

COLUMN

LAAT DE MASSA SPREKEN OM DE WAANZIN TE BREKEN...

“Vele opstandige corona-ontkenners (Wappies) zorgen voor onrust in ziekenhuizen.” Zo werd het ochtendjournaal geopend. Niet verrast door de boodschap keek ik verder. Het CBS meldde dezelfde ochtend dat onze economie weer op het niveau zit van voor de crisis. Op een enkele sector na, zoals de evenementensector en de horeca, is er niet echt meer iets aan de hand volgens de cijferdeskundigen uit Den Haag.

Dit zette mij toch aan het denken. Twee partijen met een groot podium. Om een boodschap te vertolken waar maar een kleine groep achter staat. Waarom? Omdat de grootste schreeuwers en diegene dicht bij het vuur de meeste aandacht krijgen. **De zwijgende menigte lijkt niet aanwezig.**

Ongeveer 99,9% van de Nederlanders weet echter beter. De echte waarheid ligt in het midden. Niet bij de extreme standpunten. Corona bestaat zeker wel als gevaarlijk virus en de economie is echt nog niet op het oude niveau. De schreeuwers en spelers dicht op de bal zijn overal. Zo ook in de fitnesswereld. Ze manifesteren zich echter in andere vorm en via andere media. Denk hierbij bijvoorbeeld aan online reviews.

Lees jij wel eens reviews over een sportclub waar jij je vraagtekens bij zet? Ik wel.

Twee extreme voorbeelden:

Dat ene boze oud-lid van een club die als lid al 6 keer onterecht had gestorneerd weet zonder enige terughoudendheid te melden dat die “Verrekte *****-club zich niet aan de afspraken houdt en PURE OP-LICHTERS zijn!!!!!!!!!!” Ik noem dit dan ook maar een typische Wappie-review.

Of het te mooie verhaal onder regie van een marketeer uitgeschreven. Waarmee een willekeurige Truus met haar 108 kilo, die bij deze schone centraal gelegen club met lieve medewerkers (soms zelfs collega's genoemd) echt 24/7 steun ervaart en in 6 weken ook al 28 kilo is afgevallen. Zij weet te vertellen dat ook jij dit moet doen. Er zijn nog maar 3 plaatsen beschikbaar! Zie dit maar als een CBS-regie-review.

Beide extreme reviews zijn natuurlijk niet oprecht noch waar. Maar ze dragen wel bij aan de beeldvorming. Sommigen potentiële leden laten zich er door leiden. Terwijl anderen duidelijk zien dat dit allemaal niet echt waar kan zijn. Schadelijk zijn deze extreme verhalen in ieder geval eigenlijk altijd.

Deze zomer en dit najaar vragen steeds meer fitnessclubs doorlopend ervaringen bij leden uit. De verhalen van echte klanten worden vervolgens gepubliceerd op Internet, via narrowcasting of zelfs in customized apps. Door leden, voor leden.



Feedback4Sports heeft tijdens de Coronasluiting een mooie klantverhalentool uitgewerkt. Deze echte verhalen worden inmiddels geïntegreerd en gepubliceerd op steeds meer plaatsen zoals websites van clubs, op vergelijkingssite newgym, in de apps van Technogym en op schermen van Fitscreens.

Laat de Wappies en het CBS maar kletsen en geef vooral de doorgaans stille meerderheid een stem. Als sportclubs deze informatie ook nog gebruiken als echte feedback om van te leren en te verbeteren, dan gaat de sector een mooie tijd tegemoet.

Govert Janssen
Customer Excellence
Columnist BodyLIFE

