

# HET BELANG VAN EEN OMNI-CHANNEL BUSINESSMODEL



**LesMILLS**





**Tegenwoordig verwachten leden van fitnessclubs steeds meer een omni-channel (360°) fitnessoplossing, zodat leden 365 dagen per jaar via elk mogelijk kanaal met de club in verbinding kunnen staan. Daarmee zijn zij niet meer alleen afhankelijk van les- en openingstijden van de clubs. En dat is voor een groeiende groep leden een uitkomst.**

Niet alleen voor de leden van clubs is dit een uitkomst; ook voor de fitnessclubs zelf. Clubs zien dat de concurrentie flink is toegenomen, met name online. Leden zullen dus betrokken moeten blijven bij je club en dat gaat verder dan de fysieke club alleen. Door alle online mogelijkheden te benutten kan je als club je leden betrokken houden en kunnen tevens nieuwe leden worden aangetrokken.

## **DOELEN**

Door gebruik te maken van alle online mogelijkheden kunnen clubs zich ook manifesteren buiten de club zelf. Door in te haken op deze trend kunnen zij hun businessdoelen makkelijker behalen. Het kan voor clubs meer omzet genereren en meer klantenbehoud opleveren. En clubs kunnen nieuwe leden aantrekken die niet of nauwelijks in aanraking zijn geweest met fitness.

## **CONCURRENTIE**

De vraag naar online fitnessmogelijkheden is door de coronacrisis enorm gestegen. En dat zien ook de grote techgiganten zoals Amazon, Apple en Facebook. Zij maken gebruik van deze kans om de (online) concurrentie aan te gaan met fitnessclubs. Dat betekent voor de huidige clubs dus een extra uitdaging. Maar zoals bij elke uitdaging ontstaan er ook weer nieuwe kansen; in dit geval voor het clubmodel. Want iedereen met een internetverbinding is opeens een potentieel lid geworden voor een (online) lidmaatschap bij jouw club.

De nieuwe aanbieders van online workouts opereren zonder tussenkomst van een fitnessclub. Leden van een fitnessclub kunnen daardoor makkelijk overstappen naar deze partijen als hun huidige club niet of nauwelijks gebruik maakt van de huidige online mogelijkheden. Ook potentiële leden kunnen bij deze nieuwe aanbieders op een laagdrempelige manier terecht.

**Iedereen met een internetverbinding is opeens een potentieel lid geworden voor een (online) lidmaatschap bij jouw club.**

## HUDIGE LEDEN EN NIEUWE DOELGROEPEN

Iedereen met een internetaansluiting is opeens een potentieel lid van een club geworden. Het is dus aantrekkelijk om je als club goed te concentreren op deze doelgroep. Maar clubs moeten niet vergeten om zich ook te blijven richten op hun huidige leden. Als je nieuwe leden aantrekt maar aan de andere kant je huidige leden even snel weer ziet weglopen, is het dweilen met de kraan open. De focus moet dus liggen op zowel je huidige leden als nieuwe doelgroepen.

Dat kan prima door het creëren van een online aanbod dat afgestemd is op beide doelgroepen. Mensen die nog niet of nauwelijks in aanraking zijn geweest met fitness kunnen zo op een laagdrempelige manier instappen en/of meer zelfvertrouwen krijgen, waarna ze wellicht ook de stap naar je club maken. En huidige leden kunnen door een goed online aanbod hun fitnessroutine behouden en hun gewenste resultaat behalen.



**“67% van de mensen die thuis workouts doen, zijn ook lid van een fitnessclub.”**

Dat de nadruk steeds meer komt te liggen op de online mogelijkheden, betekent niet dat het aantal leden van je fitnessclub zal dalen, integendeel. Voor clubs liggen er juist enorm veel kansen. 67% van de mensen die thuis workouts doen, zijn ook lid van een fitnessclub. En 85% van mensen die al een fitnessclub bezoeken, doen thuis ook workouts. Zij willen graag hun trainingsroutine vasthouden in het geval dat ze niet naar de club kunnen, zodat ze toch hun fitnessdoelen kunnen behalen. Tegenwoordig beschikt vrijwel iedereen over internet en een smartphone, dus geen wonder dat zij allemaal een potentieel lid zijn voor jouw club.

**“85% van mensen die al een fitnessclub bezoeken, doen thuis ook workouts.”**





## BLIJVENDE VERANDERINGEN

De coronacrisis heeft de fitnessbranche behoorlijk veranderd. Niet tijdelijk, maar voorgoed. In slechts drie maanden tijd (de periode in 2020 waarin fitnessclubs noodgedwongen hun deuren moesten sluiten door de crisis) is online fitness voor vrijwel iedereen toegankelijk geworden. Tijdens de crisis is dat natuurlijk uit nood geboren, maar de mogelijkheden waren er al een tijdje. En daar werd dan ook al steeds meer gebruik van gemaakt. 23% van alle regelmatige sporters maakte voor de coronacrisis al gebruik van fitnessapps of online workouts. Dat is een stijging van 100% in de laatste vijf jaar.

**“23% van alle regelmatige sporters maakte voor de coronacrisis al gebruik van fitnessapps of online workouts.”**

De vraag naar online mogelijkheden is door de crisis explosief gestegen. Fitnessclubs moesten aan het begin van de coronacrisis helemaal dicht, gevolgd door een periode met een hoop onzekerheden voor de clubs. Na de heropening waren er vervolgens veel maatregelen aan het sporten in de clubs verbonden. Geen wonder dus dat online fitness een enorme vlucht heeft genomen.

## OMNI-CHANNEL FITNESSOPLOSSING

Leden van fitnessclubs verwachten dus steeds meer een omni-channel (360°) fitnessoplossing, zodat ze altijd en overal kunnen trainen, 365 dagen per jaar, zonder dat ze hiervoor naar een andere aanbieder moeten gaan en gebruik kunnen blijven maken van de service die ze van jouw club gewend zijn. Daarmee zijn zij niet meer afhankelijk van les- en openingstijden van de clubs. En dat is voor een groeiende groep leden een uitkomst. Leden redden het soms qua tijd niet, reizen veel, zijn in quarantaine, willen juist langer of minder lang trainen dan mogelijk is op een club of willen graag privé sporten. De reden kan van alles zijn en is per persoon verschillend.

Natuurlijk blijft live fitness het belangrijkste. En dat is ook de beste ervaring die we kunnen bieden. Maar het is net zo belangrijk om de kloof tussen live en online fitness te overbruggen. Slim gebruik maken van digitale platformen helpt jou om een nieuw publiek te bereiken voor je club en bestaande leden beter vast te houden, in plaats van je bestaande leden te kannibaliseren.





## MOGELIJKHEDEN

Buiten de muren van jouw fitnessclub zijn er verschillende online mogelijkheden om mee aan de slag te gaan. Zo kunnen instructeurs hun lessen aanbieden via een livestream aan de leden thuis, zodat clubs hun lessen kunnen blijven geven waardoor leden groepslessen kunnen blijven volgen. Je deelnemers willen maar één ding: JOUW INSTRUCTEURS! De instructeur is een van de belangrijkste factoren voor het succes van een groepsles. Het is logisch dat de leden ook online hun favoriete workout op een vast tijdstip bij hun vertrouwde instructeur willen volgen. Het is dus belangrijk om, bij het aanbieden van livestream workouts, je huidige lesrooster zoveel mogelijk online in stand te houden.

Wil je geen risico lopen dat je livestream geblokkeerd wordt? Je eigen website of een besloten platform, zoals Zoom, is de veiligste manier. Voor de muziek heb je dan wel toestemming nodig. Dat regel je met een licentie via een auteursrechtenorganisatie als Buma/Stemra of Sabam.

Naast de lessen via een livestream zijn er ook mogelijkheden om on demand-programma's te volgen. Deze programma's waren soms al tegen een meerprijs beschikbaar voor leden van fitnessclubs. Maar ook dit is tijdens de huidige coronacrisis natuurlijk een hele goede manier geworden voor clubs om hun leden verschillende fitnessmogelijkheden aan te bieden buiten de club. De vraag naar deze mogelijkheden is door de crisis enorm gegroeid, en dat is logisch. Clubs zijn maandenlang dicht geweest en moesten dus op zoek naar nieuwe manieren om hun leden te kunnen behouden. Maar ook zonder de crisis waren de online mogelijkheden al in opmars.

## 365 DAGEN PER JAAR

Het grote voordeel van deze mogelijkheden is natuurlijk dat workouts 24 uur per dag en 365 dagen per jaar beschikbaar zijn. Het zorgt voor een onbeperkt aanbod. Apps zijn daarbij handig voor sporters die hun statistieken willen bijhouden. Die kunnen ook zorgen voor motivatie en coaching, altijd en overal. Of de gebruiker nu op zoek is naar nieuwe ideeën over wat te doen in de fitnessclub of liever een pre-planned workout wil doen: de motivatie voor het gebruik ervan zal verschillen van gebruiker tot gebruiker.



Maar sporten in je eentje kan ook demotiverend werken. Leden missen de sociale sfeer, de motivatie van een instructeur of andere deelnemers aan een groepsles in een fitnessclub. Dat zijn belangrijke aspecten van live fitness. Er moet dus worden gezocht naar een mogelijkheid om de kloof tussen live en online fitness te overbruggen en hierin een goede combinatie te vinden.

Het aanbieden van online mogelijkheden heeft overigens nog een voordeel. Leden zijn voortaan ook thuis te bereiken, wat de betrokkenheid van hen bij je club vergroot. Die betrokkenheid is enorm belangrijk voor clubs, al helemaal nu ook andere partijen zich op de online fitnessmarkt zijn gaan begeven.





## SUCCESVOLLE CLUBS

Verbonden blijven met leden en hen gemotiveerd houden buiten de vier muren van de club is een grote uitdaging voor de fitnessbranche. Veel succesvolle clubs zijn de clubs die een 360°-fitnesservaring aanbieden, die hun leden inspireren en hen betrokken houden, zodat trainen een leuke gewoonte wordt in plaats van een enorme opgave. Het ondersteunen van leden met een digitaal fitnessaanbod dat ze thuis en onderweg kunnen volgen, is een goede manier om hen betrokken te houden.

## THUISFITNESS PLATFORMS

Met een thuisfitness platform, bijvoorbeeld LES MILLS On Demand, zorg je ervoor dat clubs verbonden kunnen blijven met hun leden. Dergelijke platforms doen dat door het leveren van thuisfitness-mogelijkheden en -ervaringen, die het aanbod in de club ondersteunen. Let wel: ondersteunend. Het is dus geen vervanging van het aanbod in de clubs zelf. Het helpt de clubs om de huidige leden te behouden en nieuwe leden aan te kunnen trekken.

Live fitness blijft uiteindelijk het belangrijkste en is de beste ervaring die we ook kunnen bieden. Maar in deze tijd verwachten leden een omni-channel (360°) fitnessoplossing, zodat zij kunnen trainen waar en wanneer ze willen, 365 dagen per jaar! Daar zit de grootste uitdaging nu in: Het overbruggen van de kloof tussen live en online fitness.

## LES MILLS

Wil je meer informatie over de omni-channel mogelijkheden en bijvoorbeeld LES MILLS On Demand? Neem dan contact op met Les Mills via telefoonnummer +31 (0)416 34 97 25 of stuur een e-mail aan [info@lesmills.nl](mailto:info@lesmills.nl).