt snygga bilder. Antingen köper du några stock-bilder eller, ännu bättre, ta hjälp av en fotograf genom punkt 2 i Hannas tips. Skriv en enkel men säljande text och kör igång kampanjen.

Bäst är om du lägger in flera olika varianter på annonsen. T.ex. lite olika bilder och lite olika texter så du kan se vilken som fungerar bäst. För en målgrupp kanske det är före/efter-bilder och för en annan målgrupp kanske det är bild på en PT som tränar en klient. Se till att ha alla typer av bilder i ditt marknadsföringsgalleri.



3. Paket

Testa lite olika paket och kampanjer och presentera dem på olika sätt. Ett paket skulle kunna vara "Sommarpaketet". Kom i form till sommaren. 3 månader fettförbränningsträning och kostupplägg. Detta ser nischat ut och kommer nå en typ av målgrupp. Ett exempel på en kampanj jag gillar är något som inte kapar priset men erbjuder något extra. T.ex. Köp 50 timmar PT så får du ett gratis kostupplägg (värde 5000kr). Det spelar ingen roll om det ändå är något du tänkt göra åt klienten. Det är att de får något extra som gör att de blir mer nöjda med sitt köp.



IntensivePT - Hur jag sålde hundratals PT-timmar varje månad

Kapitel 4: Hur jag sålde hundratals PT-timmar varje månad

Under mina senaste år som PT sålde jag hundratals timmar varje månad. Detta är nog mycket för att fylla mitt egna schema samt stora delar av mina kollegors schema. Så hur gjorde jag?

Först och främst vill jag nämna att alla sälj är unika. Man måste läsa av vilken typ av människa man har framför sig och anpassa vad man säger och hur man säger det. Med det sagt ska jag försöka förklara vad det var jag gjorde för att sälja 1 av 2 konsultationer under flera år.

1. Gilla din egen produkt

Ett citat jag verkligen tog till mig av kommer från en säljutbildning jag var på med Mikael Arndt. Han så något i stil med: *“Ni har världens lättaste sälj. Ni säljer något alla behöver. Föreställ er om ni knackade dörr och sålde dammsugare”*.

Detta stämmer verkligen. Alla har nytta av en personlig tränare. Detta är något jag verkligen tror på. Det är inte klienten som gör mig en tjänst genom att köpa PT-timmar av mig, utan jag som gör min klient en tjänst som låter dem köpa timmar.

Jag tycker dessutom priset är billigt. Även om 800kr/timme är mycket pengar är det otroligt prisvärt. Jag kommer lära ut tekniker, hjälpa till med kost, se till att klienten får resultat av träningen, se till att klienten mår bättre och lever längre, m.m. Otroligt prisvärt. När man som PT känner detta smittar det av sig på din framtida klient och det blir nästan omöjligt att inte sälja.



IntensivePT - Hur jag sålde hundratals PT-timmar varje månad

2. Erbjud gratis konsultation

Inget unikt med detta. Nästan alla gym säljer PT på samma sätt. Ofta en eller två gratis konsultationer på ca 30 minuter. Det är svårt för någon att tacka nej till en gratis konsultation. Några av de moment som kan finnas med i konsultationen är hälsoprofil, impedansmätning, funktionstester, m.m. Så även om personen som tar emot konsultationen inte köper PT finns det ändå massa information att få med sig ut från konsultationen.

2a. Hälsoprofil

Det första jag gjorde i mina konsultationer var en "hälsoprofil". Vi spenderade ca 10 minuter på att sitta ner och prata. Jag samlade in information som yrke, träningsbakgrund, skador och mål. Denna information hjälper mig lista ut vilken typ av tjänst som är aktuell för klienten. En klient som inte tränat tidigare behöver hjälpa att komma igång på ett bra sätt. En klient som tränat 6-7 dagar i veckan under flera år är hos dig av en anledning. Personen har inte nått sina mål och behöver en PT. Personer med skador eller krämpor behöver min hjälp med screening, rehab och prehab samtidigt som resten av träningen måste bli så bra som möjligt. Personer med tydliga mål behöver min hjälp för att nå dit på ett så effektivt sätt som möjligt. Oavsett vad jag får för information här kommer jag till samma slutsats. Personen behöver verkligen min hjälp.

IntensivePT - Hur jag sålde hundratals PT-timmar varje månad

2b. Impedansvåg

Jag bryr mig inte om vad “experterna” säger om impedansmätning. Den är snabb, kostnadseffektiv, relativt trovärdig och ger massa roliga värden. När jag mätt klienten spenderar vi ca 10 minuter på att gå igenom alla värden tillsammans. Jag förklarar vad värdet innebär samt ger riktlinjer på vad “bra” värden är.

Jag personligen använder en våg från Tanita men jag tror inte det är någon större skillnad på en Omron eller in InBody.

Snittpersonen jag mätte senaste 3-4 åren skulle jag gissa landar på 25-30% kroppsfett. Detta håller de själva med om att det är mer än vad de önskar ha och det går hand i hand med deras mål från punkt 2a att gå ner lite i vikt och må bättre. Jag skulle även säga att snittet på den metaboliska åldern är ca 10 år äldre än vad personen faktiskt är. Något som skrämmer många. När genomgången av mätningen är klar är klienten ofta förvirrad över alla dessa siffror och riktlinjer. Klienten har ingen aning om HUR detta ska åtgärdas och vet inte vilken ände som ska börjas i.

Vilken tur att jag som PT vet det!



IntensivePT - Hur jag sålde hundratals PT-timmar varje månad

2c. Rörlighetstester

Om det finns tid och om det är något jag tror min klient kommer ha begränsningar i kan jag göra en snabb screening på 5-6 minuter.

Ofta kollar jag något de upplever sig ha problem med. Jag kan t.ex. kolla humeroskapulära rytmen på en person som har problem med axlar. Ofta räcker det att se personen röra sig lite för att jag ska känna att jag får en känsla för vad klienten kommer vara bra på samt vad klienten kommer ha svårt för. Detta är den mest luddiga delen av min text.

Kan inte beskriva det närmare utan detta är något som kommer från snart 20 år av att jobba med klienter och analysera rörelse.

Dock är inte detta någon superviktig del av säljprocessen. Det är endast för att jag ska samla in ännu lite mer information som inte bygger på vad kunden säger utan på vad jag ser.



IntensivePT - Hur jag sålde hundratals PT-timmar varje månad

3. Avslut

Tydligen finns det flera olika former av avslut. Ett avslut är något du säger som ska leda till att klienten köper det du vill sälja. Jag hade ingen aning om vad ett avslut var eller att det fanns olika sätt att göra det på innan jag började läsa säljböcker.

Jag hade tydligen alltid gjort något som kallas för "Ta för givet"-avslut. Det var inget jag var medveten om utan något som kom naturligt för mig. Vad det innebär är att helt enkelt ta för givet att klienten ska köpa timmar.

Redan från första sekund jag träffar klienten och introducerar mig själv börjar jag prata som att klienten redan har köpt timmar. "När vi börjar träna tillsammans", "Jag kommer hjälpa dig se till att du blir av med din axelsmärta", "Kost behöver du inte oroa dig för. Jag kommer lägga upp ett kostschema åt dig". Så när konsultationen leder mot sitt slut säger jag något i stil med: "Det bästa är att vi börja med 2 gånger PT i veckan under ett år. Känner du att du vill gå upp till 3 gånger så kan vi fixa det senare. Två gånger är en perfekt start. Inte så mycket att det blir stressigt att få till men nog mycket för att vi ska börja få resultat av träningen direkt". Ni skulle bli förvånade hur många som bara svarar "Ok" på det. Detta avslut kräver en hel del självförtroende. Om du inte känner dig 100% säker på att göra det kan du använda ett "alternativavslut". Det brukar kännas enklare. I detta avslut ger vi två alternativ där båda är köp. "Vill du köra en eller två gånger i veckan?"

IntensivePT - Hur jag sålde hundratals PT-timmar varje månad

4. Invändningar

De få gånger klienten inte köper direkt kommer de med något som kallas invändning. “Det är för dyrt”, “Jag har inte tid” är de två vanliga. En invändning betyder egentligen bara en sak. Inte att de inte vill köpa din tjänst. Det betyder att de inte förstått hur bra din tjänst är. Du har misslyckats med att förklara varför klienten måste prioritera att köpa detta och varför klienten måste se till att ta sig tid för att träna med dig. Som tur är kommer klienten med denna invändning för att ge dig chansen att förklara igen. Mitt tips här är att sitta ner och fundera på alla tänkbara invändningar du kan få under konsultationen. När du skrivit ner alla dessa tänker du ut 3-4 riktigt bra svar på varje invändning. Se till att du kan dessa riktigt bra. Mer om detta i kapitel 7.

Sammanfattning

Detta är mina huvudpunkter och de kommer ta dig långt i ditt sälj. Senaste anläggningen jag jobbade på hade ett snitt på 1 av 7 konsultationer köpte personlig träning. Jag hade 1 av 2 under flera år. Så något i mitt upplägg fungerar. Detta är självklart bara en otroligt liten del av vad sälj innebär och det behövs förmodligen en hel bok för att få ner alla moment. Men inlägget är inte meningen att det ska lära dig allt du behöver för att presentera din produkt på ett bra sätt. Den ska bara ge dig lite tips på hur man kan testa genomföra en konsultation för att på ett enkelt sätt förmedla en del av vad du som PT kommer hjälpa till med när klienten skriver på avtalet.

Kapitel 5: Sälj PT-timmar genom konsultationer

Att konsultationer är det bästa sättet att sälja PT-timmar håller nog många personliga tränare med om. I det här kapitlet ska vi prata om olika metoder du kan testa för att få in fler av dessa konsultationer.

Att boka dessa möten är egentligen väldigt enkelt. Du erbjuder något som är både intressant och gratis. Personen får reda på massa information om sig själv som är användbar oavsett om personen köper PT-timmar eller inte. Om du får "Nej tack" oftare än 1 gång på 4 där du har en personlig kontakt gör du något fel



1. Gå fram till personer i gymmet

Funkar absolut bäst enligt mig. Personen är redan på gymmet vilket visar att intresset för träning finns samt att träningen faktiskt blir av för personen. Det enda man får passa sig lite för är att störa personen. Det är ingen bra idé att gå fram mitt i ett set eller mellan set om personen har kort vila. Efter passet är vad har funkad bäst för mig. Något i stil med:

PT: Gick träningen bra?

Framtida klient: Absolut.

PT: Jag har några övningar jag tror skulle passa bra i det upplägg du kör.

Framtida klient: Jaså? Vilka då?

PT: Det hade varit intressant att testa föruttröttningsmetoden när du tränar bröst. Har du kört det någon gång tidigare? (Kan vara vad som helst som du misstänker är nytt för klienten)

Framtida klient: Nej, vad är det?

PT: Enklast är om vi bokar in en gratis konsultation på 30 minuter så berättar jag mer. Då kan vi dessutom kolla fettprocent, muskelmassa, metabolisk ålder och massa annat kul.

2. Erbjud alla nya medlemmar på gymmet en konsultation som ingår i medlemskapet

Förmodligen gör redan det gym du jobbar på detta. Isf kan du hoppa vidare till punkt 3. Ännu en gång pratar du med en person som visat intresse för att träna eftersom personen köp medlemskap på ett gym. Skillnaden denna gång är att du inte vet om personen kommer träna regelbundet eller om personen kommer träna periodvis och sedan ha uppehåll. Oavsett behöver personen en PT.

Klart bäst är att ringa upp dem. I 99% av fallen lämnar de ett mobilnummer när de blir medlem. Ring 17-18 på en vardag. Det är minst risk att du stör under jobb eller på olämplig tid. Om du inte är bekväm med att ringa kan du skicka ett SMS. Berätta på mindre än 20 sekunder vad du erbjuder och fråga om det låter bra. Nästa steg är att erbjuda 2-3 tider personen kan boka. Inte för många och inte för få.



3. Dela ut visitkort

Till skillnad från punkt 1 och 2 tar punkt 3 nästan ingen tid alls. Din success-rate kommer vara extremt hög på punkt 1. Ganska hög på punkt 2. Extremt låg här i punkt 3. Det betyder att metoden bygger på kvantitet istället för kvalitet. Dela ut så många visitkort som mänskligt möjligt. Att ställa visitkort på receptionsdisken kommer inte generera något alls. Ingen tar dessa. Se till att korten delas ut så frekvent som möjligt. Antingen av dig eller av receptionisterna på gymmet. Se till att det finns ett tydligt budskap på kortet.

Ett exempel skulle kunna vara att dina kontaktuppgifter finns på framsidan och baksidan visar ditt budskap:

”Kontakta mig för en helt gratis konsultation. Vi testar fettprocent, muskelmassa och metabolisk ålder. Dessutom pratar vi om hur jag kan hjälpa dig med din träning”

4. Digitala erbjudanden

I punkt 4 har du förmodligen ännu sämre hit-rate. Bli inte förvånad om det krävs mer än 1000 exponeringar för att få en bokning.

Denna punkt kräver även en FB-sida för din PT-verksamhet. Se till att hitta en snygg design och en riktigt säljande text. Något som fångar uppmärksamheten på dina framtida klienter (kom ihåg att det inte är ok att marknadsföra "gå ner i vikt" och många andra uttryck på FB) Lyft inte upp "Gratis" allt för mycket. Personer är alltid extra skeptiska när de ser något som är gratis.

De tänker att något måste vara fel och att någon försöker lura dem. Istället ska du göra nästan tvärt om. Erbjud endast 20 platser eller kräv något tillbaka (Gilla dela). Av någon anledning blir det färre avbokningar om personen tvingar göra något. Kom också ihåg att följa upp dessa bokningar. Skicka ett e-mail eller SMS dagen innan med en påminnelse och be om bekräftelse från dem. Risken är att de inte kommer annars.



5. Be dina befintliga kunder bjuda in

Väldigt många köp baseras på en rekommendation. Om din PT-kund är supernöjd med dina tjänster och rekommenderar dig till en nära vän har du ett enkelt sälj framför dig. Här upplever jag att det är enklast att vara ärlig med att du vill ha fler klienter.

De gångerna jag använde mig av detta var när jag redan innan visste att en klient skulle flytta och inte hade möjlighet att fortsätta. Jag frågade någon av mina befintliga klienter något i stil med: "Jag har en klient som slutar och kommer ha en plats över från nästa månad. Känner du någon som behöver börja träna?" Ofta fick jag 3-4 namn som räcker mer än nog för att boka i några konsultationer.

Jag vet vissa som är mycket mer aggressiva i denna metod. De ber sin klient skriva ner namn och nummer till de personer som behöver börja träna. Sen lämnar PTn rummet så klienten är själv med pappret. Det finns inget annat att göra där inne än att skriva namn. Jag personligen använde inte detta men jag vet att det var effektivt för de som använde metoden.

Kapitel 6: Sälj stora paket PT-timmar

För varje klient finns det en viss mängd gratisarbete du kommer tvingas göra. Att löpande svara på frågor är inget som tar speciellt mycket tid så det du som PT ska försöka effektivisera är planeringsarbetet. Säg att det tar dig ungefär 60 minuter att lägga upp en övergripande plan för klientens träning. Det tar ungefär lika lång tid att planera för 10 timmar som det gör att planera för 5 timmar. Om du säljer ett paket på 10 timmar jobbar du 10% gratis. Om du säljer ett paket på 5 timmar jobbar du 20% gratis. Det är 100% skillnad på dessa!

Jag kommer också ihåg hur det var att inte vara fullbokad som PT. Det är svårt att inte ta ett sälj om möjligheten kommer upp. Någon vill köpa 3 timmar för att "testa". Det resonemang man lätt kommer in i är:

1. Jag har ändå tid över. Kan lika gärna ta kunden även om det bara är 3 timmar
 2. Jag ser det som en förlängd konsultation och ser till att sälja fler timmar efteråt.
 3. Jag vill absolut inte tappa säljet så klienten får som han/hon vill.
- Jag kommer nu berätta för dig varför detta tänk inte är optimalt.

För det första är det inte alls säkert att du går miste på klienten bara för att du vill sälja fler timmar direkt. En klient som kommer till dig och redan har en siffra i åtanke har använt sitt resonemang för att komma fram till ungefär vilket behov som finns och hur lång tid som kan tänkas ta att uppnå målet. Problemet är bara att våra klienter inte har någon aning om vad som krävs för att komma dit

IntensivePT - Så säljer du stora paket PT-timmar

Exempel på tankesätt:

Klient: Jag har ont i ryggen. Jag bokar 3 timmar med en PT så får de visa mig om jag lyfter fel samt vilka rehabövningar jag ska göra. Måste räcka gott med 3 timmar.

Ni hör själva hur fel det där blir. Berätta istället för klienten att du måste ta reda på var problemet kommer ifrån. Att detta kan vara 100 olika orsaker. Annars fixar vi bara ett symptom och inte problemet. Ungefär som att ta Alvedon mot en bruten arm. Säg att det är bortkastat att köpa 3 timmar. Antingen 10 timmar direkt så ni kan göra ett bra jobb eller köp inga timmar alls. Våldigt många av era klienter kommer köpa 10 timmar bara på detta resonemang.

För det andra är det ok att tappa klienter här och där. Varje gång du säljer 10 timmar istället för 5 sparar du massa extraarbete. På sikt kommer det vara lönsamt att du ofta kommer sälja större paket och att du ibland tappar en klient.

Att sätta ett ultimatum för hur många timmar klienten får köpa kan även vara ett bra säljknep. Uttryck som: "Om du vill träna med mig behöver du köpa minst 20 timmar. Annars får du gå till en annan PT". Kan låta kaxigt men budskapet det skickar till klienten är att du är en seriös PT. Du vet vad du behöver för att göra ett bra jobb. Du är inte desperat och tar emot något bara för att det ger pengar.

Det minsta paket jag tycker att man ska sälja är 10 timmar. Även detta tycker jag är extremt låg och jag ser det nästan som en förlängd konsultation. På 20 timmar börjar det likna något. 50 timmar, 100 timmar och 150 timmar är bra paket. Hur gör jag då för att sälja stora paket?

IntensivePT - Så säljer du stora paket PT-timmar

Från 5 minuter in i konsultationen börjar jag prata som att personen redan är min klient.

”Det behöver du inte oroa dig för. Det kommer jag fixa åt dig” och “Vi kommer se till att du kan alla grunder för att sedan gå över till mer komplexa moment om några veckor”. Klienten kommer redan här att mentalt lägga över allt ansvar på mig och inte fatta beslut själv. Något som nästan alla klienter vill. De vill inte fatta beslut om något och de vill inte behöva fråga. De vill att vi som PT ska tala om exakt vad som gäller.

Jag lägger även mycket fokus på att ta fram långsiktiga mål. Säg att klienten har som mål att gå ner 20 kg. Jag börjar med att snabbt berätta om hur hälsosam viktninskning fungerar. Att vi kommer göra den här resan på ett sätt som gör att vikten inte kommer komma tillbaka efter att vi nått målet. Hur vi ändrar en livsstil och gör allt rätt på vägen. Jag berättar att vi kommer sätta delmål som vi kommer uppnå på vägen samtidigt som vi kommer t.ex. sänka blodtryck, öka styrkan i överkropp/rygg samt få mindre sötsug. Det behöver inte vara mer komplicerat än så.

IntensivePT - Så säljer du stora paket PT-timmar

Än så länge är alla klienter med på banan. Där man riskerar att tappa dem är när man presenterar priset. För om du gjort allt rätt hittills har de inte ens tänkt på vad det här kommer kosta. Det enda de tänker är hur bra allt kommer bli. Därför presenterar jag alltid priset som en månadskostnad. Istället för att säga att priset är 60.000kr är priset 5.000kr per månad. Om du presenterat din produkt rätt kommer klienten tycka att det låter billigt. Om du har en väldigt priskänslig person som ändå är skeptisk finns det flera saker du kan berätta som gör att klienten förstår att det faktiskt är lönsamt att köpa timmar. T.ex. "Med det kostupplägg jag kommer lägga upp åt dig blir snittpriset per måltid 33kr. Det betyder att veckodagarna i en hel månad landar på 1320kr. Säg att du normalt sett äter lunch/middag ute och att snittpriset är 120 kr landar du på 7200kr per månad. Redan där har du fått tillbaka dina pengar och då har vi inte ens kollat på minskad medicinering, bättre livskvalité, m.m."

Sammanfattningsvis:

1. Ställ krav på hur många timmar klienten måste köpa.
Det är inte bara en säljstrategi utan något klienten vill höra.
2. Prata som att klienten redan köpt PT-timmar för ett helt år.
3. Presentera priset per månad istället för ett totalpris
4. Se till att ha koll på dina svar på invändningar

Kapitel 7: Invändningar - Vad svarar jag på dem?

Många personliga tränare har problem med invändningar tidigt i sin karriär. Man kanske inte är säker på sin produkt. Man kanske inte är beredd på att jobbet faktiskt är en del sälj. Eller så är man helt enkelt inte nog förberedd när det gäller presentationen av sin produkt. Ett tips är att du skriver ner vanliga invändningar samt hittar på 3-4 bra svar på varje. Även dessa ska skrivas ner och pluggas in så de känns helt naturliga att lyfta fram.

Invändning: Jag har inte tid!

Svar: Även om du känner att du inte har tid nu är detta något du behöver ta dig tid för. Kroppen bli lite sämre varje år och om man inte gör något åt detta börjar man gå sönder snabbare än man kan tro.

Invändning: Det är för dyrt!

Svar: Jag ska nu ta ett överdrivet och ganska extremt exempel för att förklara hur viktigt detta är. Om du imorgon skulle ligga på din dödsbädd och veta att du skulle dö imorgon. Vad skulle du betala för att få köpa 10 år till? Förmodligen allt du äger. Så mycket kostar inte personlig träning. Det kostar en bråkdel av allt du äger och vi vet att träning och hälsa förlänger livet.

Invändning: Jag börjar efter sommaren. Nu ska jag på semester.

Svar: Man ska aldrig vänta med att börja. Vi startar nu så ska jag skapa ett perfekt träningsupplägg du själv kan köra under semestern. Det kommer inte ta mycket tid och det kommer inte vara svårt. Det kommer dock göra underverk för din hälsa.

Invändning: Tack. Jag ska hem och tänka på det

Svar: Jag har gjort detta länge. Jag har sett vad som funkar och vad som inte funkar i gymmet. När det gäller träning får du helt enkelt lita på att jag vet vad jag pratar om. För dig finns det inget att tänka på. Jag vet bättre vad du behöver än vad du själv gör. Du behöver börja nu.

Invändning: Jag ska hem och kolla med respektive. Vi har delad ekonomi.

Svar: Din respektive har ingen insikt i hur din kropp mår och vad du behöver för att leva ett långt och hälsosamt liv. Det vet jag. Går du hem och kollar med respektive är den enda information den personen har priset. Personen ser inte hur viktigt det är att träningen startar omgången. Jag tror det är risk att det inte blir av om vi inte fattar ett beslut nu och du behöver verkligen det här.





Några avslutande ord

Att vara personlig tränare kommer innebära att du behöver ägna dig en hel del åt sälj. Speciellt i början av din karriär när du inte har en kundstock och inte har några referenser.

Som tur är blir säljprocessen enklare och enklare för varje gång du har en konsultation. Något som först kan kännas obekvämt blir snabbt en vana och din säljprocent kommer öka drastiskt.

Om du inte gillar säljprocessen kan du se det som ett nödvändigt ont för att kunna jobba med världens roligaste jobb, Personlig Träning

Om du har frågor eller feedback på den här boken är du välkommen att maila oss på support@intensivept.se

Lycka till!