



Succesverhaal

De klantgerichte strategie van Urban Gym Group voor steeds loyaler ledenbestand



+31 85 130 17 00
support@insocial.nl
www.insocial.nl

Met Insocial zorgt Urban Gym Group voor loyalere leden

Over Urban Gym Group

Urban Gym Group is de koploper in het creëren van innovatieve gezondheids- en welzijnsconcepten. Onder Urban Gym Group vallen de concepten TrainMore, Clubsportive, BTY CLB en Renaissance. Hun gyms blijven grenzen verleggen, zodat de leden van hun community het maximale uit zichzelf kunnen halen. Ondanks dat het voor gyms vaak een flinke uitdaging is om leden vast te houden, hebben zij een loyaal ledenbestand weten op te bouwen. Hun extreme focus op de behoefte van hun leden speelt daarin een grote rol. Met Insocial zette Urban Gym Group de volgende stap in hun klantgerichtheid.



Urban Gym Group miste inzicht in wat leden écht dachten

Zo'n 2,5 jaar geleden startte Urban Gym Group met Insocial. Daarvoor hadden ze geen gestructureerde manier om feedback bij hun leden op te halen. Rilla Kitola, Product Owner bij Urban Gym Group vertelt: "We spraken onze leden natuurlijk wel in de gym, maar dat geeft maar beperkt inzicht. Je kunt je strategische beslissingen niet nemen op basis van de meningen van een handvol leden. We hadden een manier nodig om feedback op te halen bij een veel groter deel van onze leden."

Rilla benadrukt dat dit in de fitnessindustrie nog belangrijker is dan in andere industrieën: "Gyms hebben vaak een hele hoge churn rate. Bij veel gyms zeggen leden hun abonnement standaard bij het eerst mogelijke moment op. Wij hebben opvallend loyale leden en dat willen we graag zo houden. Daarom is het cruciaal dat we weten wat er bij onze leden speelt."



"Wij hebben opvallend loyale leden en dat willen we graag zo houden. Daarom is het cruciaal dat we weten wat er bij onze leden speelt."

- Rilla Kitola, Product Owner - Urban Gym Group

Inmiddels staat er een succesvol feedbackproces

Inmiddels heeft Urban Gym Group een succesvol feedbackproces geïmplementeerd, met behulp van Insocial. Dit deden ze in 3 stappen:

Stap 1: de NPS-enquête

Elk half jaar stuurt Urban Gym Group een NPS-enquête (Net Promotor Score) uit naar alle leden. Dat doen ze per gym, zodat ze alle locaties goed met elkaar kunnen vergelijken. In deze enquête stellen ze algemene vragen. Onder andere over de gastvrijheid, de muziek, de hygiëne en de apparaten.

Stap 2: verdiepende enquêtes

Op basis van de uitkomsten van de NPS-enquête heeft Urban Gym Group verschillende verdiepende enquêtes opgesteld. Die versturen ze op basis van triggers.

Na het eerste bezoek van een lid wordt een enquête verstuurd om de netheid van de gym te beoordelen. "De hygiëne van onze gym is heel belangrijk. Daarom willen we direct na het eerste bezoek weten of dit op orde was", legt Rilla uit. Zodra leden 90 dagen lid zijn, stuurt Urban Gym Group een enquête om de gastvrijheid te beoordelen. "We wachten daar bewust even mee, zodat leden eerst tijd hebben gehad om de gym en het personeel te leren kennen."

Door deze enquêtes krijgt Urban Gym Group een diepgaander inzicht in wat leden denken. Bovendien is het erg fijn dat deze feedback het hele jaar door binnenkomt. Zo kunnen ze snel ingrijpen als de tevredenheid over een van deze onderdelen daalt.



Stap 3: een unieke feedbackstrategie

Inmiddels heeft Urban Gym Group bij de hoofdlocatie van TrainMore een unieke feedbackstrategie uitgerold. In hun speciale 'Innovation Zone' test TrainMore continu nieuwe fitnessapparatuur.

Leden kunnen deze apparatuur uitproberen en direct feedback geven via QR-codes op de apparaten. Met behulp van deze feedback bepaalt TrainMore welke apparatuur ze op grotere schaal gaan implementeren. "Blijken mensen de apparaten niet fijn te vinden? Dan komen ze niet in onze gyms. Soms hebben leden wel een goed gevoel over een apparaat, maar weten ze niet hoe ze hem moeten gebruiken. Dan maken we content om hen te helpen", vertelt Rilla. Op deze manier zorgt TrainMore ervoor dat ze op dit gebied altijd voorop blijven lopen.

De belangrijkste resultaten tot nu toe

Verbeterde muziekervaring

Een van de eerste resultaten van de samenwerking met Insocial was een verbetering in de muziekervaring in de gyms. "Uit een van de eerste NPS-enquêtes bleek dat leden niet tevreden waren over de muziek in onze gyms, terwijl dat wel een van onze USP's is", vertelt Rilla. "Daar besloten we wat aan te doen." Uit verder onderzoek bleek dat de muziekvoorkeuren sterk varieerden tussen de verschillende vestigingen. "Elke gym heeft zijn eigen unieke persoonlijkheid en ledenbestand", legt Rilla uit. "Wat werkt in de ene gym, werkt niet altijd in een andere."

Om deze uitdaging aan te pakken, werkte Urban Gym Group samen met een muziekbureau. Samen ontwikkelden ze afspeellijsten die afgestemd zijn op verschillende gym-omgevingen. Club managers kunnen zelf bepalen wanneer ze welke afspeellijst afspelen. Zij kennen hun leden het beste. Rilla is enthousiast over het resultaat: "Inmiddels krijgen we weer positieve feedback over de muziek."

Verhoogde focus op gastvrijheid

Een ander belangrijk resultaat is een verhoogde focus op gastvrijheid. Uit de NPS-enquêtes van Urban Gym Group bleek dat de gastvrijheid per gym verschillend beoordeeld werd. Daarom besloten ze dit beter te gaan monitoren. In een verdiepende enquête vragen ze bijvoorbeeld: 'Werd je vandaag begroet in de gym?' en 'Hoe behulpzaam is ons personeel op een schaal van één tot tien?'

Rilla legt uit wat ze vervolgens doen met de resultaten: "We weten door onze enquêtes welke gyms uitblinken in gastvrijheid. We laten hen de andere gyms trainen, zodat de gastvrijheid in al onze gyms 'top of the industry' is."



We weten door onze enquêtes welke gyms uitblinken in gastvrijheid. We laten hen de andere gyms trainen, zodat de gastvrijheid in al onze gyms 'top of the industry' is.

- Rilla Kitola, Product Owner - Urban Gym Group

Een tip voor andere gyms

Wil jij klantfeedback gaan verzamelen? Dan heeft Rilla een belangrijke tip: "Je leden moeten de vragen die je stelt sturen. Vraag dus eerst om algemene feedback. Door die feedback te analyseren zie je al snel wat je leden belangrijk vinden en wat ze bezighoudt. Daar wil je vervolgens op doorvragen met specifiekere enquêtes. Op die manier krijg je de meest waardevolle input."

"Insocial helpt ons om steeds nieuwe stappen te blijven zetten"

De samenwerking met Insocial bevalt Urban Gym Group erg goed. Rilla benadrukt vooral de ondersteuning en proactieve houding van Insocial. "Insocial helpt ons om steeds nieuwe stappen te blijven zetten. Elke twee weken hebben we een meeting met onze accountmanager, zodat we gestructureerd naar onze leden blijven luisteren en de focus niet verliezen."

De next steps

Urban Gym Group blijft zoeken naar nieuwe manieren om ledenfeedback effectief te gebruiken. "Zonder onze leden hebben we geen bedrijf", benadrukt Rilla. "Het is essentieel voor ons succes om goed naar hen te blijven luisteren. We hebben al veel bereikt, maar er is altijd ruimte voor verbetering. Daar gaan we de komende tijd mee aan de slag."

Wil jij ook beginnen met het meten van je Brand Experience?

Dankzij de software van Insocial heeft Urban Gym Group inzicht verkregen in de klanttevredenheid en deze naar een hoger niveau kunnen tillen. Daarnaast heeft Urban Gym Group verbeterlagen kunnen maken aan de hand van feedback waardoor ze steeds klantgerichter te werk kunnen gaan.

Wil je net als Urban Gym Group ook inzicht krijgen in de klanttevredenheid en meer succes behalen met jouw organisatie? Vraag dan een gratis demo aan en ontdek de mogelijkheden met onze experts!



Met Insocial meet je elk interactiemoment tussen jouw organisatie en je (potentiële) klant en medewerker, verkrijg je actionable insights waar je echt mee kunt verbeteren en laat je Customer- en Employee Experience leven binnen jouw



Meer weten?

In onze gratis demo vertellen we je precies hoe onze feedback oplossingen werken en hoe je dit kunt toepassen op jouw organisatie! De demo is helemaal vrijblijvend.

Je zit dus nergens aan vast!

Vraag een demo aan



+31 85 130 17 00
support@insocial.nl
www.insocial.nl