



Klant weg? Eigen schuld!

Als ik een willekeurige ondernemer die in een andere branche dan de fitnessbranche vraag wat ze zouden doen als ze per jaar 30-40% van hun klanten zouden verliezen, is het zeer waarschijnlijk dat ik het antwoord krijg: “dan zou ik mij ernstig afvragen wat ik verkeerd doe...”. In de fitnessbranche lijkt het wel of we dit soort verloop inmiddels geaccepteerd hebben. Zelfs denken dat dit “normaal” is. “Het ligt aan de discipline van de klant. Ze hebben de ruggegraat van een inktvis”, zo hoor ik wel zeggen. Maar juist daar komt een belangrijke taak van onze branche naar voren. Een deel van mensen met een gezondheids- of fitheidsdoel nemen hun toevlucht tot een “verhuurder van fitnessfaciliteiten”. Maar elke klant die zich meldt bij een dienstverlener mag verwachten dat hij of zij ECHT geholpen wordt. En als je toch iemand echt helpt, hoe groot is dan de kans dat diegene je al snel weer de rug toe keert?

Retentie, fluctuatie, klantverloop, uitstroom. Verschillende termen die allemaal om hetzelfde aspect gaan; in welke mate bent u als organisatie in staat uw klanten te binden.

EEN (TE) HOGE UITSTROOM IS EEN KEUZE

Ik kom bij veel fitnessclubs en de fluctuatie bij mijn klanten varieert van 8,3% tot 65%. De hoogte van de score is soms een bewuste keuze. Bied je een oplossing aan je klanten waar een duidelijk eind aan zit, dan is het logisch dat veel klanten na het aflopen van het proces uitstromen. Kies je voor een aanpak die bijvoorbeeld gericht is op langdurige begeleiding, dan zal de uitstroom laag zijn. Mijn stelling is dat de hoogte van je uitstroom grotendeels bepaald wordt door de keuzes die je als fitnessondernemer maakt en het proces dat je daar-

toe inricht. Is je uitstroom dus te hoog, dan moet je je afvragen of je keuze of het proces dat je ingericht hebt, wel in orde zijn.

BEDRIJFSMATIG BELANG

Het belang voor een fitnessonderneming om klanten voor lange tijd aan zich te binden is evident. Een lage uitstroom betekent immers minder druk op de instroom, een betere kans om te groeien en een



René Wantzing is eigenaar van Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning. Met zijn bedrijf helpt hij fitnessondernemers om de maximale winst uit hun activiteiten te halen. Enerzijds door het ontwikkelen van nieuwe activiteiten, anderzijds door het verbeteren van de strategie en de organisatie.

positief imago in de markt. Dat resulteert weer in de mogelijkheid om een reële prijs te vragen voor de aangeboden diensten wat weer resulteert in een gezonde exploitatie, lees: optimale winst. Alle reden - zo lijkt me - om er als fitnessonderneming in het midden- en hoge segment alles aan te doen om ervoor te zorgen dat de klant goed geholpen wordt en het gewenste resultaat krijgt.

RESULTAAT

Heel kort door de bocht betekent het resultaat voor uw klant dat het gewenste doel behaald wordt. Maar net zo belangrijk is de manier waarop dit gebeurt. Zeker als de stappen die gemaakt worden niet zo groot zijn als de klant graag zou willen. Het draait om structuur en vertrouwen. Structuur betekent feitelijk dat u een doordacht plan heeft om uw klant naar het doel te helpen. Die structuur in combinatie met uw vakmanschap en het vermogen een voor uw klant prettige sfeer te creëren zorgen voor het vertrouwen dat nodig is om doelen te bereiken. En zolang uw klant dat vertrouwen heeft, zal hij u niet snel verlaten!

De markt voor fitnessondernemingen is grofweg onder te verdelen in 3 groepen; de sporters, mensen die af willen slanken en mensen die fitter willen worden. Op welk doel mensen instappen bij een fitnesscentrum varieert uiteraard, maar voor alle doelgroepen geldt dat ze resultaat willen. OOK de sporters, vergeet dat niet. Als de fitnessonderneming dat resultaat levert en de klant is blij met de gemaakte vorderingen, gaat een zo groot deel van de klanten dan evengoed nog zo snel weer bij u weg? Kortom, het resultaat telt!

EEN BEETJE UITSTROOM IS GOED...

Iedereen heeft in enige mate behoefte aan vernieuwing. Dat geldt voor uw klant, dat geldt voor u en dat geldt voor uw medewerkers. Als het zo zou zijn dat u dag in dag uit, jaar in jaar uit, dezelfde mensen in uw omgeving hebt dan leidt dat waarschijnlijk tot verslapping en verveling. Vanuit dat oogpunt is het dus goed om regelmatig nieuwe mensen over de vloer te krijgen. En kent u het gezegde: "sommige klanten wens je je concurrent." Het is dus goed om een bepaald verloop in je klantenkring te hebben. Ook als je bepaalde strategische veranderingen door wil voeren is het handig als er verloop plaatsvindt. Denk bijvoorbeeld aan het invoeren van een nieuwe prijsstrategie. Bij bestaande leden kun je slechts mondjesmaat prijzen van bestaande diensten gaan verhogen. Nieuwe leden kun je aanbieden wat en hoe jij dat wilt. Kortom, een bepaalde mate van klantverloop heeft ook grote voordelen.

EXIT STRATEGIE

Net zo belangrijk als een intake, is de exit. Zo vaak zie ik nog dat klanten kunnen opzeggen bij de balie. Formuliertje invullen, handtekening zetten, bedankt en tot ziens. Makkelijk en geen moeilijk gesprek. Maar bovenal een gemiste kans. Een gemiste kans omdat u de klant misschien toch nog vast weet te houden, maar zeker ook een gemiste kans op waardevolle informatie. Denk dus na over uw exit-strategie. Wie kan dit op een goede manier doen en wat gaat u vragen. Wat is de insteek van uw gesprek en wat uw intentie?

DE OPLOSSING

Is de uitstroom van leden in uw centrum meer dan 20%, ga dan bij uzelf te rade. Is de uitstroom een bewuste keuze of overkomt het u? Brengt u uw klanten wel het gewenste resultaat? Heeft u de juiste middelen in huis om hen te helpen? Vraag u af of het proces waarmee u uw klanten naar hun doel helpt wel klopt. Zorg ervoor dat uw klanten u waardevolle informatie geven. En pas vervolgens het proces en de presentatie van het proces aan en manage daarmee de verwachtingen van uw klant waarbij u er altijd voor zorgt dat u meer levert dan u belooft!

TOT SLOT

Uitstroom is een keuze. UW keuze. Dit jaar kan een topjaar worden. De eerste van vele. Maak de volgende stap met uw onderneming. Ongeacht waar u nu staat!

Wilt u eens sparren over uw mogelijkheden of wilt u reageren op dit artikel? Mail dan naar rwantzing@mndst.nl of bel 0646232385.

René Wantzing

Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning.

MINDSET Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning
De zorg en voor dat u meer geld verdient