



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

Thema	Was Positionierung, Zielgruppen, Avatare bedeuten und wie du das für deinen Verkaufserfolg nutzt
--------------	--

Marketing – good to know: WAS verkaufen wir WEM?

Im Grunde geht's um den abgedroschenen Spruch: „wenn du Fische fangen willst, häng keine Erdbeeren an den Haken“. Für dich als Franchisepartner heißt das genau zu wissen:

- wie du deine Promotions-Aktionen inhaltlich gestaltest,
- mit welchen Argumenten und Worten du Interessenten ansprichst,
- was du in der jeweiligen Trainingseinheit für Übungen machst und wie du sie erklärst.

YU richtet sich NICHT an „alle die Taekwondo machen wollen“. Wenn du das glaubst, dann lässt du schon mal viel Umsatz auf der Straße liegen. Warum?

- Weil viele Menschen nicht wissen, was Taekwondo ist,
- Weil viele eine falsche Meinung über Kampfsport und Kampfkunst haben,
- Weil viele noch nicht einmal entfernt mit dem Gedanken gespielt haben, Taekwondo zu trainieren, weil es noch gar nicht in ihrer „Gedankenwelt“ Thema war,
- Und schließlich, weil von jenen wenigen, die gezielt Taekwondo suchen, ein guter Teil vielleicht weniger die Kinder- und Familienfreundliche Variante von YU sucht, sondern den knallharten Wettkampfsport mit dem Ziel, Landes-, Europa- und Weltmeister zu werden.

Um beim Gleichnis mit dem Fischer zu bleiben: also WAS sollen wir jetzt genau an den „Haken“ hängen? Und ein erfahrener Fischer weiß, dass er mehr fängt, wenn er vorher die Fische „anfüttert“. Mit anderen Worten – es ist Naivität, zu glauben, dass jeder beim ersten Kontakt mit YU-Taekwondo sofort einen Jahresmitgliedsvertrag unterschreiben würde. Auch wir müssen unsere Kunden – verzeih den Begriff – „anfüttern“, ihnen „Appetit machen“.

Marketing geht davon aus, dass generell (außer bei geringwertigen Verbrauchsgütern) ein „Kauf“ etwa 10 Vorkontakte braucht: die Person sieht irgendwo wiederholt das YU-Logo weil sie dort öfter vorbeigeht, er/sie schaut mal durch die Auslagenscheibe ein paar Momente beim Training zu, er/sie nimmt sich aus dem Spender neben der Tür einen YU-Stundenplan mit, er/sie spricht vielleicht mit Freunden über Sport und hört das Wort „Taekwondo“, dann kommt er/sie mal zum Zuschauen usw.

Je gezielter du diese „zufälligen“ Kontakte für deinen YU-Standort förderst, umso mehr Kunden wirst du haben. Vor allem Empfehlungen sind deine besten „Verkäufer“.

Also: wofür steht YU-Taekwondo (WAS verkaufen wir WEM?) und WIE kannst du mehr verkaufen?



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

Was Positionierung ist und wie du sie für mehr Umsatz einsetzt

BMW ist als *sportlich*-luxuriöse Automarke mit deutscher Qualität positioniert.

Mercedes hingegen als *gediegen*-luxuriöse Automarke mit deutscher Qualität.

VW war lange als Einstiegsauto für Junge und für die Einkommensmittelschicht positioniert (Käfer, dann Golf und Polo). In den letzten Jahrzehnten arbeitet VW an einer Erweiterung dieser Positionierung, um Anschluss an die Luxusmarken (z.B. BMW, Mercedes) zu schaffen.

Opel hatte jahrzehntelang ein Imageproblem = Positionierungsproblem und damit Verkaufsprobleme.

Eine klare Positionierung hilft also verkaufen!

Positionierst du dich nicht klar, wirst du weniger verkaufen!

Positionierung bedeutet, dass eine Marke, ein Unternehmen, Dienstleistung, Produkt vom Markt von vornherein bereits mit bestimmten Vorstellungen verbunden wird (negativ: Vorurteile, positiv: Erwartungen, Hoffnungen). Diese Vorstellungen grenzen deine Leistung möglichst deutlich von deinen Mitbewerbern ab, je deutlicher, umso besser! Und sie machen deine Leistung von vornherein attraktiver.

Im Unterbewussten verbindet der Konsument die Dienstleistung von dir, von YU, mit bestimmten Eigenschaften, die er dort und nicht bei Mitbewerbern vermutet. Sucht er diese Eigenschaften oder gefallen sie ihm, dann stehen die Chancen gut, dass er/sie dein zahlender Kunde wird. Verbindet er/sie YU nicht mit diesen Eigenschaften, wird er sich nicht näher mit YU beschäftigen und wird woanders Mitglied: bei Karate, Kung-Fu, Judo oder sogar in einem Fußballverein, einer Laufsportgruppe usw.

Also: je deutlicher und konsequenter sich YU von möglichen Alternativen abgrenzen und die eigenen Vorteile aufzeigen kann, umso eher kommen die Kunden zu dir und gehen nicht zu Mitbewerbern oder zu anderen Sportarten.

Daher ist es für deinen Erfolg essenziell, dass du in Gesprächen, aber auch im Training deutlich vermitteln *kannst* und auch *wirklich* vermittelst, was bei YU anders, was bei YU „besser“ ist.

Wo und wie verwendest du diese Positionierung für deinen Verkaufserfolg

1. Indem du das **Corporate Design** von YU genau einhältst:
verwende Logo, Verkaufshilfen, Werbung, Vorlagen so wie jeweils beschrieben, bewirb nichts Anderes, klebe nicht irgendwelche Zettel auf die Auslagenscheiben, verändere kein Design, greif nicht massiv in die Trainingsabläufe und -methoden usw.,
2. Wenn du Interessenten von YU erzählst, um Kontakt herzustellen und Interesse zu schüren, benutze die Wordings, **Gesprächsleitfäden**, „**Zaubersätze**“, Vorteile, USP's von YU (USP = Unique Selling Proposition – also die „Einzigartigkeit“) – jeweils für den richtigen „Avatar“,
3. Benutze die **Werbemittel** von YU wie im Franchisehandbuch gezeigt, nutze sie intensiv und bei jeder Gelegenheit, gib jedem Interessenten alle von YU vorgeschlagenen Informationen mit,



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

4. Richte das **Training** genau nach den Zielgruppen aus (Wording, Übungen, Erklärungen, Tempo, Schwierigkeitsgrad, Wiederholungen, einen passenden Trainer...),
5. Achte darauf, dass deine **Trainer** dies auch einhalten (zusätzlich auch: Kleidung, Verhalten).

Wie lautet nun diese Positionierung von YU

Zuerst geht es um die grundsätzliche Positionierung. Eine unklare Positionierung heißt, dass du auf Kunden und damit auf Umsatz verzichtest, weil diese Menschen bei dir etwas Anderes vermuten. Das sind aber oft nur Vorurteile. Kannst du diese Vorurteile aus dem Weg räumen, dann kannst du mehr Kunden gewinnen:

- falsches Vorurteil 1: Taekwondo ist nur etwas für Schläger, oder
- falsches Vorurteil 2: Taekwondo ist nur etwas für akrobatische Jugendliche

Deshalb ist ein **wesentlicher Teil der Positionierung von YU: transparent & Familie**, realisiert durch:

- **große Fenster** der Standorte, achte darauf bei deiner Standortwahl,
- der Trainingsraum ist immer (!) **hell beleuchtet** und gut einsehbar, Fensterscheiben nicht mit Werbung zukleistern(!), lieber früher als zu spät am Abend im Trainingsraum Licht einschalten,
- in der Nacht immer (!) das Um-Yang-Zeichen hell genug beleuchten,
- deshalb ist der **Außen-TV** wichtig, wo du mit den Videos von YU deutlich zeigst,
 1. für wen das Training interessant sein kann (Zielgruppen in Action zeigen),
 2. wie trainiert wird (Action und Spaß für die ganze Familie) und auch,
 3. die deutliche Alleinstellung (USP) von YU: VC-Training,
 4. was der Nutzen ist (Fitness, Selbstverteidigung, Persönlichkeitsentwicklung),
- deshalb – weil rund 70% Umsatz mit Kindern und Jugendlichen generiert werden – deshalb musst du unbedingt **viele Veranstaltungen und viel „Action“** für Kinder, Jugendliche und Familien veranstalten,
- deshalb müssen **deine Trainer** gut mit Kindern und Jugendlichen umgehen und auf sie im Training eingehen können (richtige Erklärungen, Motivation, erzieherische Wirkung),
- deshalb ist es wichtig, dass du schon im ersten Gespräch mit Interessenten die Gründe, die Motive für ein **Interesse erfragst** und dann mit Argumenten darauf eingehst. Einen **Gesprächsleitfaden** für das Erfragen und Argumentieren erarbeiten wir noch gemeinsam – dazu später,
- deshalb ist es für deinen Erfolg wesentlich, dass du über eine App, zum Beispiel WhatsApp, intensiv mit deinen **Kundengruppen kommunizierst**.



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

Zielgruppen von YU-Taekwondo

Unsere YU-Zielgruppen – und genauso ist auch das Angebot in unserer YU-Homepage aufgebaut – sind:

- | | | |
|------------------------|-------------|---|
| 1. Kleinkinder, etwa | 3-6 Jahre | Vorschulalter, |
| 2. Kinder, etwa | 6-14 Jahre | Pflichtschulalter, |
| 3. Jugendliche, etwa | 14-20 Jahre | Schule, Ausbildung, |
| 4. Eltern und Familien | | mit Kindern aus 1 und 2, aber die Eltern sind Entscheider, |
| 5. Erwachsene | 20-60 Jahre | zuerst Aufbau Karriere, Partnerschaft, Familie , dann ab etwa 35 in Beruf und Gesellschaft etabliert, |
| 6. Senioren | 60+ | Ausstieg Beruf, Vorbereitung, Erreichen Ruhestand, |

Natürlich haben diese Zielgruppen unterschiedliche Interessen und Möglichkeiten. Deshalb sind unsere Marketing-Aktionen speziell auf diese Zielgruppe(n) zugeschnitten. Wir empfehlen dir, in jedem Verkaufsgespräch die Interessen, Wünsche, Nutzen für den jeweiligen Avatar zu berücksichtigen – aber unbedingt die individuellen Wünsche, Ziele oder auch Befürchtungen deines Interessenten zu erfragen.

Avatar

Ein Avatar ist eine erdachte Zielperson die alle Eigenschaften, Interessen, Lebenssituation, Vorlieben usw. einer gesamten Zielgruppe in sich vereint. Also z.B. ein „typischer“ junger Erwachsener, oder ein „typischer“ Jugendlicher usw. Auch wenn sich jeder Mensch vom anderen unterscheidet – so kann man die Werbung, die Verkaufsargumentation recht gut auf den jeweiligen Avatar zurechtschneiden. So sind bei einem Jugendlichen andere Argumente und andere Werbung wirkungsvoller als bei einem Familienvater.

Deshalb haben wir für jede unserer 6 Zielgruppen einen Avatar vor Augen.

So nutzt du dein Wissen über YU-Avatare

Stell dir vor, du steigst in einen Lift mit einer anderen Person und diese Person fragt dich im Moment, wo die Türen schließen „was machen Sie beruflich?“

Dann solltest du in der Lage sein, bis zum Aussteigen im 2. Stock in 2-3 konzentrierten Sätzen „auf den Punkt“ zu erklären:

- was du machst,
- was der Vorteil für Kunden dabei ist,
- einen CtA (Call-to-Action), einen Anstupser zum Handeln zu geben.

So eine kurze, auf den Punkt konzentrierte Aussage nennt man „Pitch“. Dieser Pitch ist für jede unserer Zielgruppen unterschiedlich. Wenn du erfolgreich Kunden für dein Dojang gewinnen willst, solltest du daher in der Lage sein, für jede der 6 YU-Zielgruppen so einen Pitch wie auf Knopfdruck herauszuschießen.

Hier zeigen wir dir als Beispiele fertig ausgearbeitete YU-Pitches – und wir werden diese mit dir in der Ausbildung üben. Denn erfolgreich Verkaufen gehört mit zum Geschäft!



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

Dein Pitch sollte formuliert sein mit „Wir/ich unterstützen (wir bringen, wir helfen ...)“

Der Pitch MUSS zielgruppenspezifisch sein, weil allgemeine Formulierungen, Konjunktive, Formulierungen, die Mitbewerber auch verwenden, nicht sonderlich wirken.

Also NICHT:

- man ist zu allgemein, spricht niemanden an,
- könnte Konjunktiv wirkt, als ob du dir nicht sicher bist,
- vielleicht ebenso,
- eventuell ebenso,
- lauter Fragen wirkt stark verkaufsaggressiv – wenn, dann abwechseln mit Info anwenden,
- Qualität, zuverlässig, gute Trainer usw. das sind VORAUSSETZUNGEN aber keine Vorteile!

1. Pitch für Kleinkinder 3-6 Jahre, Vorschulalter

Kleinkinder sind hauptsächlich im Kindergarten oder in einer Betreuung oder bei den Eltern. Sie sind neugierig oder schüchtern, lassen sich von Bewegung, Freude, Begeisterung, Spielen anstecken, motivieren. Entscheiden tun die Eltern! Aber der Wunsch zum Mitmachen kommt meist von den Kindern selbst – sie brauchen nur die Chance, einmal zusehen zu können. Das kannst du durch Promo-Aktionen erreichen.

Hilfreiche Worte: Spielen, Bewegung, Kinder.

Dieser Pitch wird bei den Kindern im Tun und nicht verbal, bei den Eltern durch die Aktivität des Kindes (Schnuppertraining, Mitspielen usw.) vermittelt.

Sprichst du das Kleinkind von Interessenten an, geh runter auf die Knie, auf die Höhe des Kindes. Mit den Eltern sprichst du natürlich auch in Augenhöhe – also wieder Aufstehen.

Kein eigener Pitch, weil die Ansprache der Kleinkinder im persönlichen Kontakt über Empfehler wie Eltern, Freunde, Kindergarten, Entdecken im Schaufenster unserer Dojangs erfolgt.

Für die Eltern verwende den entsprechenden Pitch weiter unten.

Kein eigener Pitch für die Kleinkinder (siehe bei „Eltern“), aber wichtig: CtA (Call-to-Action): ... am ... (Datum)... um ... (Uhrzeit)... gibt es eine Stunde für Kleinkinder ... Wollen Sie ihn/sie mal herbringen?

2. Pitch für Kinder 6-14 Jahre, Pflichtschulalter

(rd. 70% unserer Kunden!)

Lebenssituation: vormittags Schule, eventuell auch Nachmittag. Ein oder beide Eltern berufstätig, die Kinder halten sich zu Hause auf, oder Nachmittagsschule, Betreuung oder unkontrolliert außer Haus. Haben keine oder überfüllte Spielplätze in der Nähe, sind nicht ausschließlich auf Fußball oder bestimmte Sportarten fixiert. Schauen intensiv Handy, TV, Computer, nutzen social Media für Kinder. Empfänglich für Comics, „tolle“ kurze Videos, lockere Sprüche, „flache“-Witze, einfach gehaltene Aussagen, Bildsprache.



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

Grundprobleme: Defizite in Bewegung und Sozialkontakten, Ablenkung durch TV und elektronische Spiele, zunehmend Tendenz zu Übergewicht, unkonzentriert, zu wenig oder zu viel aktiv, zunehmend weniger Beachtung von Werten, Tugenden (Respekt, Höflichkeit). Vorbilder aus Filmen und Computerspielen können alle Kampfkünste und die Bewegungen sehen toll aus. Starke Beeinflussung durch Freunde. Erreichbar durch: Freunde, Gemeinschaften (Schule), Videos, Fotos, Sammelfotos, Sammelbücher usw. Motive: „ich bin besser“, „ich kann mehr“, „ich habe/weiß was, was du nicht hast“.

Oder Freude an Bewegung und Körperbeherrschung, Freude an „ausgefallenen“ Sportarten die ihre Freunde bewundern können, Freude am Erfolgserlebnis „Gürtelprüfung“, Turniere mit Teilnehmer-Sticker, Medaillen, Freude am Freundeskreis im Training, Anerkennung vom Trainer, von Schulfreunden, Eltern, Großeltern, Onkel und Tante „oh toll“, Selbstsicherheit durch Verteidigungstechniken usw. Vorzeigen können von Techniken vor bewundernden Freunden.

Hilfreich: Akrobatik, viel Bewegung, Action, kämpfen, stärker, selbstbewusst.

Pitch-Beispiel:

Bei uns bekommst du Taekwondo-Action - coolen Spaß und Action-Spiele. Wir zeigen dir, wie du die Moves, Kicks und Sprünge machst, wie die Superhelden in den Videospielen und Filmen. Du wirst neue Freunde kennenlernen. In unseren Turnieren zeigst du dann, was du kannst – gewinnst Medaillen und Pokale. Mach doch mal mit. Wann kannst du?

3. Jugendliche 14-20 Schule, Ausbildung/Schule

Lehre oder obere Schulstufe. Ziel: Lehrabschluss, Schulabschluss – etwas zu haben, auf dem das Leben aufgebaut werden kann. Agieren bereits selbständig, Pubertät, Interesse am anderen Geschlecht, daher gewinnt an Bedeutung, etwas zu machen oder zu können, mit dem man sich abheben oder andere Personen / Kreise kontaktieren, ihnen beitreten kann. Über diese Motive kann zusätzlich Freude an Bewegung, Körperbeherrschung als Motiv kommen. Präventionen ist noch kein Motiv. Viel eher noch, die eigene Attraktivität zu erhöhen durch mehr Kraft, Wissen, Können, Muskeln, Figur usw., besser sein, Wettbewerbsmotiv (Turniere und Gürtel).

Intensive Nutzung Handy, Computer, TV, Spiele.

Kommen unter Umständen über Eltern in Kontakt mit YU.

Entscheiden selbst – auch wenn die Eltern zum Bezahlen benötigt werden. Daher auch Argumente vor den Eltern wichtig: Entwicklung Persönlichkeit, Werte, Chancen in Beruf und Werdegang usw.

Hören oft mit Ende der Schule wieder auf – beginnen in vielen Fällen nach Jahren wieder. Interesse für übungs- und kampfindensive Trainings, Akrobatik.



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

Pitch-Beispiel:

Wir zeigen dir im Training Taekwondo-Action, wie du dich gegen stärkere, ältere wehrst, wie du Freikämpfe gewinnst. Du lernst coole Akrobatik- und Taekwondo-Kicks, deine Freunde werden staunen. Du stählst deinen Body und lernst spektakuläre Bruchtests, sogar, wenn Sport bisher noch nicht so ganz deins war. Mach doch mal mit. Wann kannst du?

4A. Eltern als Entscheider bei 1 (Kleinkinder) und 2 (Kinder)

Offen für sinnvolle Beschäftigung für Kinder, interessiert an Entwicklung von Persönlichkeit, mentaler und persönlicher Fähigkeiten der Kinder. Bereit, den Kindern etwas zu „gönnen“ das man selbst nicht haben, machen kann, oder im Kindesalter bekommen konnte.

Motive sind z.B. Gesundheit und Bewegungsarmut ihrer Kinder, Schüchternheit oder Überaktivität, Kinder wollen sich austoben – können das zu Hause nicht, Eltern wollen endlich mal 1 Stunde Ruhe. Kinder hören auf zu quengeln wenn auch sie trainieren dürfen, Wünsche erfüllen (Kind will wie Film-Vorbild werden), finden Gefallen an ausgefallener Sportart für ihre Kinder.

Pitch-Beispiel Eltern

Wir geben deinem Kind viel Spaß und Action mit Gleichaltrigen. Dein Kind wird seine körperlichen und geistigen Fähigkeiten stärken. Umfassende (nicht einseitige) Bewegung verbessert Lernerfolge und schulische Leistung. Taekwondo-Kinder entwickeln mehr Persönlichkeit, kommen besser in Gemeinschaften zurecht, entwickeln Werte wie gegenseitige Achtung, Stärke und Mitgefühl zu. Fähigkeiten, die Erfolg und Lebensqualität im weiteren Leben ganz entscheidend fördern.

Lass es mal mitmachen. Wann?

4B. Familien - gleichzeitiges Training von 2 bis sogar 3 Generationen (Kind + Mutter / Kind + Opa)

Rund 40% unserer Kunden sind Familien. Heißt: es sind gleichzeitig 2, sogar 3 Generationen einer einzigen Familie Mitglied trainieren bei uns. Großteils trainieren diese auch zeitgleich, vor allem wenn die Kinder in der Altersgruppe „Kinder“ und „Jugendliche“ sind. Das sind genau die Kunden für Camps, Turniere, Veranstaltungen.

Motive: gemeinsam Zeit verbringen, Spaß haben, auch außerhalb vom Training darüber reden, Gemeinsamkeit, insbesondere wenn andere Themen (z.B. Beruf) weniger Gemeinsamkeit bieten.

Pitch-Beispiel Familien

Wir unterstützen dich, dass du gemeinsam mit deinen Kindern, mit deiner Familie viel Spaß, Bewegung und Verbindendes erlebst. Dass ihr vom Vorschulalter über die Pubertät hinaus mehr gemeinsame Themen habt und typische Erziehungsfragen in diesem entscheidenden Alter deutlich einfacher werden. Gleichzeitig erlebst du aus allernächster Nähe die sportliche Entwicklung deiner Kinder, förderst ihre Lebensfreude und Drang zu Bewegung, Spiel, Abenteuerlust, und trägst so wesentlich zur gesunden körperlichen, geistigen und psychosozialen Entwicklung deiner Familie und dir selbst bei.



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

Mach doch mit deinen Kindern gemeinsam mit. Wann kannst du?

5A. Junge Erwachsene 20-35 Aufbau Karriere, Partnerschaft, Familie

Schule oder Ausbildung ist abgeschlossen. Beruf oder Studium nehmen mehr Zeit in Anspruch. Fokus liegt auf Karriereaufbau, Berufsbeginn oder Aufstieg von Lehre auf weitere Stufen. Partnerschaft, ev. Familiengründung. Fokus auf Beruf und Familie. Wunsch nach Sport nicht nur per se, sondern auch für Notfall als Verteidigung. Intensive Beschäftigung – teil beruflich bedingt – mit Computer und social Media. Wenig Zeit für Sport (Karriere, Kinder). Einkommen meist noch nicht in Bereichen, wo er/sie sich Premium-Training finanziell gut leisten kann.

Pitch-Beispiel

Wir trainieren dich mit stärkenden, aufbauenden Taekwondo-Techniken, wenn du deinen Körper beherrschen willst, anstatt dich von ihm beherrschen zu lassen, wenn du neben äußerer Stärke auch deine innere Kraft entwickeln und zu 100% nutzen willst, um deine Lebensziele zu erreichen und zu leben – sogar, wenn dir Karriere oder Familie wenig Zeit lassen oder du bisher erst wenig sportliche Erfahrung gemacht hast.
Mach doch mal mit. Wann kannst du?

5B. Erwachsene 35-60 in Beruf und Gesellschaft etabliert

Körperliche Veränderungen – zunehmender Abbau bei Beweglichkeit, Muskeln, Figur, Körperbeherrschung, Gefühl abnehmender Fitness, Wunsch nach Verteidigungsmöglichkeit, nach Beherrschen komplexer Bewegungsabläufe und ausgefallener Bewegungen. Nachdem die intensivsten Karrierebemühungen absolviert sind, wieder mehr Zeit für sich und Sport. Energie wird wichtiger. Gesundheitliche Aspekte, Prävention rücken mehr in den Vordergrund. Gesunderhalten, um das Erreichte abzusichern, auszubauen und zu genießen. Lebenszeitpunkt, um Veränderung herbeizuführen, Routine spürbar.

Wunsch nach Sport nicht nur per se, sondern auch für Notfall als Verteidigung, sich besser fühlen, noch-Mithalten-Können mit Jüngeren im Training, Vergleich, niveauvolle Ansprache von Gleichgesinnten (keine Kampf-Mukki-Bude), gewisse Wertschätzung für Tradition, Anstand, Regeln, Respekt und Werte. Intensive Beschäftigung – teil beruflich bedingt – mit Computer und social media.

Pitch-Beispiel

Wir trainieren dich in traditionellen und bewährten Taekwondo-Techniken, wenn du Kontrolle über deinen Körper und Geist auf Dauer behalten oder zurückgewinnen und wenn du dem Stress und Älterwerden entkommen willst und wenn du spürst, dass neben Karriere und Familie auch Zeit und Energie für dich und deine noch unerfüllten Lebensziele sein muss – sogar, wenn dich Beruf und Familie voll in Anspruch nehmen und du bisher wenig Zeit für Sport gehabt hast.
Mach doch mal mit. Wann kannst du?



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

6. Senioren 60+ Aufbau Karriere, Partnerschaft, Familie

Berufshöhepunkt erreicht. Ruhestand rückt gedanklich in Nähe. Partnerschaften unter Umständen in Frage gestellt. Hinterfragt Lebensziel, Lebenssituation, körperliche und mentale Situation und Ausblick. Sorge vor späterer Demenz im Alter, sowie im Alter Verlust von Balance und Beweglichkeit, Alterung, Einschränkung Freundeskreis, Krankheits- und beginnende Todesfälle im persönlichen Umfeld (Alter der Freunde und Verwandten).

Die Situation ist ähnlich wie für „Erwachsene“ – aber deutlich höher ausgeprägter Wunsch nach Erhalt der Beweglichkeit, gesund, besser „beieinander“ als Alterskollegen, Bewunderung, Anerkennung (wow – in DEM Alter noch Kampfsport!), Anti-Aging, Bekämpfen Alterserscheinungen: Balanceprobleme, Gehprobleme, Ausdauerprobleme, Demenzprofilaxe usw.

Fokus für sportliche Aktivitäten verschiebt sich auf mentale und gesellschaftliche Ziele. Gemeinsamkeit, Gemeinschaft, ev. Erweiterung, Erneuerung Freundeskreis.

Pitch-Beispiel

Wir trainieren deinen Körper und Geist mit bewährten, traditionellen Taekwondo-Techniken, wenn du körperliche und geistige Elastizität und Frische erhalten oder zurückgewinnen und dein Leben voller Energie und mit Freunden leben willst, wenn du weiterhin aus dem Vollen schöpfen und Beweglichkeit, Kraft und Vitalität noch lange bewahren willst – sogar, wenn du in den letzten Jahren wenig Gelegenheit für sportliche Betätigung nutzen konntest.

Das sind die „Pitch“-Möglichkeiten, wenn du Verkaufsgespräche führst. Hilfreich ist auch, zu wissen, oder zu erahnen, was deine Kunden denken, wenn sie bestimmte Argumente äußern. Deshalb haben wir hier für dich eine breite Auswahl von „Wordings“ für deine Gespräche für dich vorbereitet.



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

Was Interessenten für Sport / Taekwondo – öffentlich – als Gründe (nicht Einwände) nennen

Diese „Gründe“, diese „Probleme“, nennt jemand öffentlich, um vielleicht eine körperliche Betätigung zu überlegen, zu beginnen. Können auch vor den echten Beweggründen nur vorgeschoben sein, weil diese (siehe oben) entweder nicht genügend bewusst sind oder peinlich empfunden werden.

Diese Gründe/Probleme müssen wir zwar hören und beantworten, aber wirklich erreichen können wir Interessenten nur, wenn wir die dahinter stehenden Ursachen / Motive ansprechen können.

- Bin zu wenig sportlich – brauche Bewegung, Sport
- Habe Übergewicht – will abnehmen
- Atemnot bei Belastung – will wieder normal atmen können
- Rasch Herzklopfen – will wieder
- Rauche, trinke, esse zu viel – will wieder
- Sitze zu viel hinter PC oder vor TV – will wieder
- Sitze zu viel im Auto – will
- Sitze zu viel am Schreibtisch – will
- Mache zu wenig Bewegung – will
- Fühle mich im Vergleich zu Andere unsportlich – will...
- Meine Beweglichkeit ist schlecht – will
- Lange keinen Sport gemacht
- Fühle mich zu passiv, zu inaktiv
- Bin unkonzentriert, Konzentrationsschwäche
- Komme nicht dazu Sport zu machen, keine Zeit
- Weiß nicht, wie ich mich im Notfall (Anpöbeln, Ärger, Bedrohung...) verhalten soll
- Habe erste Alterungserscheinungen – Nachlassen Kraft, Anzeichen Bauch, schlaffe Muskeln
- Fühlt sich nicht gesund, fit
- Mein Partner/in sagt, ich muss was tun
- Mein Arzt sagt, ich muss was tun
- Kinder nicht ausgelastet, überaktiv, zu inaktiv, hocken zu viel vor Computer
- Eintönigkeit, Monotonie im Alltag, zu wenig Abwechslung

(an dieser Stelle geht es nicht um Einwände gegen ein Training, sondern Wünsche und Gründe FÜR ein Training)



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

Von Eltern angesprochene Gründe für das Training der Kinder:

- Zu unkonzentriert
- Zu aggressiv
- Keine Disziplin
- Zu faul
- hyperaktiv
- ADHS
- Braucht also Therapie
- Kenne dort niemanden

2. Was sich Interessenten wirklich wünschen – auch wenn sie es nicht sagen, oder wenn sie noch nicht wissen, ob oder dass TKD eine Lösung sein könnte (verborgene Hintergründe der „öffentlichen“ Gründe aus 1.)

Wichtig, damit wir mit unseren Werbeaussagen, Werbemitteln (z.B. Video, Titel, Inhalte, Fragen) mögliche Wünsche unserer Zielgruppen (direkt und indirekt) ansprechen können. Nur dann können wir diese Interessenten als Kunden gewinnen.

Problem: diese Wünsche können teils den Personen selbst noch nicht deutlich bewusst sein, teil wollen sie diese Wünsche nicht offen äußern, weil es ihnen unangenehm ist.

- Will mich gut fühlen, Stimmung steigern, raus aus Negativstimmung
- Will Körper beherrschen statt mich vom Körper beherrschen lassen
- Will mein Aktivitätslevel steigern
- Will attraktiver sein – für wen?
- Will mir selbst im Spiegel besser gefallen
- Will einfach „mehr“ sein, besser sein als die Leute glauben
- Will etwas erreichen, mich abheben (was zum Angeben haben)
- Will jugendliche Fähigkeiten erhalten – Ausdauer, Spitzenbelastungen, Beweglichkeit, Kraft
- Will mich sicher fühlen – wissen, wie und wann man sich verteidigt
- Will schnellere Reaktionen im Alltag – körperlich wie auch sprachlich
- Will mich besser konzentrieren können
- Will stärkeres Immunsystem, habe Angst vor Krankheiten, Ansteckung
- Will bisschen Exotik und fernöstlicher Tradition, Kultur
- Will was Anderes wissen, können, was nicht jeder kann („Fussball, Joggen macht Jeder“)
- Will die Entwicklung meiner Kinder, Austoben, Abreagieren, Umgang mit Anderen lernen, selbstsicherer werden, Führungsqualitäten (als Trainer)
- Will mehr Zeit gemeinsam mit meinen Kindern, will Gemeinsames
- Will Sport, Bewegung auf interessantem Niveau bzw. mit Leuten mit Niveau
- Will auch mal über meine Grenzen hinaus fühlen, hinaus gehen
- Will mal was Neues, Abwechslung, mir ist einfach fad oder der Alltag zu grau
- Will meinen Problemen im Alltag entfliehen
- Will einfach mal abschalten – eine Stunde Kurzurlaub
- Will mal andere Leute als für mich üblich treffen



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

- Will mal über was Anderes reden, denken können als den üblichen Alltag
- Will neuen Sinn in meinem Leben
- Habe Angst vor Älterwerden
- Habe Angst vor Streit, vor körperlichen Angriffen, Auseinandersetzungen
- Habe einfach unbestimmte Angst in einsamen Gegenden, Dunkelheit
- Habe Angst, unguutes Gefühl in Massen (Stadion, Gedränge...)
- Habe Angst vor Versagen, vor Nicht-Genügen in Augen Anderer
- Habe Angst vor Krankheiten, Degeneration, Schwäche
- Will mich besser fokussieren, leistungsfähiger sein
- Suche Anti Aging Programm
- Möchte keine Angst vor Auseinandersetzungen mehr haben
- Will fit gesund sportlich schlank attraktiv und sexy

Und für Kinder

- Habe Angst, dass meinen Kindern was passiert und sie sich nicht wehren können
- Habe Angst, dass meine Kinder sich nicht nach meinen Wünschen entwickeln
- Meine Kinder sollen in den gesunden Umfeld aufwachsen
- Meine Kinder sollen später mehr Erfolg haben als ich
- Meine Kinder sollen glücklicher, fitter, gesünder sein und bleiben als ich

3. Was Interessenten daran hindern kann, zu uns zu kommen

Die wichtigsten **Einwände** sollten wir in unseren werblichen Aussagen (in Wort und Bild) gleich vorwegnehmend beantworten, damit sie den Interessenten nicht länger beschäftigen und abhalten.

- Traut sich nicht, seinen körperlichen Zustand öffentlich zu zeigen – im Training blamieren
- Will nicht mit den Kindern „mithupfen“
- Will sich nicht blamieren – das sind doch alles so Sportler
- Habe Angst mich zu verletzen – ist doch brutaler Sport
- Will mich körperlich nicht überfordern
- Image Sport – Sport ist doch nichts für mich, bin zu (alt, dick, unbeweglich...)
- Image Kampfsport – bin kein Schläger
- Image Sportstätte – will nicht in Kellerbude, Mukkibude
- Zu mühsam
- Sportstätte zu weit entfernt, liegt ungünstig, Verbindung dorthin ungünstig
- Keine / zu geringe Motivation mich sportlich zu bewegen, kann mich nicht aufraffen
- Weiß nicht, wo es ein Training/Sport gibt der mir Spaß macht
- Weiß nicht, ob mir das überhaupt Spaß macht
- Fernöstlich ist nicht unsere Kultur



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

- Arzt hat mir von (zu viel) Sport (von dieser Sportart) abgeraten
- Habe Freunde die das machen und selbst den Eindruck, dass ich da nicht mithalten könnte
- Annahme über Teilnehmer – das sind doch alles Leute ohne Niveau, Schläger, Muskelprotze
- Befürchte, im Gruppentraining nicht mitzukommen – Kampfkunst ist zu elitär, zu sportlich
- Befürchte, nicht lange dabei zu bleiben – dann Geld für Mitgliedschaft rausgeschmissen
- Schlechte Erfahrung mit anderen Sportklubs, -vereinen
- Bin zu bequem für Änderung – ähnlich wie Abgewöhnen von Rauchen
- Image Schläger, Boxen im Keller
- Mukkibude
- Leute mit wenig Niveau
- Nichts für Kinder
- Zeitintensiv
- Kein Studio in der Nähe
- Will nicht in einer Gruppe mit Kindern hüpfen
- Komplizierte Techniken, Boxen, joggen ist einfacher
- Zu schwer, zu wenig Kondition
- Will mich nicht verletzen oder vorhandene Gebrechen verschlimmern
- Das ist nichts für kleine Kinder
- Mein Kind ist so wankelmütig zu klein zu untalentiert
- Zu teuer nicht leistbar
- Schlechte Rezensionen
- Bin zu alt
- Rückenschmerzen
- Verletzung von früher
- Kann es mir nicht leisten
- Werde ausgelacht
- Muss erst fit werden um zu beginnen
- Möchte nicht mit Verletzungen in die Arbeit (blaues Auge, Krankenstand)
- Zu gefährlich
- Lauter Schlägertypen
- Bin ein Pazifist
- werde von der Gemeinschaft nicht akzeptiert

Wer (vermeintlich) Ähnliches anbietet (insbesondere auch für Kinder) – Wettbewerb im weiten Sinn

- Taekwondo-Anbieter: WTF, Traditionelle Anbieter
- Andere Kampfsportschulen: Karate, Kung Fu, Judo, Aikido, Krav Maga, Boxen...
- Alternative Anbieter wie Tai Chi, Yoga
- Fitnessstudios: Billiganbieter McFit, Clever-Fit usw.
- Sportvereine: Tennis, Fußball, Volleyball...



© und alle Rechte vorbehalten: YOUNG-UNG Taekwondo GmbH, Wien, jede Vervielfältigung, Weitergabe, Veröffentlichung ohne ausdrückliche Genehmigung ist untersagt.

- Eigene Sportaktivitäten ohne Verein, ohne Organisation: Joggen, Marathon, Schwimmen, Radfahren, Inlineskaten, Segeln, Surfen, Wandern... alle Sportarten

Was unsere YU-Wunsch-Erfüllung von anderen (ähnlichen) Anbietern unterscheidet - unser USP (unique selling proposition – unsere Einzigartigkeit)

- Auch für Kleinkinder, Senioren
- Persönlichkeitsbildend, insbesondere für Kinder (Werte, Tugenden, Leadership, Trainer Akademie ab zwölf Jahren)
- Für Familien – mehrere Generationen im selben Training (rd. 50% unserer Kunden)
- Breitensport (für Jeden) statt Spitzensport für Sport-Elite (Weltmeister, Olympiasieger usw.)
- Professionelles Anmeldesystem, professionelle Räumlichkeiten (Sauberkeit, TÜV), professionelle Trainer (eigene Trainer Akademie)
- Transparente, offene, helle Trainingsräume – nicht im Keller oder Hinterhof
- Individueller Leistungsvergleich
- Beginnen mit Jedem/Jeder so wie er/sie zu uns kommt (auch wenn er/sie von seinem gedanklichen Taekwondo-Sportler abweicht: Gewicht, Größe, Alter, Konstitution, Hintergrund, bauen diese Person dann auf
- Sportwissenschaftlicher Hintergrund – Trainingsschwerpunkte, Physiotherapie, Stressreduktion, mentales Training fließen ein ... wir vereinen Tradition und Moderne
- Ein Großmeister, über 100 qualifizierte Trainer, über 250 Schwarzgurte
- Eigene Trainerakademie / -ausbildung
- Breites Angebot – Akrobatik, Kimoodo, Kleinkinderbetreuung, Camps, öffentliche Turniere
- Weit über 25 Sportstätten, stark expandierend, Gruppen (Schulen, Kindergärten, Firmen)
- Sehr umfangreiches Onlineangebot (neu) zusätzlich zum Offline-Live-Angebot
- Unterschiedliche Möglichkeiten: Training – Kurse – Mentoring – Webinare
- Größte TKD-Schule in Ö, vermutlich in EU
- „öffentlich“ – weil Training gut sichtbar hinter großen Auslagenfenstern stattfindet
- 7 Tage, an jedem Tag mehrere Trainingsstunden zur Auswahl
- Erste / einzige TKD-Angebot online professionell (nicht amateurhaft aus „Wohnzimmer“)
- Weitere Angebote begleitend: Kimoodo, Nunchaku, Akrobatik, Freikampf, Camps, Shows...
- Kooperationen mit der SVS, ÖGK, Banken, Firmen
- Training indoor und online