



## Digital Sports Day: de digitale revolutie in de sport voltrekt zich nu

# MAAK VAN JE FAN EEN KLANT, **EN ANDERSOM**

Het is een kwestie van afhaken of aanhaken, dat gevoel van urgentie werd sterk opgeroepen tijdens de eerste Digital Sports Day in België. In het Bosuilstadion van Royal Antwerp FC in Antwerpen kwamen sportmarketeers vanuit de hele sportsector bij elkaar om nieuwe digitale kansen te zien en te omarmen. Ook de fitnesssector was vertegenwoordigd. Life Fitness gaf een presentatie over hun online strategie. Wij vanuit BodyLIFE waren present!

Door Niek Arts, fotografie Digital Sports Day

**D**e sportsector is één van de sectoren waar de digitale ontwikkelingen het snelst gaan. De multiplier hierbij is de opkomst van de smartphone, waarmee steeds meer mogelijk is. De consumptie van sport gebeurt nu 24/7. Vanuit de consument kun je denken aan het altijd beschikbaar hebben van informatie van je favoriete club of het volgen via apps van je eigen sportvoortgang. Als ondernemer kun je je klant - of liever fans - veel directer en specifieker vinden. Als je je erin verdiept, gaat er een nieuwe wereld voor je open!

### Nu of nooit-gevoel

Als sector is het belangrijk om nu echt werk te maken van de digitale mogelijkheden en marketingopties. Anders mis je de boot en doe je er over een aantal jaren niet meer toe. Dit geldt

zowel in de B2B- als in de B2C-markt. Kijk maar eens terug, tien jaar geleden werd de eerste iPhone geïntroduceerd. Wat voor een revolutie heeft dat terweegebracht? We kunnen ons nu niet meer een wereld zonder smartphone voorstellen.

Dit betekent ook dat mensen anders tegen sport en zelf sporten aankijken. De maatschappij wordt in rap tempo individualistischer en we willen sporten wanneer het ons uitkomt. Verder leggen we onze voortgang vast, doen we veel transacties via de smartphone en delen we graag ons sociale leven. De verwachting is dat dit de komende jaren gigantisch blijft groeien. De kansen zijn legio en de sportmarketeer likt zijn vingers af bij alle mogelijkheden die er nu op zijn pad komen. Zo kun je één op één communiceren met je klant en potentiële klant.

### Interessant voor de fitness

Allemaal leuk en aardig natuurlijk: maar wat kan de fitnesssector er precies mee? Om hier als fitnessondernemer meer uit de digitale revolutie te halen, is het belangrijk om je klant echt te leren kennen. Het toverwoord hierbij is data. Data op zich zijn nog niet zo interessant. Het wordt pas echt leuk als je met de data, profielen kunt opbouwen en daarmee direct met je klant (de fan) communiceert.

Je bouwt zo aan een community en biedt als fitnessondernemer echt meerwaarde. Als jij bijvoorbeeld weet dat een lid drie keer per week komt sporten en van boxtraining houdt en daarin ook buiten de gym actief mee is. Maar met de klantprofielen die je opbouwt kun je nog veel meer. Je kunt veel beter de volgende stap van je klant voorspellen en daarop inspelen.

### Life Fitness is present

Vanuit de fitnesssector gaf Life Fitness een presentatie. Als groot internationaal bedrijf hebben zij de omslag gemaakt van verkoper van fitnessapparatuur tot het leveren van service en diensten. Van doorslaggevend belang is dat zij de behoeftes van de klant goed kennen en hiervoor oplossingen op maat leveren. Die behoeftes ontdekken ze veelal online, waarop ze daarna via hun online strategie inspelen. De volgende stap is ook het bereiken van en het communiceren met de instructeurs, trainers en eindgebruikers van de fitnessapparatuur. Zo leren ze de branche nog beter kennen en daarop acteren!