Marketing-Tipps für Yogalehrer: Offline-Marketing

Diese Tipps konzentrieren sich hauptsächlich darauf, wie Sie Menschen zu Klassen bringen können, die Sie in der örtlichen Gemeinde eingerichtet haben. Sobald Sie die Grundlagen der Klasse, in der Sie unterrichten werden, und wo Sie einen angemessenen Preis festgelegt haben, müssen Sie sich darüber informieren. Lesen Sie unsere Blog-Artikel über Marktforschung und Wert auf Ihre Zeit legen Weitere Informationen zu diesen ersten beiden Phasen. Vermarktung von Yoga-Kursen über Poster oder Flyer Ihre erste Anlaufstelle sollte an dem von Ihnen gewählten Ort sein. Haben sie eine Pinnwand für Poster oder sogar Geländer, an der Sie draußen ein Banner anbringen können, um …

Diese Tipps konzentrieren sich hauptsächlich darauf, wie Sie Menschen zu Klassen bringen können, die Sie in der örtlichen Gemeinde eingerichtet haben. Sobald Sie die Grundlagen der

Klasse, in der Sie unterrichten werden, und wo Sie einen angemessenen Preis festgelegt haben, müssen Sie sich darüber informieren. Lesen Sie unsere Blog-Artikel über **Marktforschung** und **Wert auf Ihre Zeit legen** Weitere Informationen zu diesen ersten beiden Phasen.

Vermarktung von Yoga-Kursen über Poster oder Flyer

Ihre erste Anlaufstelle sollte an dem von Ihnen gewählten Ort sein. Haben sie eine Pinnwand für Poster oder sogar Geländer, an der Sie draußen ein Banner anbringen können, um die Aufmerksamkeit der vorbeigehenden Personen auf sich zu ziehen? Dies ist eine sehr einfache Möglichkeit, die Menschen in der Region für Ihre Klasse zu sensibilisieren. Wenn es sich bei dem Veranstaltungsort um ein Gemeindezentrum handelt, wird es bereits von vielen Menschen für andere Zwecke genutzt, und Ihre Klasse kann sie sogar ansprechen – aber nur, wenn sie darauf aufmerksam gemacht werden.

Stellen Sie sicher, dass Sie alle wesentlichen Details in Ihre Marketingmaterialien aufnehmen:

- Yoga-Stil
- Zeiten und Daten
- Genaue Position
- Preise plus Einführungsangebote
- Wichtige Informationen, wie die Notwendigkeit, eine Matte mitzubringen
- Kontaktdaten wie Ihre Website oder Instagram

Bauen Sie Beziehungen zu lokalen Unternehmen auf

Gibt es in der örtlichen Gemeinde relevante Unternehmen, die bereit sind, Ihr Poster oder Ihre Flyer anzuzeigen, da dies für ihre Kunden von Interesse wäre? Zum Beispiel ein ganzheitliches

Café oder ein Gesundheits- und Wohlfühlgeschäft. Wenn Sie eine bestimmte Klasse wie Yoga für Läufer unterrichten, finden Sie möglicherweise einen örtlichen Sportladen oder eine Laufstrecke, die bereit ist, Ihnen zu helfen.

Lokale Unternehmen unterstützen sich im Allgemeinen gerne gegenseitig. Möglicherweise möchten Sie überlegen, wie Sie sie auch im Gegenzug unterstützen können. Die Zusammenarbeit mit relevanten Markenpartnerschaften ist ein beliebtes Marketinginstrument, und es gibt keinen Grund, warum dies in Ihrer Community nicht in kleinerem Maßstab funktionieren kann. Vielleicht gibt es einen selbständigen Personal Trainer in dem Bereich, mit dem Sie zusammenarbeiten könnten. Ihre potenziellen Kunden sind sich wahrscheinlich sehr ähnlich und könnten für beide Unternehmen wertvolle Empfehlungen sein.

Angebote, Treueprogramme und Empfehlungen

Wenn Sie zum ersten Mal anfangen, möchten Sie vielleicht die Leute dazu anregen, Ihre Klasse auszuprobieren. Ein Einführungsangebot wie ein First Class zum halben Preis kann eine gute Möglichkeit sein, dies zu tun. Es mag zunächst ein kleiner finanzieller Erfolg sein, aber die langfristigen Gewinne überwiegen dies hoffentlich, wenn Ihre Popularität wächst. Wenn Sie das Stadium erreicht haben, in dem Sie Ihre Kurse jede Woche bequem füllen können, können Sie das Angebot jederzeit einstellen.

Sobald Sie diese Kunden durch die Tür gebracht und ein paar Stammgäste gefunden haben, besteht das nächste darin, sie zu motivieren, so häufig wie möglich teilzunehmen. Erwägen Sie, ihnen eine Belohnung für die Teilnahme an einer bestimmten Anzahl von Klassen anzubieten. Nehmen Sie beispielsweise an vier Klassen hintereinander teil und erhalten Sie den Preis für die fünfte Hälfte.

Alternativ können Sie ein Preisschema entwickeln, das die

Kundenbindung im Voraus belohnt, indem Sie ihnen einen Rabatt für den Kauf in großen Mengen gewähren. Zum Beispiel kann eine Drop-In-Klasse 10 £ kosten, aber eine Packung mit 10 im Voraus bezahlten Klassen kostet 90 £, wodurch sie 10 £ oder das Äquivalent einer kostenlosen Klasse sparen.

Wenn Sie einen ziemlich treuen Kundenstamm aufgebaut haben, sollten Sie ihnen einen Anreiz geben, ihre Freunde zu verweisen, auch an Ihrer Klasse teilzunehmen. Empfehlungen sind eine der stärksten Formen des Mund-zu-Mund-Marketings, insbesondere von einem vertrauenswürdigen Freund. Wenn Sie eine gute Beziehung zu Ihren Schülern aufgebaut haben, bieten Sie ihnen möglicherweise eine Klasse zum halben Preis sowie jeden Freund an, den sie mitbringen. Die Chancen stehen gut, dass sie viele Freunde oder Arbeitskollegen mit ähnlichen Interessen haben, die sich gleichermaßen für Yoga interessieren!

Veranstalten Sie einen Yoga-Workshop

Ein guter Weg, um ein bisschen mehr Geld mit Ihrer Zeit zu verdienen und Ihr Profil vor Ort zu verbessern, ist die Durchführung eines Workshops. In Workshops können Sie weitaus detaillierter als in einem regulären Kurs vorgehen und durchschnittlich drei Stunden dauern. Sie können dies sogar nutzen, um mit einem anderen lokalen Unternehmen zusammenzuarbeiten und dessen Publikum anzusprechen.

Finden Sie einen Grund, den Workshop durchzuführen – welche Bedürfnisse gibt es in der Community, die Sie erfüllen? Vielleicht veranstaltet Ihre Stadt im nächsten Monat einen Halbmarathon, damit Sie einen Yoga-Workshop für Läufer absolvieren können. Oder wenn Sie neue Yogis für Ihre wöchentlichen Kurse gewinnen möchten, sollten Sie einen Workshop über Yoga-Grundlagen für Anfänger durchführen. Es kann ein bisschen einschüchternd sein, bei Ihrem ersten Yoga-Kurs aufzutauchen, wenn Sie es noch nie zuvor gemacht haben. Daher kann etwas Spezielles für diese Kundengruppe weitaus attraktiver sein.

1-2-1 Yoga-Kurse

Oft ist es der Traum vieler Yogalehrer, eine Reihe zuverlässiger und regelmäßiger Privatkunden zu erreichen. Auf diese Weise können Sie nicht nur mehr für Ihre Zeit in Rechnung stellen, sondern auch dem Schüler Ihre ungeteilte Aufmerksamkeit widmen. Diese Arten von Klassen werden oft erreicht *nach* Sie haben einige reguläre Gruppenklassen erstellt. Sobald die Schüler sich mit Ihrem Stil vertraut gemacht haben und Sie ein bisschen besser kennen.

Der beste Weg, diese zu vermarkten, ist die Mundpropaganda für Ihre bestehenden Kunden. Sie wissen nur, dass Sie eine 1-2-1-Sitzung anbieten, wenn Sie darüber sprechen. Die Verwendung einiger der bereits behandelten Einführungsangebote und Treueprogramme kann ein guter Anreiz sein, Ihre Kunden zu ermutigen, diese Kurse ebenfalls auszuprobieren.

Aus der Feder von Yogamatters

Details

Besuchen Sie uns auf: natur.wiki