



De toespraak van Richard van Riel werd aandachtig gevolgd, onder andere door Anders Jansen.

VES bijeenkomst: nieuwe kijk op kwaliteit

Exclusiviteit moet voelbaar zijn

Hoe positioneer je een fitnessclub als excellent? Waarmee laat je zien dat service echt toegevoegde waarde biedt? En waar zit 'm dat dan in? Deze vragen zijn voor de VES (Vereniging Exclusieve Sportcentra) altijd actueel. Exclusiviteit moet vanaf het eerste contactmoment voelbaar zijn en vervolgens continu worden waargemaakt. Over dit thema organiseerde VES op 1 oktober 2015 in Expo Houten de bijeenkomst 'Willen excelleren als uitdaging en als noodzaak'. Voor het eerst waren naast eigenaren van VES clubs ook medewerkers aanwezig.

Tekst **Pien Koome**

Na bijna tweehonderd aanmeldingen besloot de VES de bijeenkomst op 1 oktober 2015 te verplaatsen naar Expo Houten zodat er genoeg ruimte was voor de presentaties en iedereen in een prettige ambiance de dag kon doorbrengen. Uit het overweldigende aantal deelnemers bleek ook meteen de actualiteit van het thema 'Willen excelleren als uitdaging en als noodzaak.' VES leden vinden kwaliteit belangrijk, evenals kennisdeling om tot continuering

en verbetering van optimale service te komen. Het was een bewuste keuze om dit keer ook medewerkers van fitnesscentra bij de bijeenkomst te betrekken en ze mee te laten discussiëren over professionalisering van de branche. Instructeurs, marketing & communicatie en baliemedewerkers grepen de uitnodiging om mee te praten met beide handen aan. Hun enthousiasme toonde dat kwaliteitsverbetering niet alleen een zaak is van de ondernemer.

Kwaliteitsplan

Recent heeft de VES een nieuw kwaliteitsplan opgesteld om goede service, aandacht en resultaatgerichte begeleiding opnieuw te definiëren. Yvonne Smits van de VES licht toe: "Een objectieve toetsing van de kwaliteit vindt natuurlijk plaats door de stichting Landelijke Erkenning Regeling Fitness (LERF) in opdracht van de branche. Maar daarnaast wil de VES de werkelijke betekenis van kwaliteit overbrengen op de consument. Exclusiviteit moet voelbaar zijn, eigenlijk al vanaf de eerste aanraking met het sportcentrum." Na een intensief traject onder leiding van bestuurslid Richard van Riel van VES en Anders Jansen van Flow Resulting is een actieplan ontwikkeld dat toetsing, terugkoppeling en coaching omvat van service en dienstverlening bij VES sportcentra. "Dit actieplan is een belangrijk onderdeel geworden van het nieuwe kwaliteitsplan", laat Yvonne Smits weten. Door ons nadrukkelijk te positioneren, willen we actief onze kwaliteitsbelofte vorm en inhoud geven."

Zes van de VES

Het nieuwe kwaliteitsplan wordt samengevat in de zes zekerheden van de VES: wij ontvangen u met een glimlach, wij kennen u als persoon, wij geven u positieve energie, wij stimuleren u om uw doel te behalen, wij bieden u een plezierige, veilige en schone omgeving en u bent welkom bij alle honderd VES sportcentra. Tijdens de bijeenkomst stond bij de seminars van Richard van Riel (VES), Anders Jansen (Flow Resulting) en dr. Paul Bedford (retentie goeroe) excelleren centraal. Elke spreker belichtte het onderwerp vanuit zijn eigen expertise; deelnemers werden bij elk onderdeel uitgenodigd



Paul Bedford belichtte klant-behoud als een gedeelde verantwoordelijkheid van het hele team.

direct te reageren. Richard van Riel is sinds 2002 in de fitnessbranche actief. Hij werkte in verschillende leidinggevende en internationale functies. Momenteel is hij verantwoordelijk voor alle David Lloyd clubs in Nederland. Zijn motto: 'Contact zorgt voor een contract'. Anders Jansen van Flow Resulting adviseert bedrijven op het gebied van loyaliteits- en marketingstrategie en klantbeleving. Zijn bureau voerde ook voor de VES de mystery visits uit. Paul Bedford is gezaghebbend op het vlak van retentie; zijn werk is erop gericht om klanttevredenheid en loyaliteit te verbeteren. Bedford spreekt op alle grote fitnesscongressen in de wereld. Opvallend in zijn betoog was dat de juiste leiding en relatief kleine aanpassingen in het gedrag van medewerkers al een positief effect hebben op de winstgevendheid van

sportcentra. In zijn visie is klantbehoud een gedeelde verantwoordelijkheid van het hele team.

Mystery visits

In de afgelopen maanden bezocht Anders Jansen als mystery guest zestien VES clubs. Tijdens de sessies in Houten werden de uitkomsten besproken. Volgens Jansen is de identiteit van de VES sterk, scoorden veel centra goed op onderdelen, was het nergens honderd procent excellent, dus er is nog aan kwaliteit te winnen. Tijdens de verrassingsbezoeken werd gekeken in hoeverre de servicebelofte werd waargemaakt en op welke manier. Ook klantbeloften en -behoeften kwamen uitgebreid aan bod. Jansen: "De fitnessmarkt is vol. De consument wordt met goedkope abonnementen de sportcentra ingelokt, dus om je te onderscheiden, moeten medewerkers elke dag het verschil maken. Met onder andere een vriendelijke ontvangst bij de balie, goede informatie online, begeleiding op locatie en persoonlijk contact. De klant wil niet anoniem blijven, maar opgemerkt worden. Investeren in klantbeloften betekent vaak hooguit een investering in tijd. Het kost niets om de klant met een glimlach te benaderen."

Excellente service

In het nieuwe kwaliteitsplan gaat de VES structureel de kwaliteit op service en dienstverlening toetsen bij haar clubs via mysterybezoeken en online klanttevredenheidsonderzoeken. De zes zekerheden vormen de nieuwe VES standaard en worden verplicht voor iedere club.

www.ves.nl

