

COLUMN

DE TOP 5 'NIET OP KOMEN DAGERS' EN PAK DIE KANS!

Sporttas gevuld met sportschoenen, een bidon met water en een handdoek. Aangemeld via de app en dus vol goede moed met een sprongetje op de fiets, op weg naar de sportschool. Eindelijk, miljoenen Nederlanders mochten en konden weer!

Allemaal terug naar zoals het was voor de lockdown. Terug naar het oude. Maar laten we eerlijk zijn, de daadwerkelijke opkomst is bij veel clubs nog niet direct op het oude niveau. Sommige leden durven nog niet of zijn nog lekker outdoor aan het bootcampen. Wellicht zijn ze aangesloten bij een hardlooptroep of hebben inmiddels een andere gewoonte aangeleerd, zoals de kook- of wijnclub op dat vaste moment in de week.

Zoals de overheid dacht, denkt en vindt dat een club in één dag na aankondiging toch weer open kan gaan, zo verwachten veel clubs dat hun leden in één dag na 6 maanden lockdown weer snel in het oude patroon en ritme komen te zitten. Het kan allemaal, maar het is feitelijk natuurlijk niet zo.

Hoewel iedereen het fijn vindt om weer te kunnen en mogen sporten, zullen velen van de eerste fanatiekelingen de bekende 4 tot 12 weken dip ervaren. De ervaring leert dat het goed is om leden op dat juiste moment bij de les of club te houden. Bied een extra helpende hand, weet wat er speelt of plan een extra contact of meetmoment in.

Die ene sporter kwam regelmatig langs de balie, maar nu heb je hem of haar al even niet meer gezien. Komt het door het mooie weer? Is er een blessure gaan opspelen of moet de gewoonte opnieuw worden gecreëerd? Vraag ernaar, zodat jij

jouw klanten zo goed mogelijk kunt helpen en daarmee zorgt dat ze terug blijven komen.

Ik zie in de cijfers bij honderden clubs – bij de duizenden afhakers en niet op komen dagers – momenteel veel verschillende toelichtingen met aanknopingspunten om er op in te spelen. De top 5 redenen heb ik hieronder opgesomd, met een manier waarop je actie zou kunnen ondernemen.

1. Op vakantie – Een leuk aanknopingspuntje voor persoonlijk contact met (en aandacht voor) jouw klant. Vraag naar de bestemming of naar iets anders, toon interesse en maak ook alvast de eerste afspraak voor na de vakantie.
2. Blessure – Een mooie kans om jouw klant hulp te bieden en mee te denken. Wellicht hebben jullie een in-house fysiotherapeut waar de klant langs zou kunnen gaan? Of een trainer die juist kan ondersteunen? Is de blessure ernstig? Dan is het leuk om een kaartje te sturen!
3. Ziekte – Stuur eens een bloemetje, kaartje of fruitmand. Dan weet je echt iemand te verrassen. Je kunt de afweziging maken door rekening te houden met hoe lang iemand lid is en hoe duur het lidmaatschap is, maar zelfs een telefoontje of berichtje (wat je niks kost) doet vaak al wonderen voor jouw klantbeleving.
4. Motivatie gebrek – Dit is een veelvoorkomende reden. Vraag of de klant behoefte heeft aan begeleiding, een nieuw trainingsschema, een personal training sessie (mooie upsell mogelijkheid!) of dat hij/zij het leuk zou vinden



om eens een vriend of vriendin mee te nemen (tevens nieuwe lead!). Creëer zo een win-win situatie voor iedereen.

5. Buiten gaan sporten (bootcampen, hardlopen, met anderen etc.) – Tja, dat zijn keuzes, maar het buiten sporten zou best wel eens wat meer blijvend kunnen zijn. Overweeg jouw eigen aanbod hieromtrent. Hier liggen voorlopig nog veel kansen.

De toelichtingen zijn vast herkenbaar en de tips geven je misschien wat inspiratie. Maar eerlijk is eerlijk: iedere fitness ondernemer is meer expert in re-activatie dan dat ik dat ben. Waarschijnlijk beantwoorden jullie de leden dan ook beter, leuker en creatiever.

Het 'niet weten' maakt je volledig stuurloos. Het heropenen van een club zonder doorlopend inzicht in beleving van de leden zie ik dan ook als een vorm van kamikaze. Het voelt als het besturen van een vrachtwagen met een blinddoek voor de ogen. Met geluk gaat het goed, maar geluk is niet voor eeuwig. Retentie was altijd al een uitdaging in de fitnessbranche, maar juist nu is het een nog grotere uitdaging om te zorgen dat leden zich verbonden blijven voelen. Dus durf te vragen naar beleving en gevoel en reageer daarop. Op jouw manier.

Govert Janssen
Customer Excellence
Columnist BodyLIFE