Adviesrapport My Health Club

mYHEALTHCLUB | ZAAILAND

Wensen en behoeften analyse zaailand

tHIALDA DE BOER, ALMER HIETKAMP, MARIT HULLEN, DAVID MEIJER

2015

# Voorwoord

Voor u ligt het wensen en behoefte onderzoek over My HealthClub Zaailand. Vier studenten van het Hanze Instituut voor Sportstudies hebben door middel van een enquête de wensen en behoeften van de klanten van My HealthClub Zaailand gemeten. Op de drukste momenten qua bezoek werd er met laptoppen bij de ingang geënquêteerd. De studenten benaderden de klanten op een beleefde wijze of zij mee wilden doen aan een wensen en behoeften onderzoek.

Wij willen al het personeel bedanken voor de hulp die zij geleverd hebben bij het onderzoek.

We hopen dat doormiddel van dit onderzoek de club nog beter kan functioneren!

Met vriendelijke groet,

Almer Hietkamp

Marit Hullen

David Meijer

Thialda de Boer

# Inhoudsopgave

[Voorwoord 1](#_Toc422218727)

[Inhoudsopgave 2](#_Toc422218728)

[Algemene gegevens 3](#_Toc422218729)

[Wat voor soort abonnement heeft u? 4](#_Toc422218730)

[Van welke locatie in Leeuwarden maakt u het meeste gebruik? 5](#_Toc422218731)

[Rapportcijfers: 6](#_Toc422218732)

[Algemene indruk 6](#_Toc422218733)

[Binnenkomst in sportcentrum 7](#_Toc422218734)

[Ontvangst aan de balie 8](#_Toc422218735)

[Kleedkamers (douches) 9](#_Toc422218736)

[Klantvriendelijkheid 10](#_Toc422218737)

[Aanbod lessen 11](#_Toc422218738)

[Aanbod apparatuur 12](#_Toc422218739)

[Hygiëne 13](#_Toc422218740)

[Communicatie 14](#_Toc422218741)

[Prijs/kwaliteit verhouding 15](#_Toc422218742)

[Begeleiding/lesgeven 16](#_Toc422218743)

[Sfeer 17](#_Toc422218744)

[Aanbod dranken 18](#_Toc422218745)

[Aanbod zonnebanken 19](#_Toc422218746)

[Totaalcijfer MyHealthclub 20](#_Toc422218747)

[Volgt u onze social media? 22](#_Toc422218748)

[Leest u elke maand de nieuwsbrief? 23](#_Toc422218749)

[Bent u bekend met de abonnementen en werking van onderstaande producten? 24](#_Toc422218750)

[Hoe waarschijnlijk is het dat u MyHealthclub zou aanbevelen aan een vriend of collega? 25](#_Toc422218751)

[Wat zou volgens u kunnen worden veranderd binnen MyHealthclub? 26](#_Toc422218752)

[Conclusie 27](#_Toc422218753)

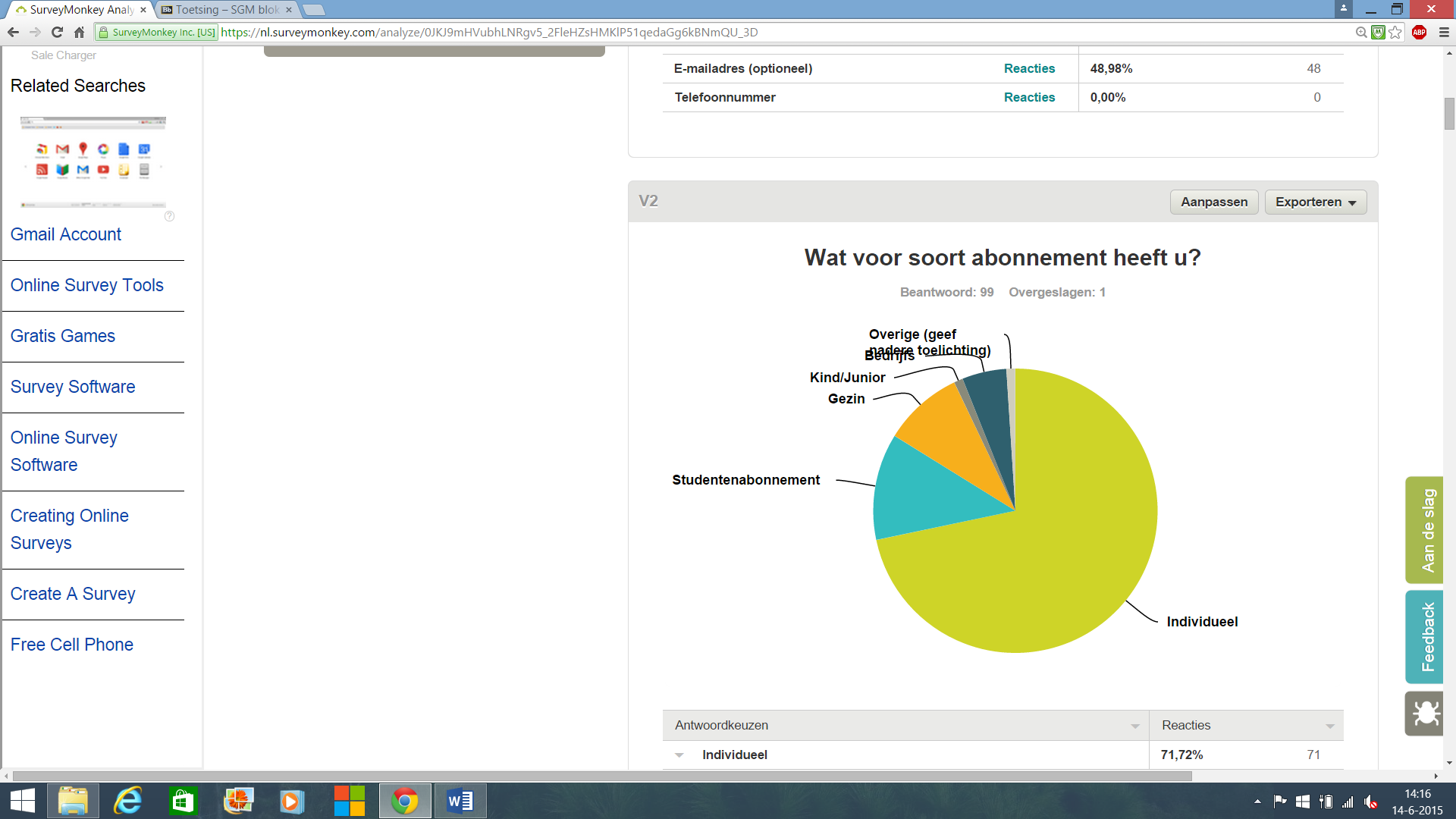
# Algemene gegevens

* **Beantwoord: 293**
* **Overgeslagen: 3**

|  |  |
| --- | --- |
| Antwoordkeuzen– | Reacties– |
| [Reacties](https://nl.surveymonkey.com/analyze/0JKJ9mHVubhLNRgv5_2FleHZsHMKlP51qedaGg6kBNmQU_3D)  Naam (optioneel) | **70,41%** |
| [Reacties](https://nl.surveymonkey.com/analyze/0JKJ9mHVubhLNRgv5_2FleHZsHMKlP51qedaGg6kBNmQU_3D)  Geslacht | **100,00%** |
| [Reacties](https://nl.surveymonkey.com/analyze/0JKJ9mHVubhLNRgv5_2FleHZsHMKlP51qedaGg6kBNmQU_3D)  Leeftijd | **100,00%** |
| [Reacties](https://nl.surveymonkey.com/analyze/0JKJ9mHVubhLNRgv5_2FleHZsHMKlP51qedaGg6kBNmQU_3D)  Plaats | **95,92%** |
| [Reacties](https://nl.surveymonkey.com/analyze/0JKJ9mHVubhLNRgv5_2FleHZsHMKlP51qedaGg6kBNmQU_3D)  E-mailadres (optioneel) | **48,98%** |

# Wat voor soort abonnement heeft u?

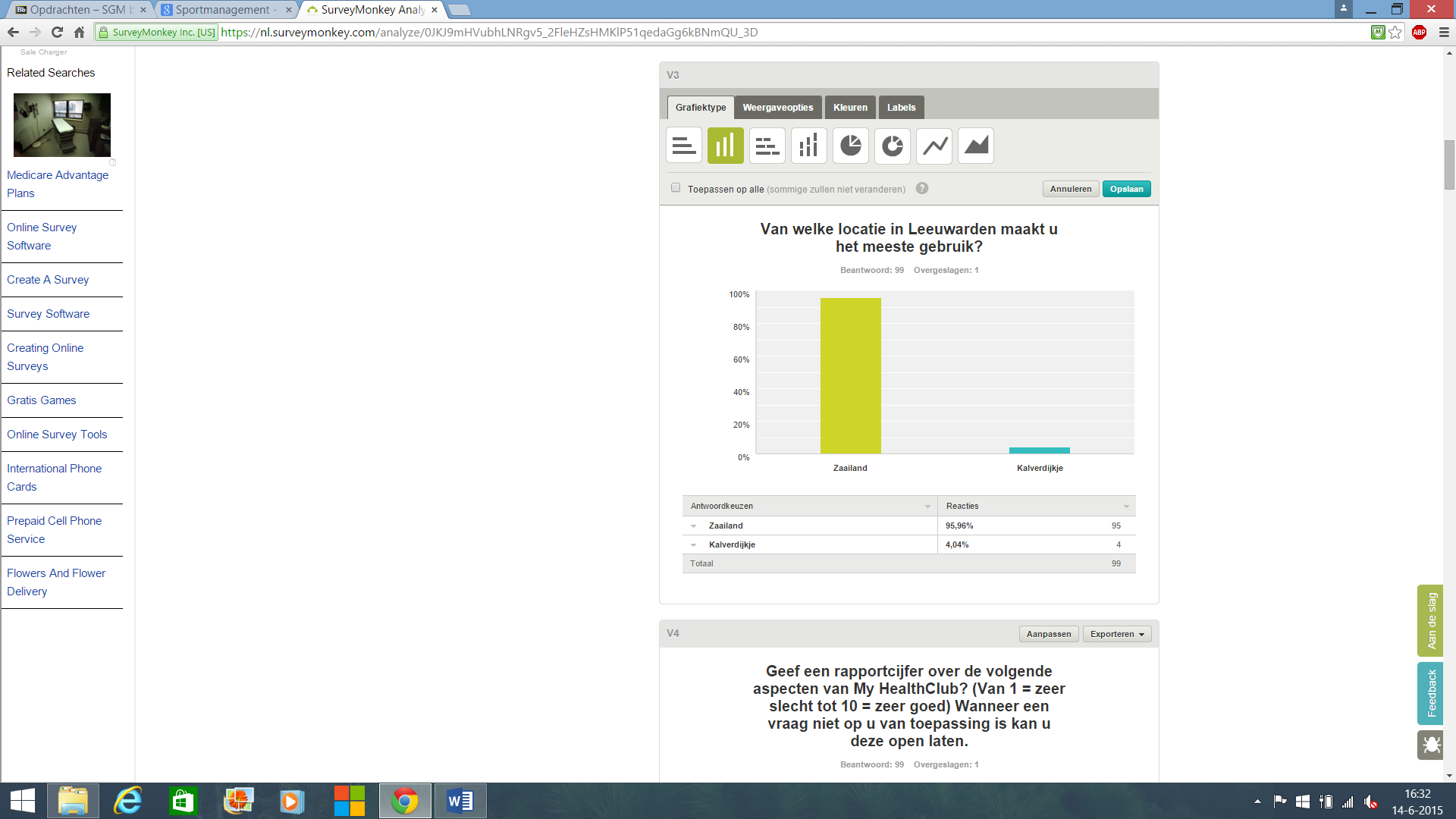
* **Beantwoord: 293**
* **Overgeslagen: 3**



|  |  |
| --- | --- |
| Antwoordkeuzen– | Reacties– |
| –  Individueel | **71,72%** |
| –  Studentenabonnement | **12,12%** |
| –  Gezin | **9,09%** |
| –  Kind/Junior | **1,01%** |
| –  Bedrijfs | **5,05%** |
| –  [Reacties](https://nl.surveymonkey.com/analyze/0JKJ9mHVubhLNRgv5_2FleHZsHMKlP51qedaGg6kBNmQU_3D)  Overige (geef nadere toelichting) | **1,01%** |
| Totaal | 290 |

# Van welke locatie in Leeuwarden maakt u het meeste gebruik?

* **Beantwoord: 293**
* **Overgeslagen: 2**



|  |  |
| --- | --- |
| Antwoordkeuzen– | Reacties– |
| –  Zaailand | **95,96%** |
| –  Kalverdijkje | **4,04%** |
| Totaal | 291 |

# Rapportcijfers:

* **Beantwoord: 293**
* **Overgeslagen: 3**

# Algemene indruk

# Binnenkomst in sportcentrum

# Ontvangst aan de balie

# Kleedkamers (douches)

# Klantvriendelijkheid

# Aanbod lessen

# Aanbod apparatuur

# Hygiëne

# Communicatie

# Prijs/kwaliteit verhouding

# Begeleiding/lesgeven

# Sfeer

# Aanbod dranken

# Aanbod zonnebanken

# Totaalcijfer MyHealthclub

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Antwoordkeuzes | 1– | 2– | 3– | 4– | 5– | 6– | 7– | 8– | 9– | 10– |
| –  Algemene indruk | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **1,02%** | **4,08%** | **4,08%** | **36,73%** | **38,78%** | **15,31%** | **0,00%** |
| –  Binnenkomst in sportcentrum | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **3,03%** | **5,05%** | **14,14%** | **25,25%** | **39,39%** | **12,12%** | **2,02%** |
| –  Ontvangst aan de balie | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **1,03%** | **1,03%** | **15,46%** | **43,30%** | **28,87%** | **10,31%** |
| –  Kleedkamers (douche) | **18,18%** | **11,11%** | **5,05%** | **11,11%** | **12,12%** | **9,09%** | **19,19%** | **8,08%** | **6,06%** | **3,03%** |
| –  Klantvriendelijkheid | **0,00%** | **1,04%** | **0,00%** | **0,00%** | **1,04%** | **2,08%** | **16,67%** | **41,67%** | **26,04%** | **12,50%** |
| –  Aanbod lessen | **1,06%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **3,19%** | **6,38%** | **28,72%** | **47,87%** | **10,64%** | **2,13%** |
| –  Aanbod apparatuur | **0,00%** | **2,11%** | **0,00%** | **1,05%** | **2,11%** | **8,42%** | **28,42%** | **40,00%** | **13,68%** | **5,26%** |
| –  Hygiëne | **6,06%** | **6,06%** | **9,09%** | **8,08%** | **15,15%** | **14,14%** | **21,21%** | **11,11%** | **8,08%** | **1,01%** |
| –  Communicatie | **1,02%** | **0,00%** | **1,02%** | **1,02%** | **3,06%** | **12,24%** | **30,61%** | **30,61%** | **15,31%** | **6,12%** |
| –  Prijs-kwalitieitverhouding | **1,01%** | **2,02%** | **1,01%** | **2,02%** | **16,16%** | **22,22%** | **25,25%** | **25,25%** | **6,06%** | **1,01%** |
| –  Begeleiding/lesgeven | **0,00%** | **1,05%** | **1,05%** | **1,05%** | **3,16%** | **11,58%** | **32,63%** | **29,47%** | **15,79%** | **4,21%** |
| –  Sfeer | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **2,06%** | **2,06%** | **22,68%** | **45,36%** | **20,62%** | **8,25%** |
| –  Aanbod dranken | **0,00%** | **0,00%** | **1,18%** | **4,71%** | **9,41%** | **10,59%** | **30,59%** | **28,24%** | **12,94%** | **3,53%** |
| –  Aanbod zonnebanken | **1,37%** | **0,00%** | **0,00%** | **1,37%** | **5,48%** | **10,96%** | **28,77%** | **38,36%** | **10,96%** | **2,74%** |
| –  Totaal cijfer My HealthClub | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **1,04%** | **5,21%** | **7,29%** | **35,42%** | **38,54%** | **11,46%** | **2,08%** |

# Volgt u onze social media?

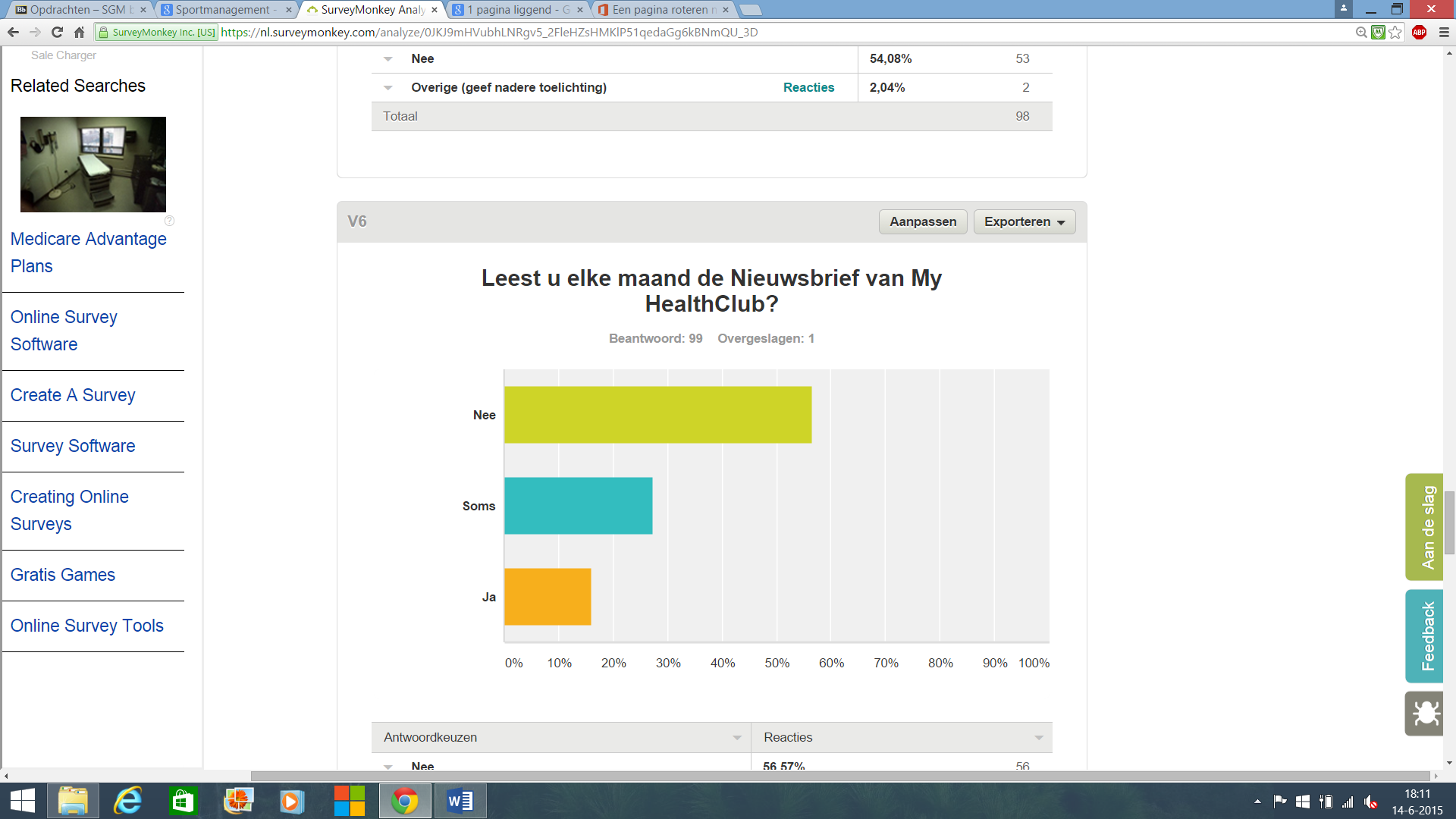
* **Beantwoord: 293**
* **Overgeslagen: 3**



|  |  |
| --- | --- |
| Antwoordkeuzen– | Reacties– |
| –  Ja | **43,88%** |
| –  Nee | **54,08%** |
| –  [Reacties](https://nl.surveymonkey.com/analyze/0JKJ9mHVubhLNRgv5_2FleHZsHMKlP51qedaGg6kBNmQU_3D)  Overige (geef nadere toelichting)  (APP MYHEALTHCLUB) | **2,04%** |

# Leest u elke maand de nieuwsbrief?

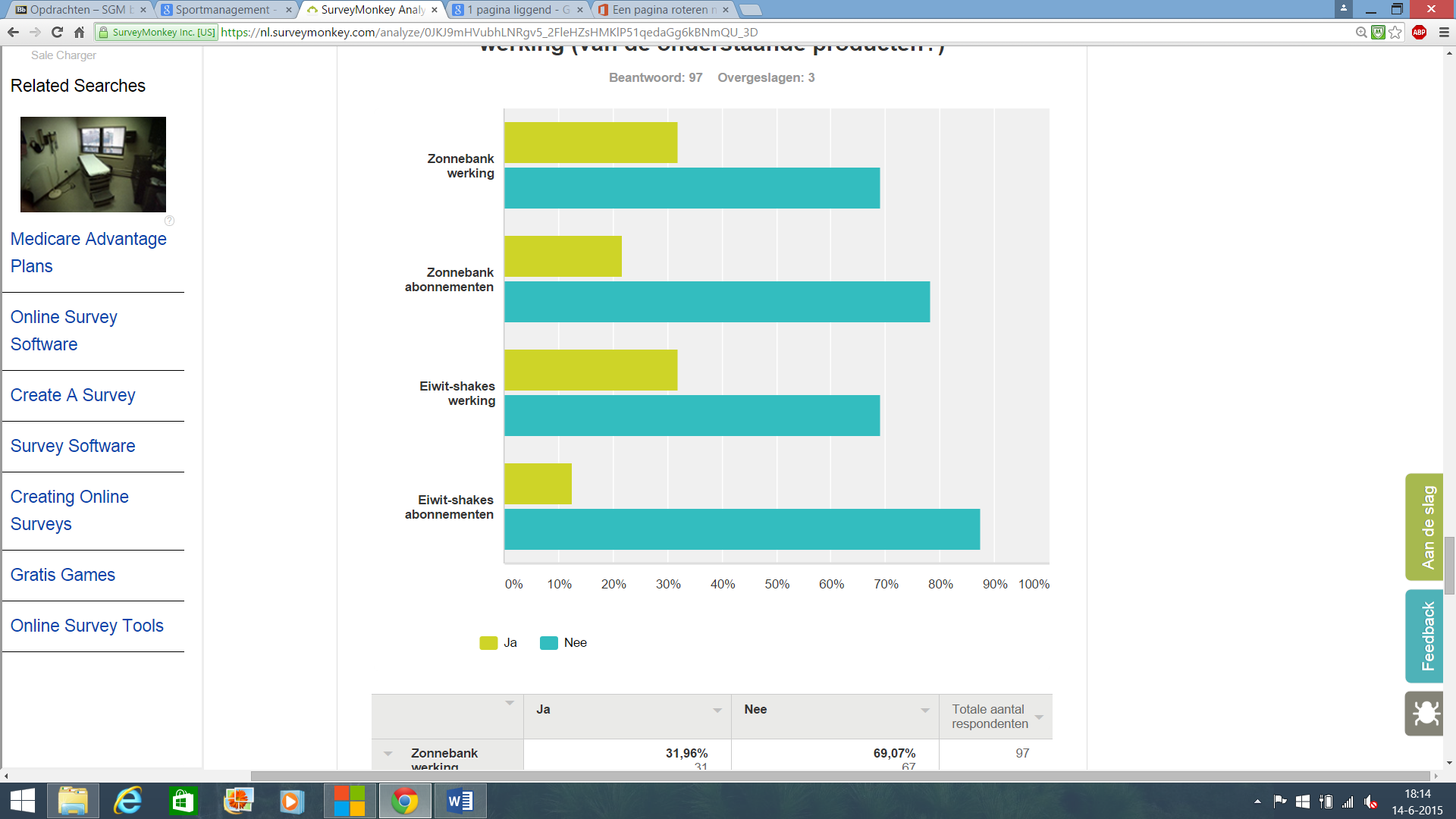
* **Beantwoord: 293**
* **Overgeslagen: 2**



|  |  |
| --- | --- |
| Antwoordkeuzen– | Reacties– |
| –  Nee | **56,57%** |
| –  Soms | **27,27%** |
| –  Ja | **16,16%** |

# Bent u bekend met de abonnementen en werking van onderstaande producten?

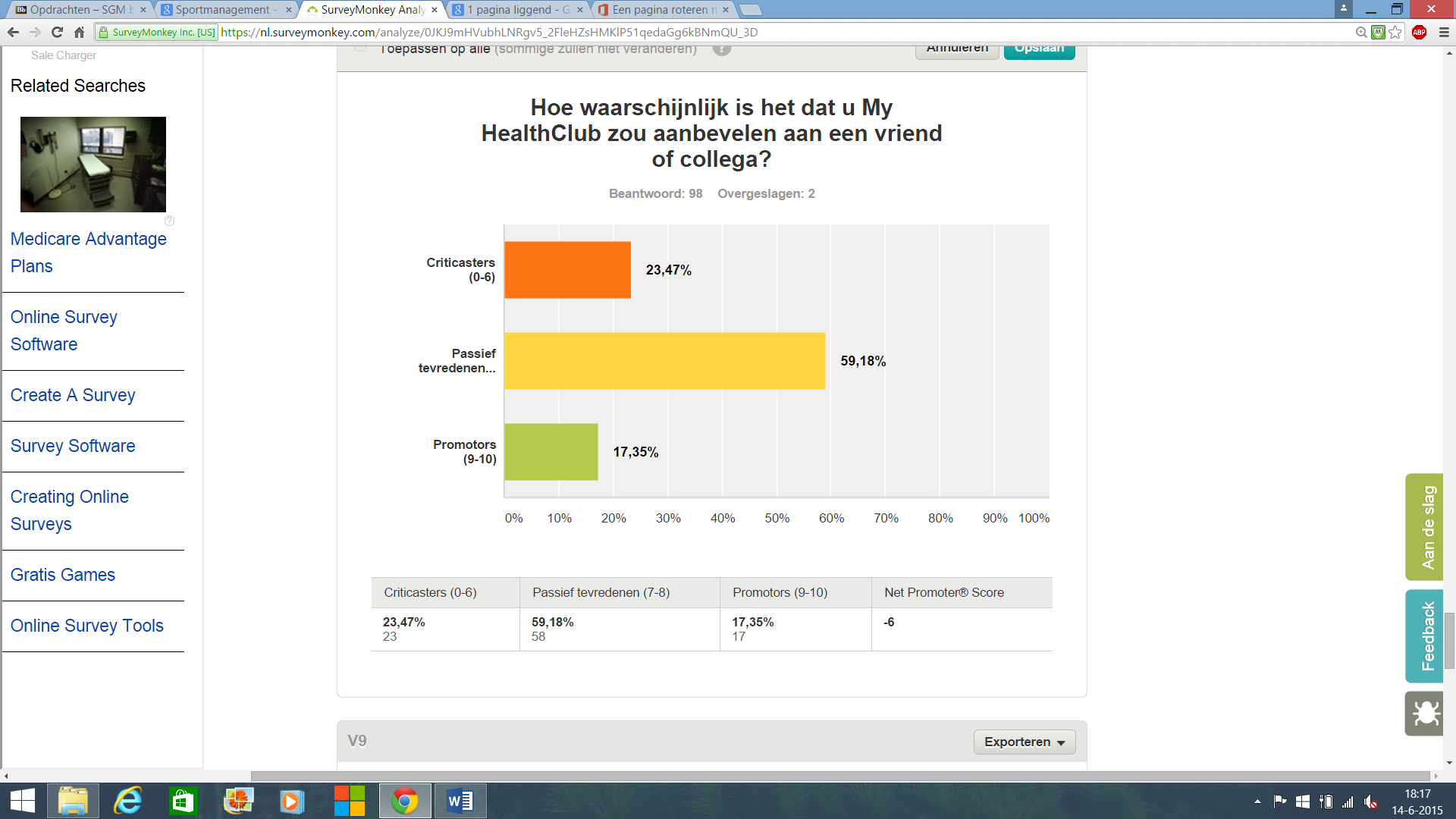
* **Beantwoord: 293**
* **Overgeslagen: 3**



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| – | Ja– | Nee– |
| –  Zonnebank werking | **31,96%** | **69,07%** |
| –  Zonnebank abonnementen | **21,65%** | **78,35%** |
| –  Eiwit-shakes werking | **31,96%** | **69,07%** |
| –  Eiwit-shakes abonnementen | **12,50%** | **87,50%** |

# Hoe waarschijnlijk is het dat u MyHealthclub zou aanbevelen aan een vriend of collega?

* **Beantwoord: 293**
* **Overgeslagen: 3**



|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Criticasters (0-6) | Passief tevredenen (7-8) | Promotors (9-10) | Net Promoter Score |
| 23,47% | **59,18%** | **17,35%** | **-6** |

# Wat zou volgens u kunnen worden veranderd binnen MyHealthclub?

* **Beantwoord: 293**
* **Overgeslagen: 34**

**N.B. Bij deze laatste vraag zijn de meest genoemde antwoorden opgenomen in het adviesrapport.**

|  |  |
| --- | --- |
| Antwoordkeuzen– | Reacties– |
| –  Douches | **68%** |
| –  Hygiëne overall | **15%** |
| –  Verbouwing doorzetten | **0,8%** |
| –  Prijs omlaag | **0,3%** |
| –  Overig | **0,6%** |

# Conclusie

**Over alle vragen wordt een korte conclusie en een stukje advies gegeven.**

*Wat voor abonnement heeft u?*

Op deze vraag heeft 1% gereageerd dat ze een kind/junior abonnement hebben, en 5% heeft een bedrijfsfitness abonnement. Hoewel MyHealthclub dus veel organiseert voor kinderen, zijn er weinig kinderen met zo’n abonnement, hier liggen kansen. Ook is er een laag percentage wat een bedrijfsfitness abonnement heeft, ook hier liggen kansen.

*Van welke locatie in Leeuwarden maakt u het meeste gebruik?*

De enquêtes zijn afgenomen in Zaailand omdat de WiFi in het Kalverdijkje niet werkte, daarom zijn alle antwoorden ook gericht op het filiaal Zaailand.

*Rapportcijfers*

*Algemene indruk:* Hier werd veel het cijfer 7 en 8 op gescoord.

*Binnenkomst in sportcentrum:* Hier werd veel het cijfer 7 en 8 op gescoord.

*Ontvangst aan de balie:* Hier werd veel het cijfer 8 en 9 op gescoord.

*Kleedkamers (douches) :* Hier werd variëren van een 1 tot een 7 op gescoord, de douches zijn ook in de laatste vraag erg vaak benoemd en zijn dus een groot verbeterpunt. Veel mensen maken hierdoor ook geen gebruik van de douches. Leden gaven aan dat dit een reden was om bij de club weg te gaan. Hier moet echt op ingezet worden anders zullen er steeds meer leden stoppen.

*Klantvriendelijkheid:* Hier wordt voornamelijk een 8 of 9 op gescoord.

*Aanbod lessen:* Hier wordt voornamelijk een 7 of een 8 op gescoord.

*Aanbod apparatuur:* Hier werd veel het cijfer 7 of 8 op gescoord.

*Hygiëne:* Hier werd variërend van een 1-6 op gescoord. Ook dit is dus een groot verbeterpunt! Onderin bij de laatste vraag kwam ook hygiëne vaak naar voren. Hygiëne op apparaten maar ook in de douches.

*Communicatie:* Hier werd veel het cijfer 7 en 8 op gescoord.

*Prijs-kwaliteit verhouding:* Hier wordt variërend van een 5 tot een 8 op gescoord, dit betekent dus dat dit voor veel mensen verschillend is. Uit de reacties bleek dat dit persoonlijk lag aan de begeleiding, het abonnement en de groepslessen.

*Begeleiding/lesgeven:* Dit cijfer varieert tussen een 6 en een 8. De begeleiding van vast personeel blijkt erg goed te zijn, terwijl de stagiaires het nog wel eens af laten weten volgens de klanten. Er kan dus ingezet worden op de actieve participatie van de CIOS studenten.

*Sfeer:* Hier wordt veel een 7, 8 of 9 op gescoord.

*Aanbod dranken:* Hier wordt veel een 6,7 of 8 op gescoord.

*Aanbod zonnebanken:* Hier wordt veel een 6,7 of 8 op gescoord.

*Totaalcijfer MyHealthclub:* Hier wordt veel een 7 of 8 op gescoord.

*Volgt u onze social media?*

Ongeveer 43% volgt de social media van MyHealthclub, dit betekent dat ruim 50% dit niet volgt. Hier ligt een kans.

*Leest u elke maand de nieuwsbrief?*

Ruim 56% leest niet elke maand de nieuwsbrief. Dit betekent dat hier dus een grote kans ligt om dit te verbeteren. Dit zou kunnen worden gedaan in combinatie met acties die in de nieuwsbrief staan en kunnen worden ingeleverd aan de balie als bijvoorbeeld een korting bon.

*Bent u bekend met de werking van onderstaande producten?*

De meeste klanten zijn bekend met beide, maar maken hier geen gebruik van. Hier ligt een kans om met bijvoorbeeld kennismakingsdagen of andere acties meer klanten te werven.

*Hoe waarschijnlijk is het dat u MyHealthclub zou aanbevelen aan een vriend of collega?*

Hier wordt vaak het cijfer 7 of 8 gegeven. Wanneer er een lager cijfer wordt gegeven ligt dit vaak aan de douches, kwam uit de enquête.

*Wat kan er volgens u worden verbeterd binnen MyHealthclub?*

Hier werden vooral vier dingen vaak genoemd, en van deze opmerkingen is een grafiek gemaakt. 68% Van de ondervraagden vindt de douches ondermaats, naast de douches scoort hygiëne overall met 15% ook redelijk hoog. Erg ligt vaak stof in de zaal en/of apparaten zijn niet goed schoon.

Door 0,8% van de mensen werden opmerkingen gemaakt over de verbouwing, deze staat al een aantal jaar gepland, maar is tot nu toe nog steeds niet doorgezet.

Als laatste punt werd de prijs genoemd. Deze mocht volgens redelijk veel mensen omlaag. Deze opmerking is ook vaak genoemd door klanten, maar niet opgeschreven.