

Wie ben ik?

Staan we niet allemaal zo af en toe eens voor de spiegel waarbij we ons afvragen wie we zijn, waar we mee bezig zijn, of we gelukkig zijn, of we wel het leven genieten zoals we graag willen. Halen we genoeg rendement uit ons bestaan, is de gekozen partner wel de juiste keuze, willen we de ingeslopen gewoontes handhaven dan wel veranderen en zijn we bij machte deze veranderingen door te zetten om uiteindelijk een bestaan te creëren waar we ons blij en gelukkig bij voelen?

Zo ook de onderneming waar we voor staan. Het is goed om zo af en toe je bedrijf eens serieus onder de loep te nemen. Al dan niet met behulp van een adviseur eens kritisch te kijken of je met de huidige structuur, de huidige medewerkers, de huidige inzet en bedrijfsprocessen voldoet aan de boodschap die je wilt uitstralen. Uiteindelijk is ieder goed bedoeld advies van harte welkom, maar we moeten het echt zelf doen, en daar ligt nu net het knelpunt. Het is te gemakkelijk om te constateren wat er veranderd moet worden om uiteindelijk te denken dat achteroverleunend de gestelde doelen ook worden bereikt. Is het niet slechts die onderneming die een duidelijke koers uitstippelt en deze ook blijft varen met dat ene doel voor ogen, degene die uiteindelijk als winnaar uit de bus komt?

Net zoals de gedane Nieuwjaarsbeloftes eind januari meestal in de prullenbak zijn verdwenen, worden ook de goede voornemens om je bedrijf aan te pakken

snel aan de kant geschoven en sluipen oude gewoontes weer in het bedrijfsproces. Daar waar onze sportende klanten fanatiek aan een opknapbeurt beginnen en vaak na een paar weken in oude gewoontes vervallen en afhaken, lopen wij als ondernemer in dezelfde valkuil. Het valt niet mee om zaken structureel aan te pakken, want ook de ondernemer is maar een mens.

Toch is het o zo noodzakelijk, en zeker in tijden van crisis waarbij de 'low-budgets' als paddenstoelen uit de grond verrijzen, kritisch naar eigen inzet en functioneren te kijken, wil je in deze moeilijke tijden overwinningen kunnen vieren.

Toch blijf ik erbij dat juist wij, de fitnessondernemer, alle kansen hebben om succesvolle clubs te kunnen exploiteren. Gezondheid en beweging worden in één adem genoemd. Dagelijks worden wij met deze feiten geconfronteerd. Bewegen, bewegen en nog eens bewe-

gen. Maar bewegen is toch datgene waar het in onze business om draait, toch? Neem je klant bij de hand. Luister naar de doelen die hij wil bereiken. Adviseer hem hoe deze doelen te behalen maar vooral, begeleid hem om deze doelen te bereiken. Wees geïnteresseerd en prijs hem waar je kunt. Ik ben ervan overtuigd dat je dan de juiste toon gevonden hebt om klanten blijvend aan je te binden waarbij 'budget', al dan niet in crisistijd, van ondergeschikt belang zal zijn.



MARIE ANNE VAN LAAK
Delcom