

UITKOMSTEN MYSTERY GUEST ONDERZOEK 2009

“Het is net alsof je je rapport krijgt”



FRIED VAN DE VORST

Tijdens het Disney seminar in september 2009 heeft Fried van de Vorst van Mystery Guest alle aanwezige sportcentra een gratis bezoek van een mystery guest aangeboden. Vijftien centra gingen hierop in en onlangs vond de presentatie van de onderzoeksrapporten plaats. De spanning in de zaal was vooraf duidelijk merkbaar. “Het is net alsof je je rapport krijgt”, zei een van de vestigingsmanagers.

In het onderzoek van Mystery Guest is vooral gelet op de volgende aspecten: introductie, eerste indruk, proefles, gastvrijheid, sales en nazorg. De rapporten zijn gebaseerd op één waarneming; dat wil zeggen dat één mystery guest het betreffende sportcentrum heeft bezocht. Uitgebreider onderzoek is uiteraard mogelijk.

Vlak voordat Fried van de Vorst de rapporten uitdeelt, zegt hij: “De rapportage is een middel om beter van te worden. Bespreek het met je team.” Dat er besprekingen uit voort zullen vloeien, is een ding dat zeker is. De reacties van de verschillende managers, ondernemers en medewerkers die aanwezig zijn, variëren van: “Ik zal eens opslag gaan vragen” tot: “Met diegene moet ik eens een hartig woordje gaan spreken”. Over het algemeen lijkt iedereen tevreden te zijn met zijn score.

Een (geanonimiseerd) voorbeeld van de onderzoeksuitkomsten vind je hieronder.

Mystery Guest DATA • ADVIES • COMMUNICATIE • TRAINING	Telefonisch onderzoek										Bezoekgemiddelde
	Entree / welkom	Oriëntatie	Wellness	Kleedkamers	Toiletten	Trainingsruimte	Bar	Medewerkers	Evaluatie	Bezoekgemiddelde	
EFAA.											
Sport- en gezondheidscentrum X	8,3	10,0	10,0	10,0	9,2	10,0	10,0	10,0	8,8	10,0	9,6
Onderzoeksgemiddelde 2008 - 2009	7,8	8,0	7,5	9,2	8,0	8,3	8,8	7,5	7,3	7,8	8,0

Creëer een glimlach bij de klant

Fried licht hier en daar het onderzoek nog wat toe. “Wat vaak gezegd wordt aan de telefoon is: ‘Komt u maar even langs voor een intake’, maar veel mensen weten niet eens wat een intake is! Ze vragen zich af of ze dan al in sportkleding moeten komen en voelen zich wellicht wat ongemakkelijk met de situatie. Tijdens het intakegesprek houdt een medewerker zich vaak netjes aan de procedure. Het is echter niet de bedoeling dat de potentiële klant ontdekt hoe het proces werkt, dan doe je het als bedrijf niet goed. Medewerkers zijn niet aangenomen om het proces goed te laten verlopen – dat moeten ze gewoon kunnen – maar om klanten tevreden te maken en houden. Een glimlach creëren op het gezicht van de klant is het allerbelangrijkste.”

Succes moet je managen

Volgens Fried moet je succes managen, maar wat is succes eigenlijk? “Tevreden leden want die zijn loyaal en daardoor verdien je euro's. Teverden leden worden verkregen door excellente medewerkers. En die excel-

lente medewerkers verkrijg je weer door zelf het excellente voorbeeld te geven...”

“Managers managen vaak achter de coulissen (in de back-office) maar zouden juist in het speelveld moeten zijn waar de klanten zich bevinden. Op die manier kunnen zij zelf het excellente voorbeeld geven aan de medewerkers.”

Van de neutrale naar de loyale zone

“Een klant komt binnen in de ‘neutrale zone’ dat wil zeggen dat hij nog geen mening heeft over het sportcentrum. Hij is niet negatief, maar ook niet positief. Als centrum moet je ervoor zorgen dat je de klant uit de neutrale zone haalt en naar de ‘loyale zone’ brengt. Op die manier wordt hij positief over het sportcentrum en zal dus langer blijven.”

“In de fitnessbranche zie ik dat men vaak bezig is om klanten in de neutrale zone te houden (retentie) zodat ze niet weggaan. Dit brengt echter het risico met zich mee dat de klant in de ‘afkeerzone’ raakt. Als iemand eenmaal in de afkeerzone zit, raak je diegene veel makkelijker kwijt dan een klant die in de loyale zone zit.”

Voor meer informatie over Mystery Guest B.V. kunt u kijken op : www.mysteryguest.nl of contact opnemen via tel nr. 073-6408850

