

## Marketing-Tipps für Yogalehrer: Die Grundlagen

Als Yogalehrer anfangen Es kann entmutigend sein zu wissen, wo Sie Ihre Karriere als Yogalehrer beginnen können, besonders jetzt, wo Großbritannien mit so vielen guten Lehrern gesättigt ist. Vielleicht haben Sie gerade Ihr 200-Stunden-Lehrzertifikat erreicht und möchten sofort mit der Weitergabe Ihres Geschenks beginnen, oder Sie sind für eine Weile qualifiziert, aber bereit, Ihr Spiel mit weiteren Klassen zu verbessern. Diese Blog-Reihe, geschrieben von Sarah Dean (Marketingberaterin und Yogalehrerin), soll Ihnen die Grundlagen des Marketings vermitteln, die für die Yoga-Branche am relevantesten sind. Erforschen Sie Ihren Yoga-Markt Eine Marketingstrategie zielt darauf ab, das Bewusstsein zu stärken und dann an Ihr &hellip;



**Als Yogalehrer anfangen**

Es kann entmutigend sein zu wissen, wo Sie Ihre Karriere als Yogalehrer beginnen können, besonders jetzt, wo Großbritannien mit so vielen guten Lehrern gesättigt ist. Vielleicht haben Sie gerade Ihr 200-Stunden-Lehrzertifikat erreicht und möchten sofort mit der Weitergabe Ihres Geschenks beginnen, oder Sie sind für eine Weile qualifiziert, aber bereit, Ihr Spiel mit weiteren Klassen zu verbessern. Diese Blog-Reihe, geschrieben von Sarah Dean (Marketingberaterin und Yogalehrerin), soll Ihnen die Grundlagen des Marketings vermitteln, die für die Yoga-Branche am relevantesten sind.

## **Erforschen Sie Ihren Yoga-Markt**

Eine Marketingstrategie zielt darauf ab, das Bewusstsein zu stärken und dann an Ihr Unternehmen anzupassen. Bevor Sie jedoch mit der Planung Ihrer Aktivitäten beginnen können, müssen Sie entscheiden, wen Sie ansprechen und mit welchen Zielen Sie sie am besten ansprechen. Dies wird als Marktforschung bezeichnet.

Mithilfe einer schnellen Google-Suche, bei der in der Regel Daten gefunden werden, die aus der letzten Volkszählung oder lokalen Umfragen zusammengefasst wurden, können Sie grundlegende Profile für die in Ihrer Region lebenden Personen erstellen. Wenn ich zum Beispiel nach „Marktdemografie von Southfields in London“ suche, kann ich schnell das Durchschnittsalter der 16.256 Einwohner erkennen, die 34 Jahre alt sind. Dies unterscheidet sich sehr von dem, wenn ich ein Dorf in Buckinghamshire google, in dem die Bevölkerung 400 und der Durchschnitt beträgt Das Alter ist über 60 Jahre. Beide Bereiche werden potenzielle Studenten umfassen, aber die größten Chancen in jedem werden unterschiedlich sein. Als nächstes können Sie diese Analyse genauer durchführen, indem Sie einfach Ihre eigene lokale Forschung durchführen. Gibt es zum Beispiel viele Mütter- und Babygruppen in der Gegend? In diesem Fall ist es sinnvoll anzunehmen, dass es einen eigenen Markt für Schwangerschaft oder postnatales Yoga gibt.

Der nächste Schritt besteht darin, zu untersuchen, was Ihre Mitjogis bereits in der Region tun. Wer bietet Yoga-Kurse an und in welchen Stilen? Zu welchem Preis und zu welchen Zeiten an welchen Tagen? Dies gibt Ihnen eine gute Vorstellung davon, wo die Marktlücke ist. Das Einrichten einer Vinyasa-Flow-Klasse an einem Mittwochabend ist schwieriger zu füllen, wenn in der Region bereits zwei zur Auswahl stehen. An einem Freitagabend gibt es jedoch möglicherweise eine Lücke für Vinyasa mit langsamem Flow oder Yin für diejenigen, die dies möchten Entspannen Sie sich nach einer arbeitsreichen Woche. Versuchen Sie herauszufinden, welche Bedürfnisse Sie für die Menschen in der Gemeinde erfüllen.

Wenn Sie bei Ihrem bevorzugten Yoga-Stil bleiben möchten, gibt es immer Möglichkeiten, eine Nische in einem geschäftigen Markt zu finden. Zum Beispiel gibt es in der Gegend viele Hatha-Kurse, aber bietet jemand Hatha-Yoga für Läufer an? Dies zielt auf einen Teil des Marktes ab und kann diejenigen ansprechen, die etwas wollen, das ihnen speziell zugute kommt. Natürlich müssen Sie zuerst sicherstellen, dass es in Ihrer Region eine Laufgemeinschaft mit angemessener Größe gibt. Daher ist es auch wichtig, nach lokalen Laufclubs zu suchen.

Das Finden einer solchen Nische oder eines Alleinstellungsmerkmals (Unique Selling Point, USP) kann eine äußerst hilfreiche Methode sein, um Ihre Klassen hervorzuheben. Gibt es noch etwas im Leben, das Sie darüber informieren könnte? Selbst wenn Sie einfach in einem Büro arbeiten, können Sie Ihren Unterricht an Personen anpassen, die den ganzen Tag viel Zeit am Schreibtisch verbringen.

Wenn Sie bereits einige Yoga-Kurse durchgeführt haben und ein gefangenes Publikum haben, ist dies von unschätzbarem Wert und Sie sollten sie als Schlüsselquelle für Ihre Forschung verwenden. Richten Sie Ihren eigenen Fragebogen ein und senden Sie ihn kostenlos per E-Mail **Google Forms**. Dies könnte leicht ausgedruckt werden, wenn Sie die Umfrage stattdessen persönlich verteilen möchten. Fragen Sie dieses Publikum, an

welchen anderen Klassen sie zu welchen Zeiten interessiert sein könnten. Vielleicht könnten Sie sie sogar fragen, an welchen Workshops sie in Zukunft teilnehmen möchten, und diese Informationen dann verwenden, um bei Ihren Zukunftsplänen zu helfen.

## **Finden Sie einen Veranstaltungsort für Yoga-Kurse**

Angenommen, Sie planen, eine eigene Klasse zu gründen, anstatt in einem Studio zu arbeiten, müssen Sie einen Veranstaltungsort finden. Der Veranstaltungsort kann auch zu einer Bereicherung für das Marketing selbst werden, wenn Sie Werbung auf den Anschlagtafeln platzieren oder sogar Banner an die Geländer hängen können, damit Passanten sie sehen

können.

Eine andere Möglichkeit, insbesondere in einem überfüllten Markt, besteht darin, ein wenig über den Tellerrand hinaus zu denken. Yogalehrer geben heutzutage Unterricht auf Dächern und in den erfinderischsten Räumen, die alle ein Publikum anziehen, weil es daraus ein Erlebnis macht. Ich lebe in Tooting, wo die Undercover-Märkte ein zentraler Knotenpunkt für die Community sind. voller kleiner Läden, lebhafter Bars und Restaurants. Hier, umgeben von lokaler Straßenkunst und Lichterketten, beschloss ich zu starten **@market\_yoga** Klassen - Ich habe auch dort viel Unterstützung von der wunderbaren örtlichen Gemeinde erhalten. Gibt es in Ihrer Stadt einen Veranstaltungsort, der besonders begehrt und beliebt ist und den Sie nutzen können?

Stellen Sie bei jedem von Ihnen gewählten Veranstaltungsort sicher, dass Sie herausfinden, wie viele Personen pro Woche in die Klasse passen, um sie für Sie rentabel zu machen. Wie viel die Veranstaltungsgebühren sicherlich beeinflussen, wie viel Sie Ihren Schülern in Rechnung stellen müssen. Wie viel die anderen lokalen Yogis verlangen und in welchem Stadium Sie sich in Ihrer Karriere befinden, wirkt sich ebenfalls auf die Kosten aus. Weitere Informationen hierzu finden Sie in unserem Blog-Artikel „Wie können Yogalehrer Wert auf ihre Zeit legen?“.

In den wärmeren Monaten kann es wunderbar sein, Kurse draußen in einem örtlichen Park oder gemeinsam zu veranstalten. Dies spart Ihnen etwas Geld bei den Veranstaltungsgebühren und zieht möglicherweise mehr Menschen an, birgt aber auch das zusätzliche Risiko von Stornierungen aufgrund unvorhersehbaren Wetters. Denken Sie auch daran, dass der Außenbereich öffentlich sein muss, da Sie sonst möglicherweise tatsächlich bezahlen müssen, um ihn für kommerzielle Zwecke zu nutzen.

## **Definieren Sie Ihre Yoga-Marke**

Nachdem Sie sich für Ihre Klassen (das Produkt) entschieden haben, ist es an der Zeit, darüber nachzudenken, wie Sie die Klasse auf allen möglichen Marketingplattformen, die Sie möglicherweise verwenden, brandmarken werden. Hier können Sie einfach einen persönlichen Markennamen wie „Yoga with Sarah“ wählen oder sich für einen bestimmten Veranstaltungsort oder ein bestimmtes Projekt entscheiden, etwas Separates wie das einzurichten **@market\_yoga** Beispiel zuvor gegeben.

Wenn Sie vorhaben, eine Website und Social-Media-Konten einzurichten, und ich empfehle dies, dann lohnt es sich, einige Fotos zu machen, damit Sie zunächst einige Bilder haben. Denken Sie über die Art des Bildes nach, das Sie vermitteln möchten, und über die Relevanz für Ihre Kunden. Der Einstieg in Pincha Mayurasana (Gefiederte Pfauenhaltung) in Ihrem Schlafzimmer ist möglicherweise nicht das am besten zugängliche Bild, um für einen Yoga-Anfängerkurs im örtlichen Park zu werben.

Überlegen Sie abschließend, welche Art von Inhalten Sie für Ihre Marke erstellen möchten. Sie sind vielleicht sehr linienorientiert und konzentrieren sich auf die Ausrichtung oder traditionelle Versionen der Posen, oder Sie möchten, dass Ihre Marke so persönlich und authentisch wie möglich ist und das Regelwerk der perfekten Beiträge und Bilder herauswirft. Die Möglichkeiten sind buchstäblich endlos und Sie können sicher sein, dass jeder Winkel, den Sie wählen, in Ordnung ist.

Denken Sie daran, dass es absolut normal ist, einige Menschen anzusprechen und andere nicht. Es ist unmöglich, alle zufrieden zu stellen, denn wir sind alle Individuen mit unseren eigenen Vorlieben und Vorlieben - Sie haben wahrscheinlich Ihre eigenen Lieblings-Yogalehrer, zu denen Sie öfter gehen. Versuchen Sie zu lehren, was Sie lieben, herauszufinden, wer es mag, und bauen Sie dann von dort aus darauf auf.

Aus der Feder von Yogamatters

Details

**Besuchen Sie uns auf: [natur.wiki](http://natur.wiki)**