

# Framgångsrik Brasiliansk jiu-jitsu klubb!

Hur du i 3 enkla steg ökar en  
Brasiliansk Jiu-Jitsu klubbs  
omsättning med 35 % på 12 månader

*Källa: ABResearch*



## Innehåll

Förord	2
Steg 1. Fylla AR-maskinen	3
Hur vi fyller AR-maskinen?	4
Varför Facebook	4
Kort om mutan	6
Kort om AR-maskinen	7
Fyll AR-maskinen med VÄRDEFULL information	8
Sluta sälj och bygg en relation	8
Vad är viktigast för att AR-maskinen ska lyckas?	9
CRM, Som att kasta bensin på en brasa	10
Bjud in dem	10
För att föreningen ska växa	12
<i>35 % intäktsökning</i>	13
Slutord	15

## **Förord:**

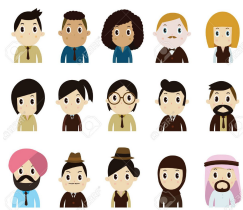
Strategin som du kommer att lära dig i detta Hur-Du-Gör-Det-Själv dokument är beprövat och testat. Detta fungerar till 100 %.

System som du kommer att lära dig genom att läsa detta dokument är samma system som vi på Företagsapp använder oss av. Vi får 100% av våra kunder via detta system. Systemet som vi pratar om kretsar runt något som vi kallar för AR-maskin. AR står för Automatiskt Relationsbyggare. AR-maskinen är ett verktyg som dygnet runt, 365 dagar om året och helt automatiskt "fylls med kontaktuppgifter från personer som är intresserade av vad din klubb säljer. Vidare bygger AR-maskinen upp en relation med dessa personer helt automatiskt utan att du behöver göra någonting. Ni sätter upp AR-maskinen 1 gång, sen sköter den sig själv och kräver väldigt lite underhåll. Att implementera en AR-maskin i din klubbs verksamhet är som att anställa en säljare som jobbar för er 24 tim/dygn, 365 dagar om året.

## Steg 1. Fylla AR-maskinen

AR-maskinen (AR = Automatisk Relationsbyggare) ska fyllas med kontaktuppgifter från människor som är intresserade av vad din klubb säljer. Men först behöver vi skapa en avatar som representerar din klubbs "typiska" genomsnitts medlem. Detta gör vi för att veta vem AR-maskinen ska rikta sig mot. Fyller vi AR-maskinen med 1 miljon kontaktuppgifter från människor som är 70 år och uppåt och som älskar att spela bingo. Då kommer det inte fungera.

Börja med att skapa en avatar som representerar din klubbs genomsnittliga medlem.



En bra idé är att nyttja din klubbs Facebooksida när vi ska ta fram en Avatar. Där hittar ni väldigt nyttig info som tex. könsfördelning och åldersgrupp, bostadsort etc.



Bild ovan: Exempel på hur det ser ut för ett annat företags Facebook. Demografiska fördelning på de personer som gillar sidan som ålder, kön bostadsort mm.

Saker ni bör tänka på när ni skapar en avatar för din klubb är:

- Ålder (Se er facebook sida)
- kön (Se er facebook sida)
- Intressen (Vad är er avatar intresserad av)

- Ort (var bor er avatar)
- Inkomst

Om din klubb har flera olika discipliner (BJJ, Boxning, Thai/Kickboxing, MMA, Submission Wrestling etc) måste ni även bestämma er för vilken av dessa 5 discipliner/aktiviteter som ni vill ha fler medlemmar till.

När avataren är färdig ska ni "fånga" in kontaktuppgifter till de personer som representerar din avatar och göra så att deras kontaktuppgifter automatiskt hamnar i AR-maskinen.

### **Hur fyller vi AR-maskinen?**

Vi får in kontaktuppgifter genom att skapa vad Facebook kallar för Leadbox. En Leadbox är en annons som automatiskt fångar upp besökarens namn samt e-post när man klickar på annonsen.

Kontaktfångaren på Facebook ställer vi in så att den enbart visas för de personer som är relevanta för avataren (din klubbs målgrupp).

### **Varför Facebook**

Varför väljer vi att hämta in kontaktuppgifter med hjälp av Facebook? Jo det gör vi för det är där din klubbs målgrupp "hänger". Samt Facebook har det bästa kontaktfångaren (lead-genererings-verktyget) som finns på marknaden idag, Dessutom är det extremt lågt pris jämfört med andra kanaler eftersom man kan styra vem som kan se kontaktfångaren (leadbox) när det kommer till:

- Plats
- Demografi
- Intressen
- Beteenden

(För att läsa mer om riktade annonser klicka [här](#) eller Googla på *Så-här-skapar-du målinriktade-Facebook-annonser*).

Vår senaste kontaktfångare som vi på Företagsapp la ut på Facebook fick in ca 60 kontakter (leads) på mindre än 24 timmar. Vi fick in kontaktuppgifter till personer som alla är intresserade av det vi säljer. Detta kostade oss 15 USD (ca 150 kr).

Andra plattformar än Facebook där man kan lägga ut en kontaktfångare med en muta för att få in ännu fler kontakter i sin AR-maskin är.

- Er hemsida
- Google (Adwords)
- Er mobilapp
- Instagram
- Landningssidor (enklare hemsidor, var enda syfte är att fånga in fler kontakter till er AR-maskin)

## Kort om mutan

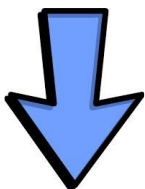
För att få personer att lämna ifrån sig sina kontaktuppgifter på Facebook. Måste man lock dem med någonting. Vi lockar dem med en muta. Mutan är någonting som uppfattas som värdefullt för avataren. Det kan tex vara en E-bok eller ett kort filmklipp där din klubb delar med sig av sina bästa tips när det gäller tex. BJJ eller någon annan disciplin. E-boken eller filmklippet skulle tex. kunna heta: *din klubbs 10 bästa tips för hur du går från vitt bälte till blått bälte på 12 månader*. Eller varför inte, *din klubbs 10 bästa tips för att kunna försvara sig på Malmös gator*.

Kontakt fångaren (leadbox) är ett formulär där besökaren kan fylla i sina kontaktuppgifter mot att de automatiskt får mutan (E-boken eller filmklippet) skickad till sig.

## Exempel på kontakt fångare på Facebook (Leedbox)



The image shows a Facebook leadbox advertisement. At the top, it says "Från vitt bälte till blått bälte i Brasiliansk jiu-jitsu" and "Sponsrad (demo)". Below that, the headline reads "Gratis E-bok. Hur du går från vitt bälte till blått bälte i Brasiliansk jiu-jitsu på under 12 månader". The main visual is a stack of e-books with a red and white cover that says "10 tips för hur du går från vitt bälte till blått bälte på 12 månader". To the right of the e-book, the text says "E-boken bygger på 20 års erfarenhet som Brasiliansk jiu-jitsu utövare. Följer du de tips som du kommer att Lära dig i denna bok kommer du nå blåttbälte inom 12 månader". There is a "Ladda ned" button with a checkmark. Below the ad, it shows 17 likes and 7 comments. At the bottom, there are buttons for "Gilla" and "Kommentera", and a "Kronologiskt" dropdown menu.

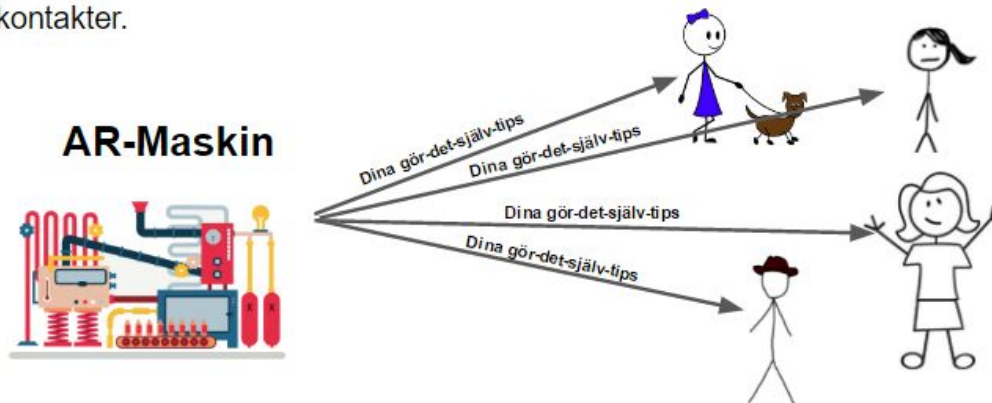


Kontakt fångaren kopplas ihop med AR-maskinen som automatiskt skickar ut E-boken.

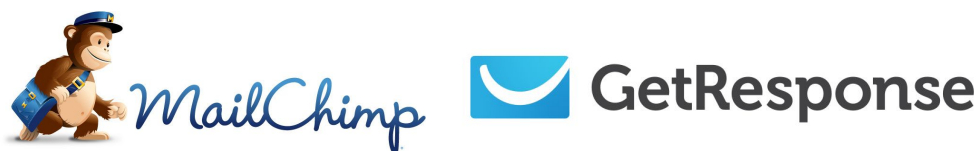
## Kort om AR-maskinen

**AR-Maskin** (*Automatisk-Relationsbygger-maskin*) är en mjukvara som automatiskt skickar ut mejl till de personer som har bett om att få ta del av dina tips.

Du väljer själv, när och hur ofta AR-Maskinen ska skicka ut tips till dina kontakter.



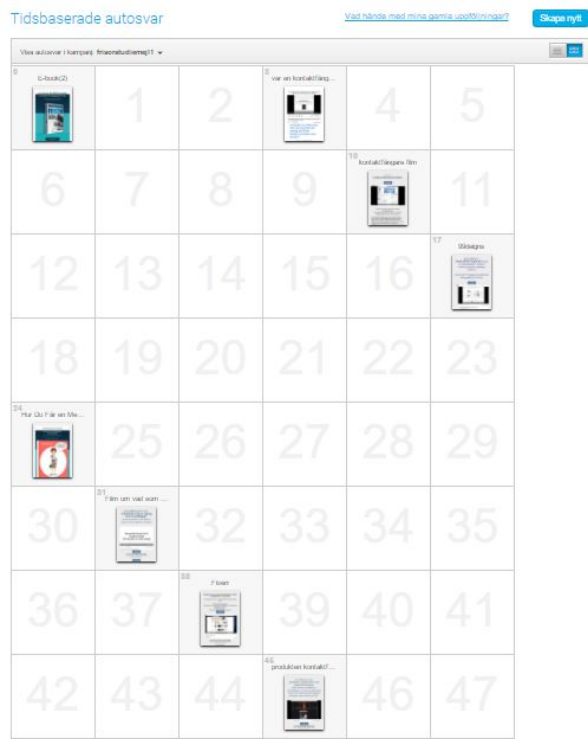
Det finns två stora spelare på marknaden idag som tillhandahåller AR-maskiner  
Det är MailChimp och GetResponse.



Att upprätta en AR-maskin kostar ca från 120 kr/mån.



Nedan: Bild på hur AR-maskinen ser ut när man är inloggad. AR-maskinen är super enkel att administrera och på youtube finns det fullt med instruktionsvideos.



## Steg 2. Fyll AR-maskinen med VÄRDEFULL information

Nästa steg är att fylla AR-maskinen med information. Du bestämmer själv hur ofta AR-maskinen ska skicka ut information till dina kontakter. Vi föreslår att det skickas ca 1 mejl i veckan. Men hur ofta AR-maskinen skickar ut information är inte lika viktigt som vad som skickas. Informationen som skickas ut måste uppfattas som värdefull för mottagaren. Det är bättre att skicka ut 1 gång om året än 1 gång i veckan om det som skickas ut inte uppfattas som värdefullt för mottagaren.

## Sluta sälj och bygg en relation

De kontakter som AR-maskinen skickar ut information till är människor som stämmer in på din klubbs målgrupp. De har dessutom alla räckt upp handen och visat att de är intresserade av vad din klubb säljer (självförsvaret, fitness, fighting etc). Du ska se dessa kontakter som dina vänner och börja bygga en relation med dem. Hur du gör

detta (bygger en relation) är inte genom att försöka sälja dem någonting. Inte i början av relationen i alla fall. Du ska se till att de får värdefulla GRATIS tips skickade till sig. Om vi utgår från att de kontakter som ligger i AR-maskinen har hämtat boken (10 tips för hur du går från vitt bälte till blått bälte på 12 månader) som visas i exemplet ovan. Då ska du fylla AR-maskinen med gratis tips som rör Brasiliansk jiu-jitsu. 12:e utskicket kan innehålla ett erbjudande men inte mer. Annars kommer mottagaren uppfatta det som att du bara försöker tjäna pengar på dem och inte att du försöker vara deras vän och bygga en relation.

Nu har du lärt dig hur du automatiskt bygger en säljmaskin. En maskin som automatiskt samlar in kontaktuppgifter från din klubbs målgrupp. Samt automatiskt "bygger" en relation med dem.

Denna strategi som du har lärt dig i denna E-bok kommer 100 % att leda till att din klubb får fler medlemmar. Givetvis kommer inte alla de kontakter som ligger i AR-maskinen att bli medlemmar. Men din klubb kommer att positionera sig som en expert inom sitt område. När det är dags för någon i kontaktlistan att tex. testa på BJJ då kommer de att vända sig till experten.

### **Vad är viktigast för att AR-maskinen ska lyckas?**

"Content is king", är ett vedertaget begrepp inom internetmarknadsföring. Direkt översatt betyder det att "innehållet är kungen". Det stämmer till 100 %, särskilt när det kommer till strategin som du har fått lära dig här. Innehållet som du fyller AR-maskinen med är det som är absolut viktigast.

Exempel: Låt oss säga att ni har fyllt AR-maskinen med innehåll som handlar om självförsvarsteknik. Anders är en person som har sett din klubbs annons ute på Facebook och klickat på annonsen. När Anders klickade på annonsen skickade AR-maskinen automatiskt ut tipsen om olika självförsvarstekniker. Anders läser eller ser en kortfilm om tipsen. Några dagar senare sitter Anders på en fest och berättar om de tekniker som han har fått lära sig. Någon i sällskapet som vi kallar för Kalle är

tveksam till att teknikerna fungerar. Kalle utmanar Anders att testa tekniken på honom för att se om det funkar. Anders testar teknikerna på Kalle och till Anders förvåning funkar teknikerna utomordentligt bra. Kalle och de andra på festen är grymt imponerade av Anders som utan problem lyckade brotta ner Kalle. Nu har din klubb stärkt relationen med Anders och positionerat sig i som en expert i huvudet på honom.

Ta fram tips som anses som värdefulla är enkelt eftersom du har lång erfarenhet inom ditt område. Tipsen kan förpackas som text, film eller som ljudfil.

### **Steg 3. CRM, Som att kasta bensin på en brasa**

Om ni vill skynda på denna process med att få fler medlemmar. Ska ni manuellt lägga in de kontaktuppgifter som AR-maskinen fylls med i ett CRM-system. CRM står för Customer Relationship Management. På svenska skulle jag kalla det för kundhanterings program. Det enklaste och absolut bästa CRM-system som jag känner till är [Lime Go](#). Lime Go kostar 329 kr/mån.

När ni får in en persons kontaktuppgifter letar ni upp dem på Facebook (sök på e-postadressen), Google och upplysning.se. Ni samlar in all relevant information om personen i fråga och lägger in dem i CRM-verktyget . Efter bara ett par månader kan ni ha hundratals, till och med tusentals personer i ert CRM.

### **Bjud in dem**

någon på klubben ringer upp personerna som ligger i ert CRM-verktyg för att höra vad det tyckte om den informationsprodukt (tex. E-boken hur du går från vitt till blått bälte på 12 mån) som de har fått ta del av. Därefter bokar ni in dem på en gratis provträning. Samtalet skulle kunna se ut så här:

- (din klubb) - Hej är det Anders?
- (Anders) - Ja det är Anders!
- (din klubb) Vad bra, detta är XXXX från "klubb Malmö"!
- (din klubb) Jag ringer bara för att höra vad du tyckte om e-boken som du hämtade på Facebook. Har du läst den?

- (Anders) Ja, jag har läst den, den var bra, lärde mig faktiskt en del små trick!
- (din klubb) Tränar du någonstans idag?
- (Anders) Inte så mycket, jag har kort på Fitness 24/7 men går inte dit så ofta!
- (din klubb) Vi skulle gärna vilja bjuda dig på en gratis träningsvecka i BJJ. Låter det intressant Anders?
- (Anders) Det låter jättebra. Jag har tänkt på att börja träna BJJ länge nu men inte kommit till skott!
- (din klubb) Jag kan mejla över en värdecheck som ger dig 1 gratis provvecka, när hade det passat dig att du kom på ditt 1:a provpass, denna eller nästa vecka?
- (Anders) Nästa vecka hade passat perfekt, har så mycket jobb just nu!
- (din klubb) Onsdag nästa vecka kl 19:30, hade passat?
- (Anders) Det hade varit perfekt!
- (din klubb) Vad bra, jag mejlar över värdechecken som ger dig en gratis provvecka och bokar in dig nästa vecka på onsdag 19:30!
- (Anders) Vad bra, tack så mycket!
- (din klubb) Då ses vi på onsdag nästa vecka, vänligen kom 15 min innan träningen börjar eftersom det är din första träning. Skulle vilja be dig om en tjänst Anders?
- (Anders) Självklart, vadå?
- (din klubb) Vänligen hör av dig minst 24 timmar innan om du inte kan komma. Eftersom vi har begränsat antal platser när det gäller provträningar, kan du lova mig det Anders?
- (Anders) Självklart!
- (din klubb) Vad bra då ses vi på nästa vecka på onsdag kl 19:15. Jag tar emot dig när du kommer. Du har din värdecheck för 1 gratis provvecka på mejlen. Ha en underbar vecka Anders!
- (Anders) Tack så mycket, vi ses på onsdag, hej då!
- (din klubb) Hej Då!

Så kan ett samtal låta. Dessa samtal är inte till random människor. Utan det är samtal till människor som har visat ett intresse för vad din klubb säljer. Dessutom,

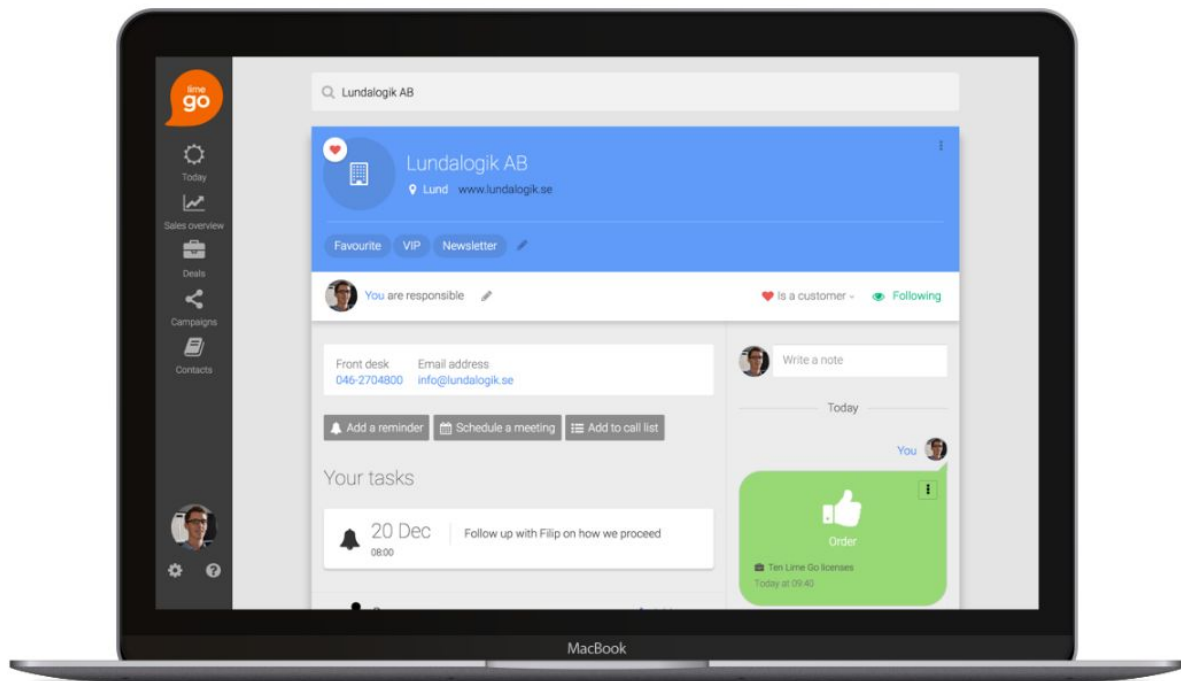
kanske viktigast av allt så känner de till din klubb. Med andra ord känner man sig inte som en säljare när man ringer och man ringer inte för att sälja. Man ringer för att ge bort någonting som har ett stort värde för den man ringer till. Detta är roliga samtal. De ni ringer kommer bli glada att ni ringer.

### **För att klubben ska växa!**

Ett CRM-system är ett måste om ni vill att ert företag ska växa och behålla sina medlemmar.

Med ett crm system får ni koll på:

- Vad som hänt i er relation, från första kontakten till senaste samtalet. I Lime Go hanterar du enkelt alla dina medlemmar och kan arbeta proaktivt med din kundvård.
- Lime Go anpassar du enkelt efter just din klubbs säljprocess och du får direkt en grym överblick över den potentiella eller befintliga medlemmen. Smidig affärshantering och smarta påminnelser hjälper dig att alltid driva affären framåt.
- Vad du sagt, gjort & lovat. Håll koll på dina anteckningar om varje medlem, möten och påminnelser på ett ställe. Få stenkoll på vad du sagt, gjort och lovat dina nuvarande och blivande medlemmar.



### **35 % intäktsökning**

Om du ställer dig längs en högtrafikerad väg i stan och räknar de 5 första bilarna som har en passagerare. Så kan jag svära på att 100% av dem sitter och tittar i sin telefon. På vårt kontor sitter säljarna framför sin laptop och jobbar. Men när de ska surfa på nätet i något privat ärende så tar de fram sin telefon. De sitter med andra ord framför en laptop och surfar på mobilen. Vad säger detta dig? Jo att vi alla konsumerar internet med hjälp av våra mobiltelefoner. Jag skäms för att säga det. Men jag har tagit fel på dagen när jag ska hämta min yngsta dotter. Men jag har ALDRIG glömt min mobiltelefon. Telefonen är med oss överallt. Vi lever igenom våra mobiler. Tråkigt kan man tycka. Men det är så det är. Så istället för att klaga så är det bättre att anpassa sig.

Enligt en studie som gjorts av ABI ökar ett Fighting Gym sina intäkter med 35 % när de skaffar sig en mobilapp. Detta händer eftersom medlemmar som har hämtat hem klubbens app kommer att agera enligt följande:

- 45,8 % av de som hade hämtat appen förlänger sitt medlemskap
- 40,4 % av de som hade appen köpte mer av företagets produkter & tjänster
- 35,8 % av de som hade gymmets app berättade om gymmet för sina vänner
- 30,8 % av de som hade appen rekommenderade gymmet till sina vänner genom att använda appens dela funktion

*Källa: ABI research*

Med en mobilapp fångar ni även upp era nya och befintliga medlemmars kontaktuppgifter som automatiskt åker in i din klubbs AR-maskin. Utöver detta kan ni ha flera olika funktioner som hjälper er att öka era intäkter.

- Pushmeddelanden, skicka ut nyheter, erbjudanden, påminnelser om Event etc. Kan schemaläggas och skickas via en dator eller er "Skipper"-app som är en app som ledarna har i mobilen för att styra din klubbs mobilapp.
- Digitalt-staket. Rita enkelt ut ett digitalt staket. Tex. alla som kommer inom en radie på 500 meter från din klubbs lokaler mellan 07:00-09:00 får ett pushmeddelande om att de har fått poäng i sitt lojalitetsprogram.
- GPS-poäng. Varje gång man stiger in i din klubb lokaler plingar det till i mobilen och man får 1 poäng. När man har tränat 300 gånger får man en bonus.
- Lojalitetsprogram varje gång man köper någonting av din klubb får man lite poäng. Dessa poäng kan lösas in mot en bonus när man nått ett visst antal poäng. Eller så kan användaren välja att spara poängen till ett mer attraktivt erbjudande längre fram.
- Mobilshop som kopplas till Paypal. när dina medlemmar kan handla med 1-klick då kommer de att handla mer och oftare

## **Slutord**

Strategin som ni har fått lära er i denna E-bok är samma strategi som jag har använt för att bygga upp min verksamhet (Företagsapp). Detta funkar till 100 % och kostar nästan ingenting. Jag har så många kontaktuppgifter i min AR-maskin att jag inte hinner kontakta dem alla. Den bara växer och växer.

När vi väl har satt upp AR-maskinen och kopplat den till en Facebook annons är jobbet gjort. Man gör ett jobb 1 gång. Sen sköter den sig själv. Ni kan välja att göra allt ni har lärt er i denna E-bok själv eller låta Företagsapp göra det åt er för några ynka 100 lappar per månad.

Komma ihåg att ni behöver inte göra någonting. Det blir inget extra arbete för er om ni låter Företagsapp göra det åt er.