

Personal Sports Club

Bachelorscriptie klanttevredenheid



Robin Janssen
S1077880
Hogeschool Leiden
Onderzoeksproduct
CE4V
E. Feijen
13-6-2017

Opdrachtgever:

Personal Sports Club
Europaweg 226
2711 PW, Zoetermeer
info@personalsportsclub.nl

Begeleiding:

Afstudeerbegeleider:
Dhr. E. Feijen
Hogeschool Leiden

Beoordeling:

Eerste beoordelaar:
Dhr. B. Boerma
Hogeschool Leiden

Tweede beoordelaar:
Mw. I. de Boer
Hogeschool Leiden

Opdrachtnemer:

Robin Janssen
Commerciële Economie
CE4V

Voorwoord

Mijn naam is Robin Janssen, 22 jaar oud en studeer commerciële economie aan de Hogeschool in Leiden. Voor u ligt mijn bachelorscriptie over de klanttevredenheid binnen Personal Sports Club. Dit onderzoek is geschreven in opdracht van Personal Sports Club. Het onderzoek is in de periode van 13 februari tot en met 13 juni geschreven.

Ik wil graag Personal Sports Club en de medewerkers bedanken voor de mogelijkheid die ik heb gekregen om in een leuke, leerzame en uitdagende omgeving af te studeren. Graag wil ik dhr. G Bolleboom en dhr. M. Raouf bedanken voor de goede ondersteuning die ik heb mogen ontvangen tijdens het schrijven van mijn scriptie.

Ook wil ik graag dhr. E. Feijen bedanken voor de ondersteuning die ik heb mogen ontvangen van het begin tot het einde van het schrijven van mijn scriptie. Ik vond het fijn om elke week goede feedback te krijgen zodat ik het onderzoek beter kon maken. Naast de begeleiders wil ik ook graag de respondenten bedanken voor de deelname aan dit onderzoek.

Ik wens u veel leesplezier.

Robin Janssen
Zoetermeer, 13 juni 2017

Executive Summary

Introduction

This report is written for Personal Sports Club. This report will gain more insight into the customer satisfaction for Personal Sports Club. At this moment in time, Personal Sports Club has little to no insight in their customer satisfaction. That is why this research was needed.

Background information

Personal Sports Club is a unique fitness- and wellness centre in Zoetermeer. In the club it is possible to exercise responsibly and safely on modern equipment under the personal guidance of experienced instructors. Personal guidance, luxury and comfort are important values at Personal Sports Club. The experienced staff ensures that the customers of Personal Sports Club can exercise and relax in a way that suits them.

Findings

The desk research showed that according to Thomassen service quality, product quality and pricing are the most important factors in customer satisfaction. The service quality can be divided into four dimensions: ambiance, convenience, reliability and customer orientedness.

Product quality can be split into basic features, overall quality and additional features.

The most influential factors in customer satisfaction for the price are the absolute price and the value for money.

The field research showed that the customers of Personal Sports Club are generally satisfied with the service quality, product quality and price. Customer orientedness scores the highest of the 4 dimensions. Convenience scores the lowest of the 4 dimensions of service quality.

Conclusion

After this research, the results show that temperature inside can be too hot to workout comfortably. The temperatures sometimes rise to 22 – 24 degrees Celsius.

The question about the opening hours scores the lowest in the dimension convenience. The interviews have shown that this is true for the weekends.

The results also show that customers think that the leather of 4 machines need to be repaired. This also applies to the broken display on one of the crosstrainers.

Finally there should be a follow-up research. This could be about the customer loyalty.

Recommendations

To improve the customer satisfaction, it is important to improve the above mentioned points. The temperature inside should be at least a few degrees lower.

The opening hours in the weekends can be extended with 3 hours on Saturday and Sunday. The new closing time will be 6PM on Saturday and 5PM on Sunday.

A repair technician should be hired to repair the display of the crosstrainer and the leather of the machines.

Finally, an intern can be hired to do the follow-up research to investigate customer loyalty or do the same customer satisfaction research, so Personal Sports Club has systematically insight in the expectations and experiences of their customers.

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Executive Summary	3
Inleiding	6
H1 Probleemformulering	7
1.1 Aanleiding tot onderzoek	7
1.2 Doelstelling	7
1.2 Probleemstelling	7
1.4 Deelvragen	8
H2 Theoretisch kader	9
2.1 Klanttevredenheid	9
2.2 SERVQUAL	9
2.3 Thomassen	12
2.3.1 Servicekwaliteit	12
2.3.2 Product/dienst	13
2.3.3 Prijs	14
2.4 Belang van klanttevredenheid	14
2.4.1 Klantloyaliteit	14
2.4.2 Klantwaarde	15
2.5 Net Promotor Score	16
2.5 Conceptueel model	17
2.6 Hypothesen	17
H3 Methoden van onderzoek	18
3.1 Onderzoeksmethoden	18
3.1.1 Deskresearch	18
3.1.2 Fieldresearch	18
3.1.3 Steekproefgrootte	20
3.1.4 Verwerking van data	20
3.2 Kwaliteit van het onderzoek	20
3.2.1 Validiteit	20
3.2.2 Betrouwbaarheid	21
3.2.3 Bruikbaarheid	21
H4 Resultaten fieldresearch	22

4.1	Servicekwaliteit	22
4.1.1	Hoe wordt de ambiance beleefd?	22
4.1.2	Hoe wordt het gemak beleefd?	23
4.1.3	Hoe wordt de betrouwbaarheid beleefd?	23
4.1.4	Hoe wordt de klantgerichtheid beleefd?	23
4.1.5	De gehele servicekwaliteit.....	24
4.2	Productkwaliteit	25
4.3	Prijs	26
4.4	Algemene klanttevredenheid	26
4.5	Correlatie analyse.....	28
4.6	Regressie analyse	30
4.7	Cronbach's Alpha.....	30
4.8	Verwachtingen nieuwe klanten.....	30
4.9	Ervaringen van uitschrijvende leden	31
H5	Conclusie	32
5.1	Probleemstelling beantwoorden.....	32
5.2	Beantwoorden hypothesen.....	34
H6	Aanbeveling	36
H7	Implementatie	38
7.1	Temperatuur binnen Personal Sports Club	38
7.2	Openingstijden	39
7.3	Reparatie fitnessapparatuur	40
7.4	Vervolgonderzoek	40
7.5	Risico's	41
	Bibliografie	42
Bijlage I	Enquête	44
Bijlage II	Email	47
Bijlage III	Tabellen	48
Bijlage IV	Topiclist	81
Bijlage V	Verbatims	82
Bijlage VI	Analyseschema's	90

Inleiding

Achtergrond bedrijf

Personal Sports Club is een uniek fitness- en wellnesscentrum in Zoetermeer waar verantwoord en veilig kan worden gesport op moderne apparatuur onder persoonlijke begeleiding van ervaren instructeurs. Persoonlijke begeleiding, luxe en comfort zijn belangrijke waarden bij Personal Sports Club. Het ervaren personeel zorgt ervoor dat de klanten van Personal Sports Club zich kunnen bewegen en ontspannen op een manier die bij hen past.

Naast de mogelijkheid om zelfstandig te kunnen fitnessen, is het ook mogelijk om verschillende groepslessen te volgen. Dit zijn o.a. spinning lessen, power yoga, pump, zumba, kickboksen, in- en outdoor bootcamps.

Ook voor kinderen is er genoeg te doen in de Personal Sports Club. Al vanaf 3.5-4 jaar kunnen kinderen beginnen met bewegen. Zo kan worden gekozen voor klassiek ballet, streetdance, judo en kickboksen. Zo is er dus te kiezen uit veel sport mogelijkheden voor jong en oud.

Naast de verschillende fitness mogelijkheden die Personal Sports Club biedt, kan er ook gebruik worden gemaakt van een schoonheidsbehandeling in het Personal Beauty gedeelte. Hier kan worden gekozen voor verschillende behandelingen zoals: schoonheidsbehandelingen, massages en harsen.

H1 Probleemformulering

1.1 Aanleiding tot onderzoek

Het bedrijf heeft al enige tijd geen klanttevredenheidsonderzoek meer gedaan en zou graag de mening van de klanten willen weten. Wat vinden de klanten van de kwaliteit, prijs, service etc. Door een klanttevredenheidsonderzoek uit te voeren kan de tevredenheid van de doelgroep van het bedrijf in kaart worden gebracht. Aan de hand van de verzamelde gegevens uit het onderzoek kunnen conclusies worden getrokken, die de basis vormen voor een optimalisatie van de tevredenheid onder de klanten. Uiteindelijk zal dit bijdragen aan een verbetering van de bedrijfsresultaten.

Naast het binnenhalen van nieuwe klanten, is het ook belangrijk om (extra) aandacht te geven aan de bestaande klanten van Personal Sports Club. Het is belangrijk om goed in contact te staan met de klanten en dat zij zich ook gehoord voelen over eventuele ontevredenheden. Bovendien wordt klantgericht denken bevorderd.

In Zoetermeer zitten veel verschillende soorten sportscholen. Dit zijn er maar liefst 11. En dan zijn er ook nog verschillende sportverenigingen. Het is dus van belang dat de klanten tevreden zijn, zodat ze niet naar één van de andere sportscholen in Zoetermeer zullen gaan.

1.2 Doelstelling

Aan de hand van de hierboven beschreven aanleiding voor het verrichten van een klanttevredenheidsonderzoek is de volgende doelstelling geformuleerd:

Het doel van het onderzoek is om inzicht te geven in de klanttevredenheid van Personal Sports Club en het opleveren van een adviesrapport om de klanttevredenheid te verbeteren.

1.2 Probleemstelling

Om de klanttevredenheid van Personal Sports Club te verbeteren is het van belang om inzicht te verkrijgen in de wensen en behoeften van de klant. Aan de hand van de hierboven beschreven aanleiding en doelstelling is de volgende probleemstelling geformuleerd:

Hoe kan Personal Sports Club de klanttevredenheid, indien nodig, onder de leden verbeteren?

1.4 Deelvragen

Om antwoord te kunnen geven op de probleemstelling zijn een aantal deelvragen geformuleerd. Door op deze manier te werken kan op structurele wijze de probleemstelling worden beantwoord. De deelvragen zijn onder te verdelen in desk- en fieldresearch.

Deskresearch

1. Wat houdt het begrip klanttevredenheid in?
2. Wat is het belang van een positieve klanttevredenheid?
3. Welke factoren zijn van invloed op de klanttevredenheid?

Fieldresearch

4. Hoe wordt de servicekwaliteit van Personal Sports Club door de klant beleefd?
 - a. Hoe wordt de 'ambiance' beleefd?
 - b. Hoe wordt het 'gemak' beleefd?
 - c. Hoe wordt de 'betrouwbaarheid' beleefd?
 - d. Hoe wordt de 'klantgerichtheid' beleefd?
5. Hoe wordt de productkwaliteit van Personal Sports Club door de klant beleefd?
6. Hoe wordt de prijs van Personal Sports Club door de klant beleefd?
7. Wat zijn de verwachtingen van de nieuwe klanten?
8. Wat zijn de ervaringen van klanten die zich uitschrijven?

H2 Theoretisch kader

In het onderstaande hoofdstuk zal het theoretisch kader worden behandeld. Er zal antwoord worden gegeven op de afgeleide vraag, namelijk:

Welke factoren beïnvloeden de klanttevredenheid?

2.1 Klanttevredenheid

Klanttevredenheid wordt steeds belangrijker voor bedrijven. Juist in een tijd dat het economisch slechter gaat, wil je dat je klanten tevreden zijn zodat ze blijven terugkeren naar jou om hun behoeften te kopen. Waar vroeger maar een paar bedrijven waren waar je altijd loyaal naar toe ging om de benodigde spullen te kopen, wordt je nu doodgegooid met verschillende bedrijven die grotendeels hetzelfde aanbieden, maar toch iets onderscheidend hebben dat de klant toch blijft terugkeren naar bijvoorbeeld een bepaalde auto, een bepaald merk telefoon of een bepaalde supermarktketen. De vraag is nu welke factoren belangrijk zijn voor de klanttevredenheid. Want een tevreden klant hoeft nog niet altijd terug te komen.

Om de factoren van klanttevredenheid te kunnen bepalen, moet allereerst duidelijk zijn wat het begrip klanttevredenheid nou precies inhoudt. Er zijn veel verschillende definities die het begrip klanttevredenheid omschrijven. Klanttevredenheid is de beleving van klanten die ontstaat door het vergelijken van ervaringen met de onderneming met de wensen die men heeft. (Klanttevredenheid, 2007)

Volgens Thomassen kan de klanttevredenheid worden omschreven als de beleving van de klant als gevolg van het bewust of onbewust vergelijken van de ervaringen met de verwachtingen. (Thomassen, 2003)

Zeithaml & Bitner beschrijven het begrip klanttevredenheid iets anders dan Thomassen. Zij zeggen namelijk dat de tevredenheid van de consument een reactie is vanuit de voldoening van de consument. Het is een oordeel over het product of dienst dat een prettig gevoel geeft op aankoop gerelateerde voldoening. Hier ligt de nadruk dus op het verkrijgen van een bepaalde voldoening die gerelateerd is aan het kopen van een product of dienst. (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2006)

Klanttevredenheid is een belangrijke voorwaarde om loyaliteit te realiseren. Er zijn veel meningen over de verschillende definities van wat klanttevredenheid nou precies inhoudt en wat de belangrijkste factoren zijn om klanttevredenheid te bepalen. Belangrijke factoren zoals tevreden medewerkers en goede kwaliteit van de geleverde service zijn van groot belang om een hoge klanttevredenheid te behalen.

2.2 SERVQUAL

In 1995 werd veel onderzoek gedaan naar de relatie tussen de klanttevredenheid, klantloyaliteit en de financiële resultaten door Rust en Zahorik. (Rust & Zahorik, 1995)

Eén van de modellen die in 1995 uitkwam is het SERVQUAL model. Het SERVQUAL model, dat ook wel het service quality model wordt genoemd. Dit model geeft inzicht in de kwaliteit van een dienst.

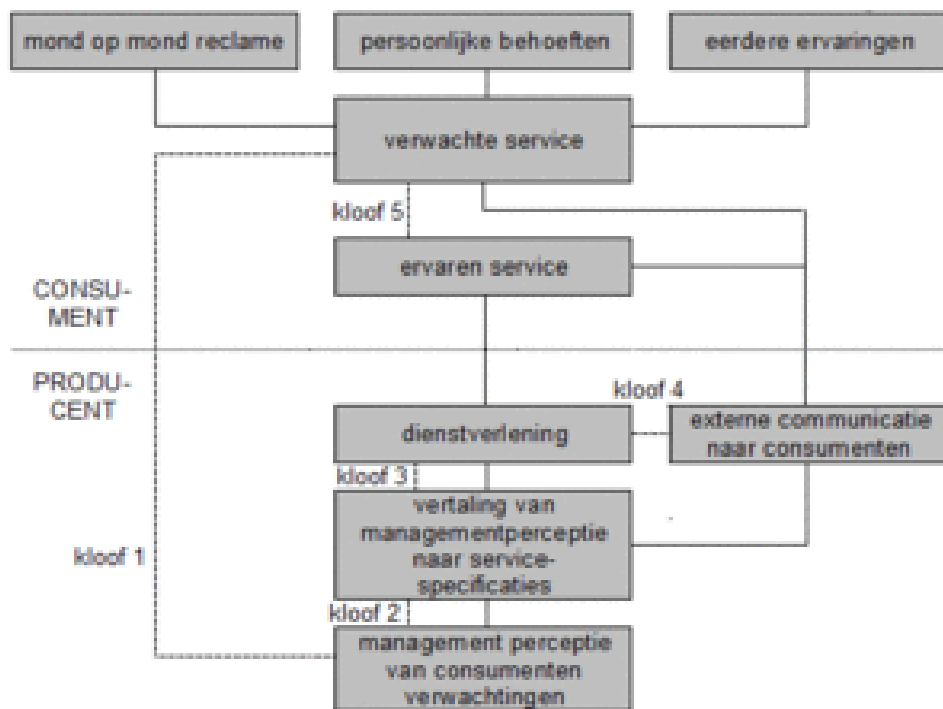
Het model van Parasuraman, Zeithaml en Berry is ontwikkeld om de 5 gaps te identificeren.

Deze 5 gaps bestaan uit: (de Vries, van Helsdingen, & Borchert, 2011)

- Gap 1: De eerste gap geeft de kloof aan tussen de verwachting van de consument en de perceptie van het management over de verwachting van de consument. Het management dan niet goed op de hoogte van de wensen en behoeften van de klanten.
- Gap 2: De perceptie die het management heeft over de verwachting van de klant wordt niet goed omgezet naar het kwaliteitsbeleid.
- Gap 3: De derde gap geeft de kloof aan tussen de geleverde dienstverlening en het kwaliteitsbeleid. Dit kan bijvoorbeeld komen doordat het personeel niet bekwaam of gemotiveerd genoeg is om de werkzaamheden goed te kunnen uitvoeren.
- Gap 4: De vierde gap geeft de kloof aan tussen de geleverde service en de service die gecommuniceerd wordt.
- Gap 5: De bovenstaande 4 gaps leiden uiteindelijk tot de laatste gap, namelijk de kloof tussen de verwachte en de ervaren dienstverlening van de consument.

Het SERVQUAL-model beoordeelt de service kwaliteit op basis van 22 stellingen. Deze stellingen zijn onderverdeeld in vijf dimensies, namelijk: (Oh, 1999)

- Tastbare zaken. Dit zijn tastbare zaken van een dienstverlening zoals het personeel, het bedrijfspand en apparatuur.
- Betrouwbaarheid. Hierbij wordt gekeken naar de dienstverlener en in hoeverre zij de beloofde dienst zo betrouwbaar en accuraat mogelijk uit kunnen voeren.
- Responsiviteit. Hiermee wordt bedoeld in hoeverre de dienstverlener bereid is om de klant te helpen en daarbij uitstekende service te verlenen.
- Empathie. Deze dimensie meet of de organisatie geïndividualiseerde aandacht en zorg aan de klant besteed.
- Zekerheid. Hierbij wordt nagegaan in hoeverre het personeel dat door middel van kennis en hoffelijkheid betrouwbaarheid en vertrouwen uitstraalt.



Figuur 1 Het SERVQUAL-model (Parasuraman, 1988)

Er was echter ook kritiek op het SERVQUAL-model. Cronin en Taylor (Cronin & Taylor, 1992) ontwikkelde daarom het SERVPERF-model. De kritiek die zij uitten op het SERVQUAL-model bestond voor het belangrijkste deel op de vraag of het meten van de verwachting van de consument wel relevant was. Zij waren van mening dat de verwachting van de consument achteraf moeilijk te meten is. Het SERVPERF-model meet in tegenstelling tot het SERVQUAL-model daarom alleen de perceptie van de geleverde service. Het SERVPERF-model is ook ingedeeld in de vijf dimensies die het SERVQUAL-model gebruikt, namelijk tastbare zaken, betrouwbaarheid, responsiviteit, empathie en zekerheid.

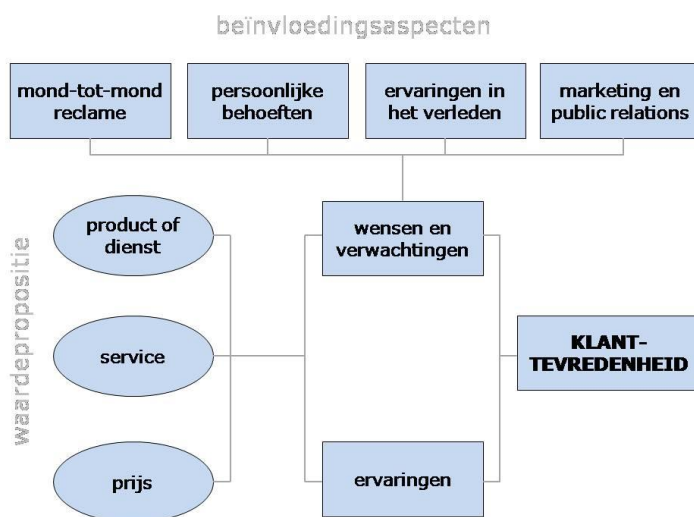
Er zijn een aantal variaties op het originele SERVQUAL-model. Naast het hierboven genoemde SERVPERF, zijn er ook variaties die per branche van toepassing zijn. Een aantal voorbeelden hiervan zijn; EVENTQUAL (evenementen), HOLSERV (hotels), DINESERV (horeca), LIBQUAL (bibliotheken) en SERVGYM (Sportscholen).

SERVGYM (Bandyopadhyay, 2013) is van toepassing voor het onderzoek in de fitness branche. SERVGYM is een afgeleid model van het SERVPERF model om de service kwaliteit te meten in fitness gerelateerde diensten. Het SERVGYM-model gaat niet uit van de 5 dimensies uit het SERVQUAL-model maar gaat uit van 4 dimensies, namelijk; betrouwbaarheid, klantgerichtheid, gemak en sfeer. Al deze 4 service kwaliteit dimensies hebben een positieve invloed op klanttevredenheid en loyaliteit. Hieruit zijn per dimensie een aantal vragen naar voren gekomen die betrekking hebben op de fitness branche. Volgens Bandyopadhyay hebben de service kwaliteit dimensies invloed op de klantloyaliteit en de algemene klanttevredenheid m.b.t. sportscholen.

Volgens Bandyopadhyay is de dimensie betrouwbaarheid (reliability) de belangrijkste dimensie. Dit zou kunnen komen doordat de consumenten voornamelijk bezig zijn met het resultaat dat de dienst zou moeten bieden. De voornaamste reden voor de consumenten in dit geval is om fit te blijven en gewicht te verliezen.

2.3 Thomassen

Het klanttevredenheid model van Thomassen omschrijft hoe klanttevredenheid ontstaat. Volgens Thomassen ontstaat de klanttevredenheid door het afzetten van de wensen ten opzichte van de behoeften van de klant. Thomassen gaat uit van het principe dat de ervaringen van de klanten gebaseerd zijn op de waardepropositie. De waardepropositie bestaat uit het product/dienst, de prijs en de service. De wensen en verwachtingen van de klant zijn gebaseerd op beïnvloedingsaspecten als: mond-tot-mond reclame, persoonlijke behoeften, ervaringen in het verleden en marketing & public relations. (Thomassen, 2007)



Figuur 2 Klanttevredenheidsmodel (Thomassen, 2007)

Er is sprake van klanttevredenheid als de ervaringen van de klant hoger zijn dan de wensen en verwachtingen. De waardepropositie bestaat uit het product of dienst, de service en de prijs. Deze 3 aspecten zorgen er grotendeels voor dat een klant zaken wilt doen met de organisatie of net niet. Elk van de 3 aspecten kan ook onderverdeeld worden in deelaspecten. (Thomassen, 2007)

2.3.1 Servicekwaliteit

De kwaliteit van service is één van de drie belangrijke factoren die de klanttevredenheid bepalen volgens Thomassen. (Thomassen, 2003) Om de servicekwaliteit te meten wordt vaak gebruikt gemaakt van het SERVQUAL model. De vragen hierin zijn opgebouwd uit vijf dimensies, namelijk: (de Vries, van Helsdingen, & Borchert, 2011)

- *Tastbare zaken*
Hiermee worden de tastbare en fysieke aspecten van de service mee bedoeld. Voorbeelden van tastbare zaken zijn het gebouw van het bedrijf, de apparatuur die gebruikt wordt binnen het bedrijf en de uitstraling van de medewerkers.
- *Betrouwbaarheid*
Hierbij wordt gekeken in hoeverre de dienstverlener de beloofde dienst betrouwbaar en zo goed mogelijk uit kan voeren. Het houden aan de gemaakte afspraken en het op tijd en goed leveren van de dienst spelen hierbij een belangrijke rol.
- *Responsiviteit*
Hierbij wordt gekeken in hoeverre het personeel bereid is om de klanten te helpen en snel de dienst te verlenen.
- *Zorgzaamheid*
Hierbij wordt gekeken in hoeverre de organisatie kennis en hoffelijkheid van het personeel belangrijk vindt en hoe het personeel in staat is om vertrouwen naar de klant over te kunnen brengen.
- *Inleven in de klant*
De laatste van deze vijf dimensies gaat na in hoeverre de organisatie aan individuele aandacht besteed aan de klanten.

2.3.2 Product/dienst

De product- of dienstkwaliteit is één van de andere belangrijke factoren van klanttevredenheid die Thomassen beschrijft. De kwaliteit van het product of dienst kan volgens Thomassen op een aantal punten worden beoordeeld, namelijk: (Thomassen, 2007)

- *Basiseigenschappen*
De basiseigenschappen zijn het primaire doel dat het product of dienst moet vervullen. Voor een sportschool is dat dus te kunnen trainen met gewicht- en/of cardioapparatuur.
- *Prestaties*
Goede prestaties van de dienst zijn bijvoorbeeld goed werkende apparatuur en personeel die de klanten begeleiden met het correct uitvoeren van oefeningen.
- *Kwaliteit*
Hieronder valt de mate waarin de dienst verloopt zoals deze wordt beloofd aan de klanten.
- *Imago*
Als mensen iets van zichzelf herkennen in een product of dienst, zullen zij eerder een band ontwikkelen met het product of dienst.
- *Features*
Dit zijn de eventuele extra's die de klanten krijgen. Dit is bijvoorbeeld een gratis handdoekje om mee te sporten, gebruik te maken van de sauna, maar ook van alle groepslessen.

2.3.3 Prijs

De prijs is de derde belangrijke factor die de klanttevredenheid beïnvloedt volgens Thomassen. De prijzen en vormen van de abonnementen zijn een aantal maanden geleden omgegooid en blijven nu standaard basisprijzen. Klanten kunnen tevreden of ontevreden zijn over het bedrag van hun abonnement, maar kunnen de prijs ook aanvaardbaar vinden. Hieraan kan niet veel veranderd worden.

Wat wel belangrijk is om invloed op te kunnen uitoefenen is de prijs/kwaliteitsverhouding. Wat krijgt de klant allemaal terug voor zijn geld en zijn zij hier ook tevreden mee?

De perceptie van de prijs wordt o.a. bepaald door de verhouding tussen de prijs/kwaliteit, de gehanteerde prijs, het prijsbeleid, kortingsbeleid en het betalingsbeleid.

Volgens Thomassen zijn er verschillende niveaus van klanttevredenheid. Thomassen maakt onderscheid tussen 3 niveaus, namelijk: (Thomassen, 2003)

- De algemene klanttevredenheid tussen de klant en organisatie.
- De tevredenheid van de klant onderverdeeld in de 3 dimensies product/dienst, service en prijs.
- De tevredenheid met attributen uit de hierboven genoemde dimensies. Voorbeelden van attributen zijn klanttevredenheid en deskundigheid.

Het model van Thomassen zoals hierboven in figuur 2 is afgebeeld laat overzichtelijk zien welke factoren van invloed zijn op de klanttevredenheid. Het is echter moeilijk om de wensen en verwachtingen van de huidige klanten te meten. Een oorzaak hiervan is dat de huidige klanten vaak niet meer weten wat zij precies van de dienstverlener verwachten voorafgaand aan het kopen/afnemen van het product of dienst. Desalniettemin laat het model van Thomassen goed zien dat de tevredenheid van klanten voortkomt uit de factoren product of dienst, service en de prijs. Het model van Thomassen kan goed gebruikt worden voor dit klanttevredenheidsonderzoek, omdat het richting aangeeft voor het opstellen van de juiste vragen.

2.4 Belang van klanttevredenheid

In deze paragraaf zal het belang van een positieve klanttevredenheid worden besproken.

2.4.1 Klantloyaliteit

Volgens Reichheld is het hebben van klantloyaliteit een belangrijke factor tot het hebben van succes. Loyale klanten die steeds terugkomen zorgen voor de bestaanszekerheid van de organisatie.

Hierdoor ontstaat een positief verband tussen de klanttevredenheid en de toekomstige inkomsten. Om klantloyaliteit te kunnen behalen is het ook van belang dat het personeel zelf loyaal is aan de organisatie. (Reichheld, 1999)

Een tevreden klant is vaak geneigd om loyaal te zijn aan een organisatie of merk. Daardoor blijven zij gebruik maken van het product en/of dienst. Indien de klant voldoende tevreden is over de organisatie zijn zij loyaal en biedt het een zekerheid voor de klantwaarde. Een positieve klanttevredenheid is dus van groot belang omdat het in zekere zin de organisatie enige zekerheid biedt. (van de Perre & Kuijlen, 2010)

Thomassen beschrijft in de cyclus van klantenmanagement dat klantloyaliteit het gevolg is van klanttevredenheid. Volgens Thomassen is klantloyaliteit het gedrag van klanten ten opzichte van een leverancier. Dit gedrag wordt door factoren zoals de klanttevredenheid en vertrouwen bepaald (Thomassen, 1998). De belangrijkste gedragsuitingen van klantloyaliteit zijn:

- Het willen investeren in een relatie
- Bij ontevredenheid of ontwikkelmogelijkheden neemt de klant actie om klachten te uiten of verbeterpunten aan te kaarten.
- De klant beveelt de organisatie aan bij vrienden en collega's (promotor).
- Het voortzetten en verder ontwikkelen van de zakenrelatie.

2.4.2 Klantwaarde

Klanten van een organisatie zijn van grote waarde. Met de klantwaarde wordt voornamelijk de financiële waarde van een klant voor de organisatie mee bedoeld. Klantwaarde kan bereikt worden door bijvoorbeeld zoveel mogelijk nieuwe klanten te werven. Het nadeel van continu werven van nieuwe klanten is dat het veel tijd en geld kost. Volgens van de Perre & Kuijlen is het beter om klanten te behouden en ervoor zorgen dat bestaande klanten meer gaan besteden.

Wanneer de organisatie een positieve indruk achterlaat bij zijn klanten kunnen de klanten dit ook op andere potentiële klanten overbrengen. Dit kan bijvoorbeeld via een positieve mond-tot-mond reclame. (van de Perre & Kuijlen, 2010)

Thomassen beschrijft in de cyclus van klantenmanagement dat de klantwaarde en de daar bijhorende financiële resultaten het gevolg zijn van klantloyaliteit. Volgens Thomassen is klantloyaliteit noodzakelijk om ervoor te zorgen dat ook in de toekomst de omzet rendabel blijft. Klanttevredenheid is enkel een basis voor de toekomstige omzet. Alleen door klantloyaliteit zullen de financiële resultaten in de toekomst kunnen verbeteren. (Thomassen, 1998)

2.5 Net Promotor Score

Frederick Reichheld heeft in 2003 de NPS, dat staat voor de Net Promotor Score ontwikkeld. De Net Promotor Score gaat uit van de vraag: "Hoe waarschijnlijk is het dat u ons bedrijf zou aanbevelen aan vrienden of collega's"? De antwoorden hierop kunnen worden onderverdeeld op een schaal van 0 t/m 10, waarbij 0 staat voor zeer onwaarschijnlijk en 10 voor zeer waarschijnlijk. (Grisaffe, 2007) Deze methode verdeelt de respondenten in 3 groepen, namelijk: (Indora, z.j.)

- Criticasters (0 – 6)
- Passives (7 – 8)
- Promoters (9 – 10)



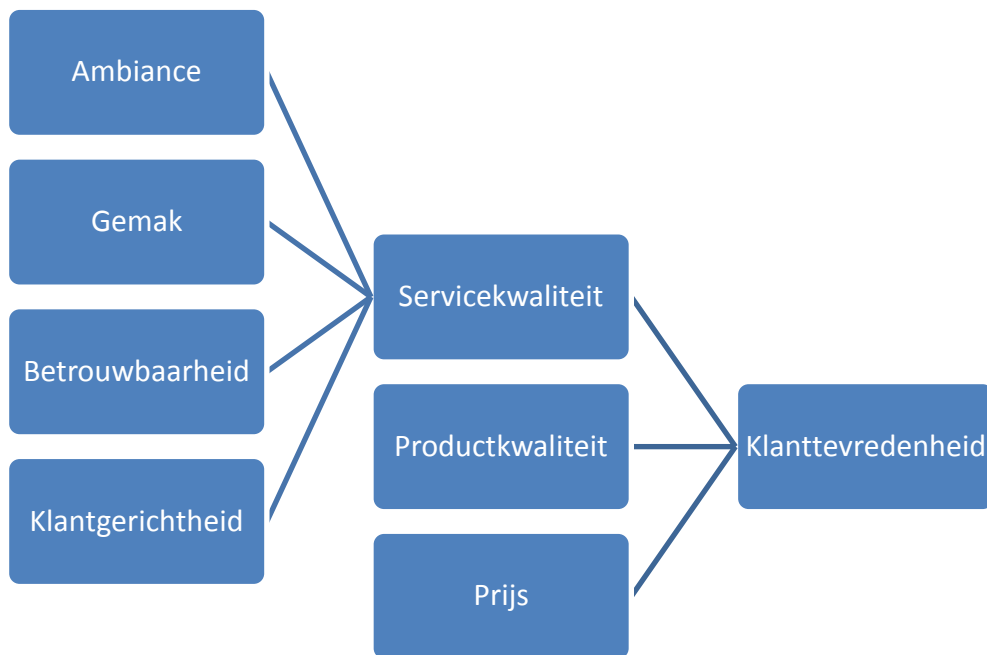
Figuur 3. Net Promotor Score (Reichheld, 2003)

Het percentage van de respondenten die onder de promotors vallen wordt vervolgens van het percentage criticasters afgetrokken. Het resultaat hiervan is de Net Promotor Score. Volgens Reichheld hebben de best scorende bedrijven een NPS tussen de 50% en 80%. Maar over het algemeen halen bedrijven een NPS van 5% tot 10%.

De Net Promotor Score geeft dus met één simpele vraag inzicht in hoeverre de afnemer het bedrijf zou aanbevelen aan zijn/haar vrienden en/of collega's. De uitkomsten van de NPS zijn ook makkelijk om aan de medewerkers van het bedrijf uit te leggen.

2.5 Conceptueel model

Het conceptueel model voor dit onderzoek is opgebouwd vanuit de hierboven besproken literatuur. Dit conceptueel model is een combinatie van het klanttevredenheidsmodel van Thomassen en de vier dimensies van het SERVGYM-model dat is afgeleid van het SERVPERF-model en speciaal voor fitness gerelateerde organisaties is ontwikkeld. In de enquête wordt alleen de performance gemeten en niet de verwachting. Volgens Cronin & Taylor (1992) is het niet nodig om de verwachting te meten onder de klanten om de klanttevredenheid te bepalen. Zij zijn van mening dat het meten van de perceptie van de consument voldoende is.



Figuur 4. Conceptueel model

Dit conceptueel model geeft overzichtelijk weer dat de 4 dimensies ambiance, gemak, betrouwbaarheid en klantgerichtheid invloed hebben op de servicekwaliteit. Servicekwaliteit, productkwaliteit en prijs hebben invloed op de klanttevredenheid.

2.6 Hypothesen

Op basis van het hierboven afgebeelde conceptueel model kunnen een aantal hypothesen worden opgesteld:

- H1: Er is een positief verband tussen de servicekwaliteit en de klanttevredenheid.
- H2: Er is een positief verband tussen de productkwaliteit en de klanttevredenheid.
- H3: Er is een positief verband tussen de prijs en de klanttevredenheid.

H3 Methoden van onderzoek

Voor het verrichten van een marktonderzoek kan onderscheid worden gemaakt tussen deskresearch en fieldresearch. Hieronder wordt toegelicht waar deskresearch voor gebruikt zal worden en waar fieldresearch voor gebruikt zal worden.

3.1 Onderzoeksmethoden

Er zijn verschillende manieren om tot een goed onderzoek te komen. Hieronder worden een aantal methoden genoemd die in dit onderzoek van toepassing zijn.

3.1.1 Deskresearch

De deskresearch wordt uitgevoerd nadat het plan van aanpak is goedgekeurd. Deskresearch houdt in het kort in dat onderzoek wordt gedaan naar alle beschikbare gegevens die kunnen helpen bij het beantwoorden van de probleemstelling. (allesovermarktonderzoek, z.j.)

Kotler beschrijft het uitvoeren van deskresearch als: “het systematisch verzamelen en analyseren van openbaar beschikbare informatie”. (Kotler, 2009)

Deskresearch kan worden onderverdeeld tussen literatuuronderzoek en secundair onderzoek. De informatie die verzameld wordt in het theoretisch kader worden voornamelijk (Engelse) wetenschappelijke artikelen gebruikt. Volgens Raessens is literatuuronderzoek het systematisch en goed bestuderen van artikelen met als hoofddoel tot relevante informatie te krijgen over het betreffende onderwerp. Doordat gebruik gemaakt wordt van literatuuronderzoek zal dit zorgen voor een hogere praktijkopbrengst. (Raessens, 2014)

De informatie die verzameld wordt in het hoofdstuk deskresearch kan gevonden worden in boeken, websites (zoals het CBS), databanken (zoals Google Scholar) en rapporten. In het deskresearch worden door middel van literatuuronderzoek een aantal deelvragen beantwoord. De overige deelvragen worden beantwoord in het fieldresearch.

Voor dit onderzoek zijn bruikbare theorieën en modellen verzameld over het onderwerp klanttevredenheid.

3.1.2 Fieldresearch

Het fieldresearch wordt uitgevoerd na het hoofdstuk deskresearch. Hier worden de deelvragen beantwoord die niet in de deskresearch zullen worden beantwoord en om data te verzamelen die nog niet binnen het bedrijf aanwezig zijn.

Voor het verrichten van een marktonderzoek kan onderscheid worden gemaakt tussen kwalitatieve en kwantitatieve methoden. De keuze van de onderzoeksmethode is afhankelijk van de informatie die de organisatie wenst te verkrijgen.

Voor dit onderzoek wordt er gebruik gemaakt van de kwantitatieve- en de kwalitatieve onderzoeksmethode. Het kwantitatieve deel wordt ook wel een surveyonderzoek (enquête-onderzoek) genoemd. Een enquête-onderzoek wordt gebruikt om inzicht te krijgen in hoeverre bepaalde onderwerpen zich voordoen in de onderzoekspopulatie. De enquête wordt vooral gebruikt om de algemene performance (ervaringen) van de bestaande klanten te meten.

Over het algemeen wordt er gebruik gemaakt van de kwantitatieve onderzoeksmethode als er uit wil worden gegaan van een hogere respons. (Raessens, 2014)

De voordelen van het gebruiken van de kwantitatieve onderzoeksmethoden zijn: (Right marktonderzoek, z.j.)

- Minder sociaal wenselijke antwoorden dan bij een kwalitatieve onderzoeksmethode.
- Het is relatief goedkoper
- De respondent kan de enquête op een zelf gekozen tijdstip invullen.

De nadelen van het gebruiken van de kwantitatieve onderzoeksmethode zijn: (Rijksoverheid, z.j.)

- De respondent kan niet vrij zijn/haar verhaal vertellen, omdat een enquête veelal uit meerkeuze vragen bestaat.
- Er is geen mogelijkheid om te kunnen doorvragen.
- Een enquête bestaat veelal uit gesloten vragen.

Naast gebruik te maken van een enquête, wordt er ook gebruik gemaakt van de kwalitatieve onderzoeksmethode door middel van korte face-to-face interviews te houden. De korte kwalitatieve interviews worden gehouden onder de nieuwe leden en leden die zich uitschrijven. Dit om de nieuwe leden te vragen naar wat ze verwachten van Personal Sports Club en de leden die zich uitschrijven vragen naar de reden waarom. Voor dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van een gestructureerd interview. De vragen en de volgorde ervan staan al vast en er zal niet veel worden doorgevraagd. De kwalitatieve interviews moeten alleen meer inzicht geven in bepaalde factoren van de klanttevredenheid. Deze zullen in de enquête worden beantwoord met 'helemaal niet mee eens' tot 'helemaal mee eens'. De interviews zullen dienen om over een aantal factoren de mening te achterhalen. De resultaten hiervan kunnen inzicht geven in de toekomst eventueel minder mensen het abonnement opzeggen.

De voordelen van het gebruiken van de kwalitatieve onderzoeksmethode zijn: (Communicatierijk, z.j.)

- Er is de mogelijkheid om te kunnen doorvragen naar het waarom of de motieven. De respondent kan zijn verhaal kwijt.
- De vragenlijst is richtinggevend. Dit zorgt ervoor dat er ook spontaan andere vragen naar boven kunnen komen die van belang zijn.

De nadelen van het gebruiken van kwalitatieve onderzoeksmethode zijn:

- De resultaten van kwalitatief onderzoek zijn indicatief en niet representatief.
- De manier waarop de vragen worden gesteld of geïnterpreteerd zijn niet altijd hetzelfde. Hierdoor zullen de antwoorden niet altijd eenduidig zijn.

3.1.3 Steekproefgrootte

Personal Sports Club wil meer inzicht verkrijgen in de tevredenheid van haar klanten. Met dit onderzoek wordt alleen de focus gelegd op de klanten die een fitness abonnement hebben en/of een 10-weekse (afval)cursus volgen. De klanten van de kinderabonnementen zoals judo, kickboksen, streetdance en ballet worden niet meegenomen in dit onderzoek. Ook worden de klanten van het beauty gedeelte niet meegenomen. Dit is besloten omdat de focus van Personal Sports Club ligt op de klanten die komen fitnessen bij de club. Dit is tevens ook de belangrijkste doelgroep voor Personal Sports Club.

Vanuit het klantenbestand kwamen 613 klanten naar voren. Hiervan hadden ruim 100 geen e-mailadres geregistreerd. De enquêtes zijn naar de overige 503 klanten via email verstuurd. De enquête is uiteindelijk ingevuld door 106 respondenten. In bijlage II is de mail te vinden die verstuurd is naar de leden. De enquêtes zijn afgenomen met behulp van het programma Parantion Websurvey.

3.1.4 Verwerking van data

De enquêtes zijn na de afname verwerkt en geanalyseerd door gebruik te maken van Parantion en SPSS. De resultaten zijn verwerkt met SPSS versie 20. SPSS maakt het mogelijk om overzichtelijk een reeds van statistische berekeningen en toetsingen uit te voeren over de ingevulde enquêtes.

3.2 Kwaliteit van het onderzoek

De kwaliteit van het onderzoek is een zeer belangrijk onderdeel van de scriptie. Volgens Raessens moet een kwalitatief goed onderzoek voldoen aan een aantal belangrijke criteria, namelijk: (Raessens, 2014)

- Validiteit
- Betrouwbaarheid
- Bruikbaarheid

3.2.1 Validiteit

Als een onderzoek wordt uitgevoerd is het erg belangrijk om te weten dat er gemeten wordt wat ook daadwerkelijk gemeten dient te worden. Hier hoort bij dat er geen systematische fouten kunnen worden gemaakt.

Een systematische fout houdt bijvoorbeeld in dat er sociaal wenselijke antwoorden kunnen worden gegeven in het veldonderzoek. De respondent zal niet naar waarheid de vraag beantwoorden, maar een verkeerd antwoord geven op de gestelde vraag. Eén van de oorzaken kan zijn dat het over een gevoelig onderwerp gaat en hierdoor sociaal wenselijke antwoorden gegeven worden.

Als gevolg hiervan ontstaat een systematische vertekening van het onderzoek. Door de validiteit te controleren wordt er dus gekeken naar het waarheidsgehalte van het onderzoek. (Manders, 2014)

3.2.2 Betrouwbaarheid

Met de betrouwbaarheid wordt nagegaan hoeveel “toevallige” fouten kunnen voorkomen in het onderzoek. Er treden altijd toevallige fouten op. Dit is een gevolg van menselijk handelen. Enkele voorbeelden van toevallige fouten zijn: (Manders, 2014)

- Per ongeluk een fout maken bij het invoeren van gegevens
- Er kan per ongeluk een verkeerd antwoord zijn aangekruist
- Er kunnen onduidelijkheden zijn ontstaan

Een onderzoek is betrouwbaar als in de toekomst hetzelfde onderzoek wordt uitgevoerd en dezelfde resultaten uit voortkomen. Een betrouwbaar onderzoek is dus herhaalbaar.

3.2.3 Bruikbaarheid

Als met de conclusies en aanbevelingen uit het onderzoek aan de slag kan worden gegaan is er sprake van een bruikbaar onderzoek. Als het onderzoek aantoont op welke manieren de klanttevredenheid van Personal Sports Club kan worden vergroot, hoe zij meer klanten kunnen tevreden stellen en behouden. Dan zal het rapport bruikbaar zijn voor het bedrijf.

H4 Resultaten fieldresearch

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van het fieldresearch worden behandeld. Ook zal er antwoord worden gegeven op de bijbehorende deelvragen.

Onderstaande tabel geeft voor elke dimensie een gemiddelde antwoordscore op een schaal van 1 (helemaal niet mee eens) tot 5 (helemaal mee eens) en de standaarddeviatie weer van alle respondenten. Ook is het 95% betrouwbaarheidsinterval in de tabel meegenomen. De tabel zal hieronder uitgebreid worden toegelicht.

Tabel 1 Gemiddelde, standaarddeviaties en 95% betrouwbaarheidsintervallen per dimensie volgens SPSS.

Dimensies	Gemiddelde $\bar{x}$ *	Standaarddeviatie (SD)	95% Betrouwbaarheidsinterval
Gehele Servicekwaliteit	3,79	0,447	[3,70 – 3,87]
• Ambiance	3,76	0,589	[3,64 – 3,87]
• Gemak	3,68	0,526	[3,58 – 3,78]
• Betrouwbaarheid	3,70	0,540	[3,59 – 3,80]
• Klantgerichtheid	4,02	0,578	[3,91 – 4,13]
Productkwaliteit	3,93	0,462	[3,84 – 4,02]
Prijs	3,57	0,676	[3,44 – 3,70]

N=106

*De hierboven gegeven gemiddeldes zijn gebaseerd op antwoordscores van antwoordmogelijkheden 1 (helemaal niet mee eens) tot en met 5 (helemaal mee eens)

4.1 Servicekwaliteit

In deze paragraaf zal antwoord worden gegeven op de vraag: ‘hoe wordt de servicekwaliteit beleefd’?

Aangezien de servicekwaliteit onderverdeeld kan worden in 4 dimensies, wordt deze ook toegelicht per dimensie.

4.1.1 Hoe wordt de ambiance beleefd?

Door verschillende vragen te stellen in de enquête kan de ambiance worden gemeten. De klanten van Personal Sports Club geven deze vragen een gemiddeld antwoord van $\bar{x}=3,76$. Dit betekent dat de klanten van Personal Sports Club over het algemeen eens zijn op de vragen die over de ambiance/sfeer gaan.

Het 95% betrouwbaarheidsinterval is [3,64 – 3,87]. Dit betekent dat 95% van de respondenten deze antwoorden geven.

Op veel vragen over de ambiance wordt er dus tevreden over geantwoord. Het laagste antwoordgemiddelde ($\bar{x}=3,45$) van de vragen die over de ambiance gaan (zie bijlage III, tabel 15) wordt gegeven op vraag 6 (‘Er wordt een comfortabele temperatuur gehanteerd in de sportschool’). Dit geeft aan dat de klanten tussen ‘neutraal’ en ‘mee eens’ geantwoord hebben. In bijlage 3, tabel 20, wordt inzicht gegeven in de antwoorden die de respondenten gegeven hebben op deze stelling. In de tabel is af te lezen dat een ruime meerderheid het eens is met deze stelling.

4.1.2 Hoe wordt het gemak beleefd?

Het gemak is ook gemeten aan de hand van verschillende vragen te stellen in de enquête. De klanten van Personal Sports Club geven een gemiddelde antwoordscore van $\bar{x}=3,68$. Het 95% betrouwbaarheidsinterval ligt bij deze vragen tussen $[3,58 - 3,78]$. Dit wil zeggen dat het gemiddelde niet op toeval gebaseerd is. Er kan namelijk met 95% zekerheid worden gezegd dat het gemiddelde tussen de 3,58 en 3,78 ligt. Dit betekent dat de klanten gemiddeld 'neutraal' tot 'mee eens' zijn op de vragen die gaan over het gemak. Het gemiddelde ligt hier ongeveer gelijk met de ambiance. Het laagste antwoordgemiddelde ($\bar{x}=3,36$) wordt gegeven op vraag 10 ('U bent tevreden over de openingstijden van Personal Sports Club'). Dit geeft aan dat de klanten gemiddeld genomen verdeeld zijn over deze stelling (zie bijlage III, tabel 24). 56,6% is het (helemaal) mee eens met deze stelling, 27,4% is het niet eens met deze stelling. De overige 16% heeft neutraal als antwoord gegeven. Het hoogste antwoordgemiddelde ($\bar{x}=3,92$) wordt gegeven op vraag 9 ('Personal Sports Club biedt u persoonlijke trainingsprogramma's aan'). 78,3% is het (helemaal) mee eens met deze stelling (zie bijlage III, tabel 23).

4.1.3 Hoe wordt de betrouwbaarheid beleefd?

De betrouwbaarheid van Personal Sports Club is gemeten door een aantal vragen hierover te stellen in de enquête. Hierbij wordt een gemiddelde antwoordscore van $\bar{x}=3,70$ gegeven. Dit geeft aan dat de klanten van Personal Sports Club genoeg betrouwbaarheid ervaren. Het 95% betrouwbaarheidsinterval ligt tussen de $[3,59 - 3,80]$. Dit betekent dat er met 95% zekerheid kan worden gezegd dat de gemiddelde antwoordscore ($\bar{x}=3,70$) tussen deze interval ligt. Dit geeft aan dat het gemiddelde niet op toeval is gebaseerd. Het laagste antwoordgemiddelde ($\bar{x}=3,61$) wordt gegeven op vraag 13 ('Personal Sports Club voert de geleverde services altijd in één keer goed uit') (zie bijlage III, tabel 15). In bijlage III, tabel 27 is af te lezen dat 61,3% het (helemaal) mee eens is met deze stelling. De overige 32,1% heeft neutraal geantwoord op deze stelling en 6,6% was het niet met deze stelling eens. Het hoogste antwoordgemiddelde ($\bar{x}=3,79$) is gegeven op vraag 12 ('Wanneer u een probleem ondervindt toont Personal Sports Club oprechte interesse om het op te lossen') (zie bijlage III, tabel 15). Dit betekent dat de gemiddelde respondent hier 'neutraal' tot 'mee eens' heeft geantwoord.

4.1.4 Hoe wordt de klantgerichtheid beleefd?

De klantgerichtheid van Personal Sports Club is uiteraard ook meegenomen in de enquête. Hier scoort Personal Sports Club het hoogst op. De gemiddelde antwoordscore is $\bar{x}=4,02$. Dit geeft aan dat de klanten van Personal Sports Club een hoge mate van klantgerichtheid ervaren.

Het 95% betrouwbaarheidsinterval ligt tussen [3,91 – 4,13]. Dit geeft aan dat de gemiddelde antwoordscore ($\bar{x}=4,02$) met 95% zekerheid tussen deze interval ligt. Het gemiddelde is dus niet op toeval gebaseerd.

Het laagste antwoordgemiddelde ($\bar{x}=3,75$) wordt gegeven op vraag 19 ('De medewerkers van Personal Sports Club begrijpen uw specifieke behoeften') (zie bijlage III, tabel 15). Dit betekent dat de respondenten gemiddeld tussen 'neutraal' en 'mee eens' hebben geantwoord (zie bijlage III, tabel 33).

Het hoogste antwoordgemiddelde ($\bar{x}=4,42$) wordt gegeven op vraag 17 ('De medewerkers van Personal Sports Club zijn voortdurend vriendelijk'). Hier is 93,4% het (helemaal) mee eens. De overige 6,6% heeft helemaal niet mee eens tot neutraal geantwoord (zie bijlage III, tabel 31). Het is een goed teken dat Personal Sports Club goed scoort op vriendelijk personeel.

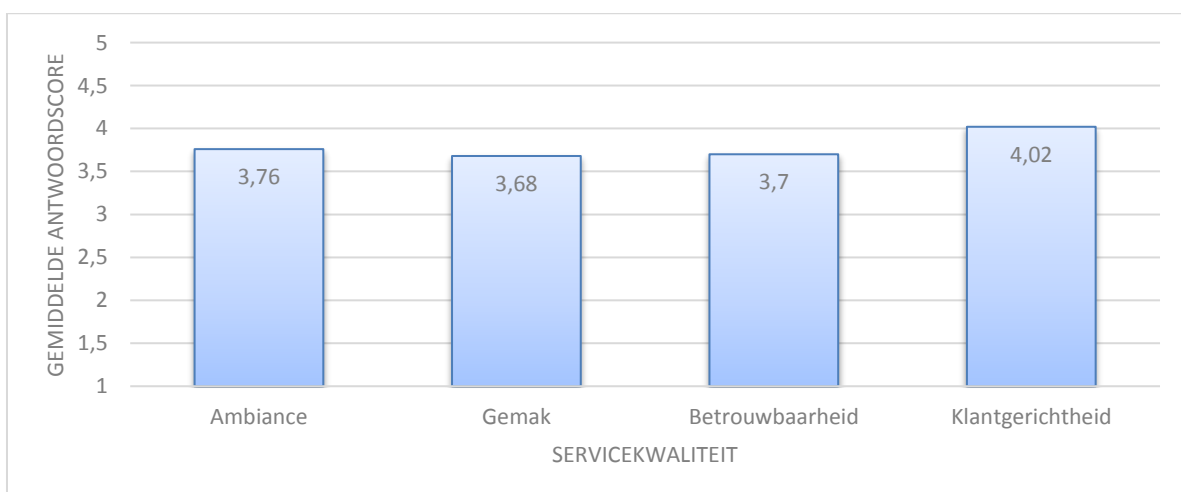
4.1.5 De gehele servicekwaliteit

In de hierboven beschreven paragrafen is per dimensie een beeld geschetst van de gemiddelde antwoordscores en 95% betrouwbaarheidsintervallen. Ook is per dimensie gekeken naar opvallende uitkomsten door de vraag met de laagste en hoogste gemiddelde antwoordscore uit te lichten. In deze paragraaf wordt een algeheel beeld geschetst van de servicekwaliteit. Personal Sports Club scoort gemiddeld genomen over de gehele servicekwaliteit positief ($\bar{x}=3,79$). Het 95% betrouwbaarheidsinterval ligt tussen [3,70 – 3,87]. Dit betekent dat er met 95% zekerheid gezegd kan worden dat het gemiddelde tussen deze interval valt. Het gemiddelde van $\bar{x}=3,79$ geeft aan de klanten van Personal Sports Club positief zijn over de servicekwaliteit die de club biedt.

Gemiddeld genomen is er over de servicekwaliteit vragen geen negatief antwoord is gegeven. De laagste gemiddelde antwoordscore ($\bar{x}=3,36$) over de vragen die gaan over servicekwaliteit is vraag 10 ('u bent tevreden over de openingstijden van Personal Sports Club') (zie bijlage III, tabel 15).

De hoogste gemiddelde antwoordscore ($\bar{x}=4,42$) over de vragen die gaan over de servicekwaliteit is vraag 17 ('De medewerkers van Personal Sports Club zijn voortdurend vriendelijk') (zie bijlage III, tabel 15).

In de onderstaande figuur zijn de gemiddelde antwoordscores per dimensie van de servicekwaliteit overzichtelijk afgebeeld.



Figuur 5 Gemiddelde antwoordscores per dimensie servicekwaliteit

4.2 Productkwaliteit

In deze paragraaf zal antwoord worden gegeven op de vraag hoe de klant de productkwaliteit van Personal Sports Club beleeft.

De product/dienstkwaliteit is gemeten door een aantal vragen over de aangeboden producten/diensten van Personal Sports Club te stellen.

Tabel 9 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'productkwaliteit'.

Product	Aantal respondenten	Gemiddelde $\bar{x}$	Standaarddeviatie (SD)	95% Betrouwbaarheidsinterval
Gehele productkwaliteit	106	3,93	0,462	[3,84 – 4,02]
Abonnement	106	3,89	0,468	[3,80 – 3,98]
Groepslessen	49*	4,02	0,750	[3,80 – 4,24]

*De respondenten die niet meedoen aan groepslessen hebben met n.v.t. geantwoord. Deze zijn niet meegewogen (missing: N=57).

Over de algehele gemeten productkwaliteit scoort Personal Sports Club positief ($\bar{x}=3,93$). Dit betekent dat de klanten van Personal Sports Club tevreden zijn over de aangeboden productkwaliteit. Het 95% betrouwbaarheidsinterval ligt tussen [3,84 – 4,02]. Dit geeft aan dat de gemiddelde antwoordscore niet op toeval gebaseerd is, omdat er met 95% zekerheid kan worden aangenomen dat het gemiddelde tussen deze interval ligt.

Op de vragen die gaan over het abonnement wordt er gemiddeld genomen ($\bar{x}=3,89$) 'neutraal' tot 'tevreden' geantwoord. Het 95% betrouwbaarheidsinterval ligt tussen [3,80 – 3,98]. Dit betekent dat er met 95% zekerheid kan worden gezegd dat het gemiddelde tussen deze interval ligt.

Op de vragen die gaan over de groepslessen is positiever geantwoord. Gemiddeld genomen ($\bar{x}=4,02$) wordt op deze vragen met 'tevreden' geantwoord. De respons is echter wel minder hoog, omdat niet iedere respondent ook meedoet aan de groepslessen. Vandaar is N=49 bij de vragen die gaan over de groepslessen. Het 95% betrouwbaarheidsinterval ligt tussen [3,80 – 4,24]. Dit geeft aan dat het gemiddelde met 95% zekerheid ligt tussen deze twee getallen.

In de kruistabel (bijlage III, tabel 73) is te zien dat de vrouwen over het algemeen sneller 'zeer tevreden' antwoorden over de algemene kwaliteit van de groepslessen.



Figuur 6 Gemiddelde antwoordscores per product

4.3 Prijs

In deze paragraaf zal er antwoord worden gegeven op de vraag hoe de klant de prijs van Personal Sports Club beleeft.

Tabel 12 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'Prijs + prijs/kwaliteitsverhouding'.

Product	Gemiddelde $\bar{x}$	Standaarddeviatie (SD)	95% Betrouwbaarheidsinterval
Algehele prijs	3,57	0,676	[3,44 – 3,70]
Prijs	3,56	0,731	[3,42 – 3,70]
Prijs/kwaliteitsverhouding	3,58	0,755	[3,43 – 3,72]

De prijs kan onderverdeeld worden in de prijs die men betaalt voor het abonnement of cursus en de prijs/kwaliteitsverhouding die wordt ervaren.

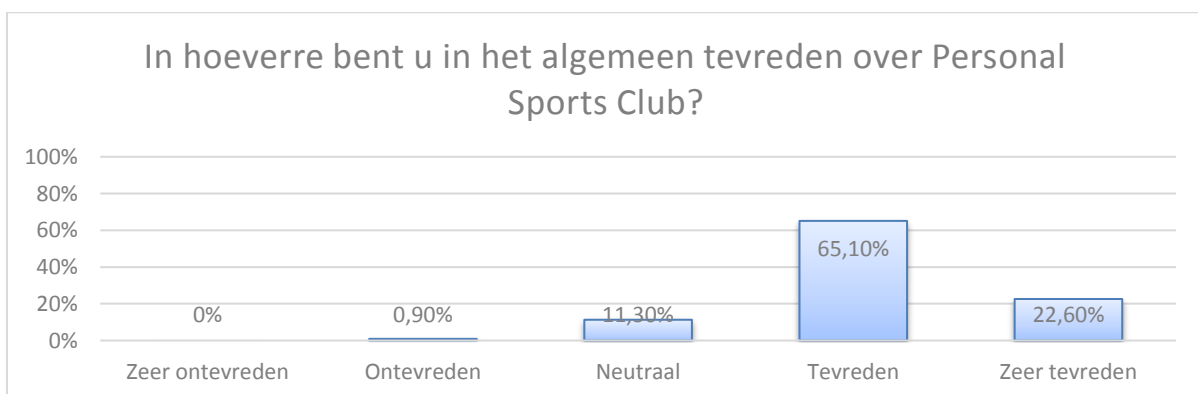
Gemiddeld genomen ($\bar{x}=3,56$) zijn de klanten van Personal Sports Club 'neutraal' tot 'tevreden' over de prijs die gehanteerd wordt. Het 95% betrouwbaarheidsinterval ligt tussen de [3,42 – 3,70]. Dit betekent dat het gemiddelde met 95% zekerheid tussen deze interval ligt.

Over de prijs/kwaliteitsverhouding wordt ongeveer hetzelfde geantwoord als op de tevredenheid over de prijs. Gemiddeld genomen ($\bar{x}=3,58$) zijn de klanten van Personal Sports Club 'neutraal' tot 'tevreden' over de prijs/kwaliteitsverhouding. Het 95% betrouwbaarheidsinterval ligt tussen [3,43 – 3,72].

Ook is in de kruistabel te zien in bijlage III, tabel 70 dat de klanten van Personal Sports Club over het algemeen tevreden zijn over de gehanteerde prijzen. Opvallend is echter dat bij het standaard abonnement van €34,95, 42% 'zeer ontevreden' tot 'neutraal' heeft geantwoord.

4.4 Algemene klanttevredenheid

In de enquête zijn ook twee vragen gesteld over de algemene klanttevredenheid van Personal Sports Club. De eerste algemene vraag was vraag 25 ('In hoeverre bent u over het algemeen tevreden over Personal Sports Club'). Te zien is in de onderstaande figuur dat de grote meerderheid over het algemeen tevreden is over Personal Sports Club. 65,1% van de klanten van Personal Sports Club heeft 'tevreden' geantwoord. 22,6% heeft van de klanten heeft 'zeer tevreden' geantwoord. De overige 12,2% heeft 'ontevreden' tot 'neutraal' geantwoord (zie bijlage III, tabel 55).



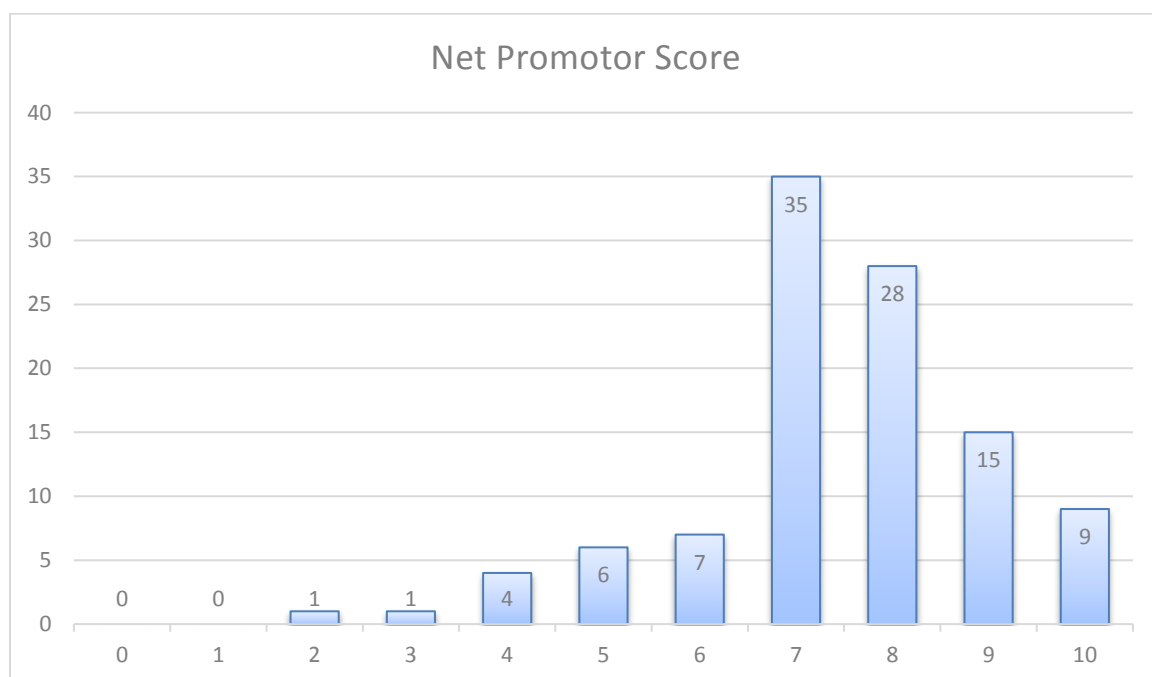
Figuur 7 Algemene tevredenheid

In bijlage III, tabel 72 is in de kruistabel te zien dat de respondenten ingedeeld in aantal jaren lid over het algemeen tevreden zijn over Personal Sports Club. Opvallend is dat bijna de helft van de respondenten (44%) 0 tot 1 jaar lid is en over het algemeen 'tevreden' tot 'zeer tevreden' antwoorden.

Ook is in de enquête gevraagd in hoeverre de klanten Personal Sports Club zouden aanraden aan vrienden en/of collega's. Deze vraag staat beter bekend als de Net Promotor Score.

In de onderstaande figuur is af te lezen hoeveel klanten dit zouden doen. Opvallend is dat niemand met '0 en 1 zeer onwaarschijnlijk' heeft geantwoord. De overgrote meerderheid van de klanten zouden Personal Sports Club wel aanraden bij familie en collega's. Dit zijn er opgeteld maar liefst 94, en 12 mensen zouden dit waarschijnlijk niet doen.

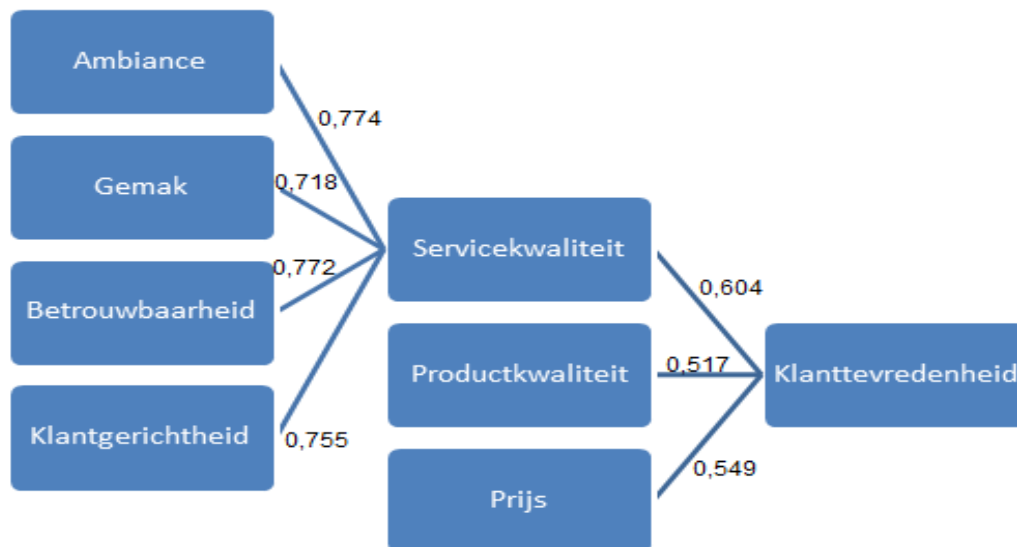
De Net Promotor Score kan vervolgens berekend worden door het percentage promotors van het percentage criticasters af te trekken. Uit tabel 56 blijkt dat 22,7% van de klanten onder de categorie 'promotors' valt. De ruime meerderheid (59,4%) van de klanten van Personal Sports Club vallen onder de categorie 'passives'. De categorie criticasters zijn goed voor 17,9% van de klanten van Personal Sports Club. Dit betekent dat Personal Sports Club op dit moment een Net Promotor Score van 4,8 heeft. Uit het theoretisch kader blijkt dat bedrijven over het algemeen een NPS hebben van 5 tot 10. 4,8 is dus niet heel hoog, maar het is ook niet negatief. Het lagere percentage komt vooral omdat de grote meerderheid van de klanten van Personal Sports Club in de categorie 'passives' zit.



Figuur 8 Net Promotor Score

4.5 Correlatie analyse

In deze paragraaf worden de correlaties besproken die zijn gemeten.



Figuur 9 Conceptueel model met correlaties

Om correct antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvragen, is het van belang om te kijken of er een verband is tussen de ambiance, gemak, betrouwbaarheid, klantgerichtheid met servicekwaliteit. Ook is het belang om te kijken of er een verband is tussen servicekwaliteit, productkwaliteit, prijs met de algemene klanttevredenheid.

Deze correlaties zijn aan de hand van SPSS berekend door middel van een bivariate correlatie uit te voeren. Er is gekozen voor de Spearman rho omdat de schalen ordinaal verdeeld zijn en niet op basis van interval. In bijlage III, tabel 59 & 60 staan de correlatiecoëfficiënten met de bijbehorende significante niveaus. Hoe de verbanden geïnterpreteerd kunnen worden staat in bijlage III, tabel 58.

Ambiance en servicekwaliteit over Personal Sports Club

Uit de correlatietest in SPSS is gebleken dat er een significant positief verband bestaat tussen de ambiance en de servicekwaliteit ($r=0,774$, $p < 0,001$) (zie bijlage III, tabel 60). Dit betekent dat de correlatiecoëfficiënt een sterk verband aangeeft. Dit geeft aan dat de kwaliteit van service hoger wordt naar mate de ambiance ook groter is.

Gemak en servicekwaliteit over Personal Sports Club

Uit de correlatietest in SPSS is gebleken dat er een significant positief verband bestaat tussen het gemak en de servicekwaliteit ($r=0,718$, $p < 0,001$) (zie bijlage III, tabel 60). Dit betekent dat de correlatiecoëfficiënt een sterk verband aangeeft. Dit geeft aan dat de kwaliteit van service hoger wordt naar mate het gemak ook groter is.

Betrouwbaarheid en servicekwaliteit over Personal Sports Club

Uit de correlatietest in SPSS is gebleken dat er een significant positief verband bestaat tussen de betrouwbaarheid en de servicekwaliteit ($r=0,772$, $p < 0,001$) (zie bijlage III, tabel 60). Dit betekent dat de correlatiecoëfficiënt een sterk verband aangeeft. Dit geeft aan dat de kwaliteit van service hoger wordt naar mate de betrouwbaarheid ook toeneemt.

Klantgerichtheid en servicekwaliteit over Personal Sports Club

Uit de correlatietest in SPSS is gebleken dat er een significant positief verband bestaat tussen de klantgerichtheid en de servicekwaliteit ($r=0,604$, $p < 0,001$) (zie bijlage III, tabel 60). Dit betekent dat de correlatiecoëfficiënt een sterk verband aangeeft. Dit geeft aan dat de kwaliteit van service hoger wordt naar mate de klantgerichtheid ook toeneemt.

De correlaties tussen deze 4 dimensies en de servicekwaliteit liggen redelijk dichtbij elkaar. Al deze 4 correlaties geven een sterk positief en significant verband aan.

Hieronder wordt naar de overige correlaties gekeken tussen servicekwaliteit, productkwaliteit, prijs met de algemene klanttevredenheid.

Servicekwaliteit en algemene klanttevredenheid over Personal Sports Club

Uit de correlatietest in SPSS is gebleken dat er een significant positief verband bestaat tussen de servicekwaliteit en de algemene klanttevredenheid ($r=0,604$, $p < 0,001$) (zie bijlage III, tabel 59). Dit betekent dat de correlatiecoëfficiënt een sterk verband aangeeft. Dit geeft aan dat de algemene klanttevredenheid hoger wordt naar mate de servicekwaliteit toeneemt. Hoe lager de kwaliteit van service is, hoe minder tevreden de klanten zullen zijn.

Productkwaliteit en algemene klanttevredenheid over Personal Sports Club

Uit de correlatietest in SPSS is gebleken dat er een significant positief verband bestaat tussen de productkwaliteit en de algemene klanttevredenheid ($r=0,517$, $p < 0,001$) (zie bijlage III, tabel 59). Dit betekent dat de correlatiecoëfficiënt een redelijk verband aangeeft. Dit geeft aan dat de algemene klanttevredenheid hoger wordt naar mate de productkwaliteit toeneemt.

Prijs en algemene klanttevredenheid over Personal Sports Club

Uit de correlatietest in SPSS is gebleken dat er een significant positief verband bestaat tussen de prijs en de algemene klanttevredenheid ($r=0,549$, $p < 0,001$) (zie bijlage III, tabel 59). Dit betekent dat de correlatiecoëfficiënt een redelijk verband aangeeft. Dit geeft aan dat de algemene klanttevredenheid hoger wordt naar mate de prijs voor de klanten in hun optiek aanvaardbaar is.

4.6 Regressie analyse

In deze paragraaf zullen de resultaten van de regressie analyse worden besproken.

Door een regressie analyse uit te voeren kan je de relatie bepalen tussen de continue verklarende variabelen en de afhankelijke variabelen. Er wordt gekeken of er een voorspellend verband is.

Zoals te zien is in bijlage III, tabel 69 is zijn er in het laatste model van de backwards regressie analyse een aantal onafhankelijke variabelen. De afhankelijke variabele in deze analyse is: 'in hoeverre bent u in het algemeen tevreden over Personal Sports Club'. De variabelen uit het laatste model 6 zijn niet allemaal significant.

De resultaten van de variabelen uit model 6 zien er als volgt uit: (bijlage III, tabel 69)

- Het aanbod van abonnementen ($\beta=0,150$, niet significant 0,88)
- De maandelijkse opzegtermijn ($\beta=0,144$, niet significant 0,78)
- De prijs/kwaliteitsverhouding ($\beta=0,474$, wel significant 0,000)
- De diversiteit van de groepslessen ($\beta=0,160$, niet significant 0,37)

Uit deze analyse kan geconcludeerd worden dat de prijs/kwaliteitsverhouding de belangrijkste variabele is om een positieve algemene klanttevredenheid te realiseren. Deze variabele heeft de grootste β waarde en is ook significant.

4.7 Cronbach's Alpha

In SPSS is ook de Cronbach's Alpha test gedaan. Dit is om te toetsen of de gestelde vragen in de enquête daadwerkelijk passen bij hun thema (servicekwaliteit, ambiance, gemak, betrouwbaarheid, klantgerichtheid, productkwaliteit en prijs). Om een goede vragenlijst te hebben dient de cronbach's alpha rond de $\alpha=0,7$ te liggen. In bijlage III, tabel 61 t/m 67 is te zien dat alleen de cronbach's alpha bij het kopje gemak laag ligt ($\alpha=0,470$) (zie bijlage III, tabel 63). Dit geeft aan dat de vragen behorend bij de categorie 'gemak' niet heel betrouwbaar zijn. De overige categorieën servicekwaliteit, ambiance, betrouwbaarheid, klantgerichtheid, productkwaliteit en prijs zijn wel betrouwbaar, want $\alpha=0,7$ (zie bijlage III, tabel 61, 62, 64, 65, 66, 67).

4.8 Verwachtingen nieuwe klanten

In deze paragraaf en paragraaf 5.9 worden de resultaten van de kwalitatieve interviews beschreven.

Om een beeld te krijgen van de respondenten zijn een aantal vragen gesteld met betrekking tot de verwachtingen van klanten. Ook zijn er een aantal algemene vragen gesteld.

Er zijn 5 nieuwe klanten geïnterviewd. De respondenten geven aan de sportschool vooral te kennen via-via, reclame op Facebook en de website (bijlage VI, analyseschema 1).

De voornaamste reden dat de respondenten voor Personal Sports Club hebben gekozen zijn dat het goed gelegen en dichtbij is, maandelijks opzegbare abonnementen worden gehanteerd en de mogelijkheid om onder begeleiding af te vallen (bijlage VI, analyseschema 2).

Belangrijke criteria waar een sportschool aan moet voldoen, volgens de respondenten die nieuw zijn bij de sportschool, zijn o.a.: het moet niet te druk zijn, hygiëne, persoonlijke begeleiding en vriendelijk personeel.

Bij de vraag die gaat over de openingstijden is opvallend dat de respondenten die doordeweeks willen sporten de openingstijden goed vinden (bijlage VI, analyseschema 4). De respondent die ook in het weekend wil sporten vindt het te vroeg om zaterdag om 15:00 uur en zondag om 14:00 uur te sluiten. Tot ongeveer 18:00 uur zou beter uitkomen. (zie bijlage V, verbatim 1).

De respondenten antwoorden over het algemeen wel eensgezind over de vraag wat zij van de gehanteerde prijzen vinden. Zij geven aan dat de prijs wel aan de gemiddeld tot hoge kant is, maar dit er wel voor over hebben. Vooral omdat zij een stukje persoonlijke begeleiding wel fijn vinden (bijlage VI, analyseschema 6).

4.9 Ervaringen van uitschrijvende leden

Om een beeld te schetsen waarom de leden zich uitschrijven en hoe zij de bepaalde factoren hebben ervaren zijn een aantal vragen gesteld met betrekking tot de ervaringen van de klanten.

De respondenten geven aan dat zij het abonnement opzeggen, omdat zij medische klachten hebben of het te druk hebben (bijlage VI, analyseschema 7).

Op de vraag hoe de respondenten de openingstijden hebben ervaren antwoorden 3 van de 4 respondenten positief. Eén respondent geeft aan dat zij wel eens in het weekend is gegaan, maar dat het redelijk vroeg dicht ging (bijlage VI, analyseschema 9).

De respondenten hebben de kwaliteit van de fitnessapparatuur over het algemeen positief ervaren. Een aantal opmerkingen waren dat een crosstrainer een tijd kapot was en dat het leer op een aantal plekken aan het scheuren is (bijlage VI, analyseschema 10).

De respondenten zijn over het algemeen positief over de parkeergelegenheid rondom Personal Sports Club. Eén respondent geeft aan dat het jammer is dat voor de club parkeren betaald is tot 18:00 uur (bijlage VI, analyseschema 11).

Op de vraag hoe de respondenten de gehanteerde prijs hebben ervaren waren zij tevreden. Ze vonden het een goede prijs/kwaliteitsverhouding (bijlage VI, analyseschema 12).

Over de algemene kwaliteit van Personal Sports Club zijn de respondenten gemiddeld genomen positief. Dit komt ook overeen met de resultaten uit de enquête (bijlage VI, analyseschema 13). Daar waren de respondenten ook positief over de algemene kwaliteit van Personal Sports Club.

H5 Conclusie

Om antwoord te kunnen geven op de probleemstelling zijn een aantal deelvragen opgesteld (zie paragraaf 1.4). De deelvragen zijn onderverdeeld in desk- en fieldresearch vragen. Deze deelvragen zijn uitgebreid in de bovenstaande hoofdstukken beantwoord. In dit hoofdstuk zal er antwoord worden gegeven op de probleemstelling: *“Hoe kan Personal Sports Club de klanttevredenheid, indien nodig, onder de leden verbeteren?”*

5.1 Probleemstelling beantwoorden

Door conclusies te trekken uit de geformuleerde deelvragen zal in deze paragraaf de probleemstelling beantwoord worden.

Deelvraag 1: ‘Wat houdt het begrip klanttevredenheid in?’

Uit de eerste deelvraag kan geconcludeerd worden dat klanttevredenheid de beleving van klanten is, die ontstaat door het vergelijken van ervaringen met de verwachtingen die men heeft van de organisatie. Als de waargenomen ervaringen voldoen aan de verwachtingen van de klant, kan er gesproken worden van klanttevredenheid. Indien dit niet het geval is en de ervaringen van de klant niet voldoen aan de verwachtingen is er sprake van ontevredenheid.

Deelvraag 2: ‘Wat is het belang van een positieve klanttevredenheid?’

Uit deelvraag 2 kan geconcludeerd worden dat tevreden klanten van groot belang zijn voor een organisatie. Tevreden klanten worden namelijk trouwe en loyale klanten. Klanten die vaak terugkomen en tevreden zijn over het product of geleverde dienst, creëren een gevoel van vertrouwen en verbondenheid met de organisatie. Dit kan komen door goede producten, hoge kwaliteit van dienstverlening en vriendelijk personeel. Het realiseren van klanttevredenheid geldt als goede basis voor de toekomstige omzet. Het gevolg van het realiseren van klanttevredenheid is klantloyaliteit. Klantloyaliteit is noodzakelijk om ervoor te zorgen dat ook in de toekomst de omzet rendabel blijft. Het gevolg van klantloyaliteit is de klantwaarde. Voor de organisatie is vooral de financiële waarde van belang. Het realiseren van een positieve klanttevredenheid heeft dus goede gevolgen voor klantloyaliteit en klantwaarde.

Deelvraag 3: ‘Welke factoren zijn van invloed op de klanttevredenheid?’

Vanuit deelvraag 3 kan geconcludeerd worden dat de factoren servicekwaliteit, productkwaliteit en de prijs de belangrijkste factoren die van invloed op de klanttevredenheid zijn. De factor servicekwaliteit (SERVQUAL) bestaat uit 5 dimensies, namelijk: betrouwbaarheid, responsiviteit, tastbare zaken, empathie en zekerheid. Het model dat in dit onderzoek is gebruikt, is een variant op het SERVQUAL model, het SERVGYM model. Dit model is ontwikkeld speciaal voor de ‘sport en bewegen’ branche. Dit model maakt gebruik van de 4 dimensies: ambiance, gemak, betrouwbaarheid en klantgerichtheid.

De product- of dienstkwaliteit kan worden beoordeeld op de prestaties, basiseigenschappen, kwaliteit en extra features.

Bij de factor prijs is vooral de prijs/kwaliteitsverhouding van belang.

Deelvraag 4: 'Hoe wordt de servicekwaliteit van Personal Sports Club door de klant beleefd?'

De servicekwaliteit is onderverdeeld in 4 dimensies. De conclusie op deze deelvraag wordt per dimensie beschreven.

Ambiance

Aan de hand van meerdere vragen die gesteld zijn over de ambiance in de sportschool kan geconcludeerd worden dat de klanten over het algemeen positief zijn over de ambiance binnen Personal Sports Club. De vraag die gaat over de temperatuur binnen de sportschool scoort het laagste binnen deze dimensie.

Gemak

Vanuit de vragen die betrekking hebben op het gemak kan geconcludeerd worden dat de klanten over het algemeen ook positief zijn over het gemak bij Personal Sports Club. Deze dimensie scoort echter wel het laagste van de 4 dimensies. De vraag over de openingstijden scoort het laagste binnen deze dimensie. Uit de kwalitatieve interviews is gebleken dat dit vooral voor in het weekend geldt. Dan sluit de sportschool namelijk al op zaterdag om 15:00 uur en zondag om 14:00 uur. Personal Sports Club scoort het beste binnen deze dimensie op de persoonlijke trainingsprogramma's die zij aanbieden.

Betrouwbaarheid

Vanuit de vragen die betrekking hebben op de betrouwbaarheid binnen Personal Sports Club kan geconcludeerd worden dat de klanten over het algemeen tevreden zijn . De vraag die gaat over of Personal Sports Club de geleverde service in één keer goed uitvoert, scoort het laagste binnen deze dimensie. Binnen deze dimensie wordt het hoogst gescoord op de vraag: 'Wanneer u een probleem ondervindt toont Personal Sports Club oprechte interesse om het op te lossen'. Dit betekent dat klanten tevreden zijn over de snelle service die geleverd wordt indien er problemen bij de klant optreden.

Klantgerichtheid

Aan de hand van meerdere vragen die betrekking hebben op de klantgerichtheid kan geconcludeerd worden dat de klanten van Personal Sports Club tevreden zijn over de klantgerichtheid. Deze dimensie scoort gemiddeld het hoogste van de 4 dimensies.

Het hoogste antwoordgemiddelde werd gegeven op de vraag: 'De medewerkers van Personal Sports Club zijn voortdurend vriendelijk'. 93,4% is het (helemaal) mee eens met deze stelling. Dit betekent dat de klantvriendelijkheid erg hoog is binnen de club. Het personeel is dus zeer vriendelijk en dit moet vooral zo blijven.

Algemene servicekwaliteit

Uit de hierboven genoemde dimensies is op te maken dat de klanten van Personal Sports Club over het algemeen tevreden zijn over de geleverde servicekwaliteit. Er is gemiddeld genomen geen negatief antwoord gegeven op de vragen die gaan over de servicekwaliteit.

Deelvraag 5: 'Hoe wordt de productkwaliteit van Personal Sports Club door de klant beleefd?'

Uit deelvraag 5 kan geconcludeerd worden dat de product- en dienstkwaliteit bij Personal Sports Club over het algemeen als positief wordt ervaren. Dit is op te maken uit de tevredenheid over de aangeboden abonnementen, cursussen en groepslessen.

Uit de resultaten van de enquête blijkt dat de klanten van Personal Sports Club meer tevreden zijn over de gegeven groepslessen dan de aangeboden abonnementen. Het verschil hiertussen is echter minimaal. Ook is het opvallend dat de vrouwen over het algemeen sneller positief antwoorden over de algemene kwaliteit van de groepslessen dan mannen.

Deelvraag 6: 'Hoe wordt de prijs van Personal Sports Club door de klant beleefd?'

Uit deelvraag 6 kan geconcludeerd worden dat de klanten de prijs en prijs/kwaliteitsverhouding bij Personal Sports Club gemiddeld genomen met 'neutraal' tot 'tevreden' beantwoorden. De prijs en prijs/kwaliteitsverhouding gaat alleen over de abonnementen en cursussen.

Opvallend is echter dat bij het standaard abonnement van €34,95, 42% 'zeer ontevreden' tot 'neutraal' heeft geantwoord.

Deelvraag 7: 'Wat zijn de verwachtingen van de nieuwe klanten?'

Uit de kwalitatieve interviews kan geconcludeerd worden dat de nieuwe klanten een aantal verwachtingen hebben. Criteria die volgens de klanten van Personal Sports Club er toe doen, zijn hygiëne, persoonlijke begeleiding en vriendelijk personeel. Volgens één van de respondenten moeten de openingstijden in het weekend worden aangepast, omdat 15:00 uur op zaterdag en 14:00 uur op zondag iets te vroeg is om dicht te gaan. De prijs die zij betalen voor het abonnement vinden zij gemiddeld tot aan de hoge kant, maar hebben dit wel over voor persoonlijke begeleiding.

Deelvraag 8: 'Wat zijn de ervaringen van klanten die zich uitschrijven?'

Uit de kwalitatieve interviews kan geconcludeerd worden dat de klanten die zich uitschrijven over een aantal factoren meer tevreden zijn dan andere. 75% van de respondenten die zich uitschrijven zijn tevreden over de gehanteerde openingstijden. Eén respondent geeft echter aan dat zij wel eens in het weekend wilde sporten, maar dat de club redelijk vroeg dichtging.

Ook waren de respondenten over het algemeen tevreden over de kwaliteit van de fitnessapparatuur. Enkele opmerkingen gingen over dat het leer op sommige apparaten aan het scheuren is en dat het beeld van een crosstrainer het soms niet goed doet.

De parkeergelegenheid, prijs en prijs/kwaliteitsverhouding hebben zij als positief ervaren.

5.2 Beantwoorden hypothesen

In deze paragraaf worden de hypothesen uit het theoretisch kader beantwoord. In het theoretisch kader is te zien dat de belangrijkste factoren die van invloed zijn op het realiseren van een positieve klanttevredenheid de servicekwaliteit, productkwaliteit en prijs zijn.

H1: 'Er is een positief verband tussen de servicekwaliteit en de klanttevredenheid.'

Deze hypothesen kan worden aangenomen. Er is een sterk positief en significant verband tussen de servicekwaliteit en de klanttevredenheid. Dit geeft aan dat de klanttevredenheid hoger wordt naar mate de servicekwaliteit toeneemt.

H2: 'Er is een positief verband tussen de productkwaliteit en de klanttevredenheid.'

Ook deze hypothese kan worden aangenomen. Uit de correlatietest in SPSS is gebleken dat er een significant positief verband bestaat tussen de productkwaliteit en de klanttevredenheid. Dit geeft aan dat de klanttevredenheid toeneemt, als de productkwaliteit ook toeneemt.

H3: 'Er is een positief verband tussen de prijs en de klanttevredenheid.'

Deze hypothese kan ook worden aangenomen. Ook bij deze hypothese is gebleken dat er een positief en significant verband bestaat tussen de prijs en de klanttevredenheid. Dit betekent dat de klanttevredenheid hoger wordt naar mate de prijs voor de klanten in hun optiek aanvaardbaar is.

H6 Aanbeveling

In dit hoofdstuk worden de aanbevelingen die voortkomen uit de conclusie beschreven. In de aanbeveling komt de onderzoeksvraag die centraal staat in deze scriptie naar voren, namelijk:

Hoe kan Personal Sports Club, indien nodig, de klanttevredenheid verbeteren?

Uit het vorige hoofdstuk, is te zien dat de vraag over de temperatuur het laagst scoort binnen de dimensie 'ambiance'. In de maanden dat het wat warmer is buiten, is het ook warmer in de sportschool. De binnen temperatuur is wel eens opgelopen tot 24 graden Celsius met de airco aan. Dit is te warm om in te sporten. Hiervoor zijn een aantal oplossingen te bedenken.

Er moeten een aantal nieuwe ventilatoren bijkomen, zodat de koudere lucht van de airco constant door de club wordt rond geblazen.

Als de airco aanstaat is het belangrijk dat alle deuren van buiten gesloten zijn en blijven. Hier moet door het personeel op gelet worden.

Indien deze oplossingen niet helpen, zou het een idee zijn een reparateur te laten kijken naar de airco, aangezien deze niet goed genoeg voor koeling binnen de club zorgt. Deze aanbeveling heeft een hoge prioriteit i.v.m. het warme weer dat eraan zit te komen.

Naast dat de vraag over de temperatuur binnen de club minder goed scoort, geldt dit ook voor de openingstijden. Deze vraag scoort het laagste binnen de dimensie 'gemak'. Uit de kwalitatieve interviews is gebleken dat dit vooral geldt voor de openingstijden in het weekend en niet van maandag tot en met vrijdag.

Personal Sports Club zou ervoor kunnen kiezen om zaterdag en zondag een paar uur langer open te zijn. Als dit wordt gewaardeerd kan de club ervoor kiezen om het standaard door te voeren of te kijken of er interesse is om nog langer open te zijn. Deze aanbeveling heeft geen hoge prioriteit, maar zou kunnen worden gebruikt om mee te experimenteren.

Op een viertal fitnessapparaten is het leer aan het scheuren. Aangezien de klanten wat meer betalen dan bij de goedkopere fitnessketens, is het belangrijk om voor die meerprijs wat luxe uit te stralen. De apparaten dienen er daarvoor goed en strak uit te zien. Het is mogelijk om eerst te kijken of één van de medewerkers dit kan repareren. Indien dit niet het geval is, zal dit gedaan moeten worden door een bedrijf.

Het beeldscherm van één van de vier crosstrainers is kapot. Daarom is deze buiten gebruik. Dit zal net als het leer ook gerepareerd dienen te worden. Dit zal gedaan moeten worden door een reparatiemonteur. Deze aanbeveling heeft een gemiddeld tot hoge prioriteit, zodat de uitstraling binnen de club dan beter wordt.

Tot slot is het belangrijk om het klanttevredenheidsonderzoek regelmatig terug te laten keren. Aangezien er nu meer inzicht is waar de klanten tevreden en ontevreden over zijn, is het van belang om dit na een periode van 3, 6 of 12 maanden te evalueren. Dit om te kijken of er tegen die tijd nog steeds dezelfde verbeterpunten naar voren komen, of dat tegen die tijd andere factoren een rol spelen.

Ook zou er een vervolgonderzoek kunnen komen dat meer gaat over de loyaliteit en de financiële waarde van de klant. Dit zou goed aansluiten op het klanttevredenheidsonderzoek, omdat tevreden klanten goede gevolgen kunnen hebben voor klantloyaliteit en klantwaarde. Dit is goed om te onderzoeken, maar heeft op dit moment nog geen hoge prioriteit. Wellicht komt dit na 6 tot 9 maanden.

H7 Implementatie

In dit hoofdstuk zullen de aanbevelingen uit het vorige hoofdstuk worden behandeld. Voordat het onderzoek begon was er te weinig inzicht in de tevredenheid, ontevredenheid en loyaliteit bij de klanten. Om meer inzicht te kunnen geven in de klantloyaliteit, is als eerste stap gekeken naar de klanttevredenheid.

De volgende aanbevelingen zullen worden besproken: temperatuur binnen de club, openingstijden, reparatie fitnessapparatuur en het houden van vervolgonderzoek.

7.1 Temperatuur binnen Personal Sports Club

35,8% van de klanten van Personal Sports Club hebben '(helemaal) niet mee eens' tot 'neutraal' geantwoord op de stelling: 'er wordt een comfortabele temperatuur gehanteerd in de sportschool'. De temperatuur loopt soms op tot 22 – 24 graden Celsius binnen de club. Dit is te warm voor de klanten die hard aan het sporten zijn. Om de temperatuur wat aangenamer te maken is het goed als er af en toe een windje staat. Daarom zou Personal Sports Club ervoor kunnen kiezen om een aantal ventilatoren aan te schaffen. Hierdoor wordt de koudere lucht van de airco door de club heen geblazen. De deuren zullen in de zomer ten alle tijden gesloten moeten zijn. Dit voorkomt dat de warme lucht vanaf buiten naar binnen gaat.

Indien gemerkt wordt dat dit niet helpt is het van belang om de airco te laten nakijken door een reparatiemonteur.

Tabel 76 Planning activiteiten temperatuur binnen Personal Sports Club

Wat?	Wie?	Wanneer?
Aanschaffen 3 nieuwe ventilatoren	Medewerker Personal Sports Club	Juni 2017
Deuren naar buiten constant gesloten houden	Medewerkers Personal Sports Club	Vanaf juni – september 2017
Airco laten controleren	Reparatie monteur	Juli 2017

In de bovenstaande tabel is een globale plan van aanpak gemaakt. Hierin is af te lezen door wie, wat en wanneer er actie moet worden ondernomen.

Tabel 77 Kosten temperatuur verlagen

Wat?	Wie?	Kosten	Bron
Aanschaffen 3 nieuwe ventilatoren	Medewerker Personal Sports Club	€113,97	(Conrad, 2017)
Deuren naar buiten constant gesloten houden	Medewerkers Personal Sports Club	X	X
Airco laten controleren	Servicemonteur	€150	(Eigenaar PSC)

7.2 Openingstijden

Uit de enquête is gebleken dat 27,4% het niet eens is met de stelling: 'U bent tevreden over de openingstijden van Personal Sports Club'. Dit is meer dan een kwart van de klanten van Personal Sports Club. Uit de kwalitatieve interviews is gebleken dat dit vooral geldt voor openingstijden in het weekend. Om de klanten tevreden te stellen die in het weekend langer willen sporten, kan er gekeken worden om de openingstijden aan te passen.

De nieuwe openingstijden op zaterdag zien er dan als volgt uit:

Zaterdag → 09:00 uur – 15:00 uur wordt 09:00 uur tot 18:00 uur.

Zondag → 09:00 uur – 14:00 uur wordt 09:00 uur tot 17:00 uur.

Met deze openingstijden krijgen mensen die aan het einde van de middag nog willen sporten hier de mogelijkheid toe. Indien hiervoor voldoende interesse is, kan er gekeken worden om zaterdag de openingstijden te verlengen tot 20:00 uur en zondag tot 19:00 uur.

Dit betekent ook dat voor de extra gewerkte uren het personeel uitbetaald moet worden. Aangezien Personal Sports Club de personeelskosten niet aan derden wil verstrekken, is er slechts een indicatie gegeven.

Tabel 78 Planning openingstijden

Wat?	Wie?	Wanneer?
(1) Zaterdag 3 uur langer open (tot 18:00 uur)	Medewerker Personal Sports Club	Juli – september
(1) Zondag 3 uur langer open (tot 17:00 uur)	Medewerkers Personal Sports Club	Juli – september
(2) Zaterdag 5 uur langer open (tot 20:00 uur)	Medewerkers Personal Sports Club	Oktober – december
(2) Zondag 5 uur langer open (tot 19:00 uur)	Medewerkers Personal Sports Club	Oktober – december

In de bovenstaande tabel is de globale plan van aanpak gemaakt. Het is verstandig om eerst met optie 1 te starten en na 3 maanden te evalueren of genoeg mensen later komen sporten. Als dit het geval is, kan altijd nog optie 2 overwogen worden.

Tabel 79 Kosten verlenging openingstijden

Wat?	Wie?	Uren per maand	Kosten per maand
(1) Personeelskosten	2 medewerkers	24	€226,80
(1) Personeelskosten	2 medewerkers	24	€226,80
(2) Personeelskosten	2 medewerkers	40	€378
(2) Personeelskosten	2 medewerkers	40	€378

De totale kosten voor optie 1 zijn dan €453,60 per maand. De totale kosten voor optie 2 zijn €756 per maand. De personeelskosten zijn zoals hierboven omschreven een indicatie. De kosten berekend zijn door iets boven het wettelijk minimumloon te zitten. (rijksoverheid, 2017)

7.3 Reparatie fitnessapparatuur

Uit één van de kwalitatieve interviews kwam naar voren dat het beeldscherm van de crosstrainer het niet meer doet en dat het leer op 4 apparaten gerepareerd moet worden. De apparaten waarvan het leer gerepareerd moeten worden zijn 2 fitnessbankjes, de 'pulley machine' en de 'lat pulldown machine'.

Tabel 80 Planning reparatie fitnessapparaten

Wat?	Wie?	Wanneer?
Repareren leer van 4 apparaten	Reparatiemonteur	2017 (geen hoge prioriteit)
Repareren beeldscherm van de crosstrainer	Servicemonteur	Juli of uiterlijk augustus

De bovenstaande tabel geeft aan wanneer en door wie de apparaten gerepareerd moeten worden. Het is niet noodzakelijk om dit zo spoedig mogelijk te repareren. Het is echter wel van belang dat het leer binnen de resterende maanden van 2017 wordt gerepareerd. Het beeldscherm van de crosstrainer moet wel iets sneller worden gerepareerd, omdat 1 van de 4 op dit moment niet werkt. Op drukke momenten kan het zijn dat iemand geen gebruik kan maken van de crosstrainer omdat er één kapot is.

Tabel 81 Kosten reparatie fitnessapparaten

Wat?	Wie?	Kosten
Repareren leer van 4 apparaten	Reparatiemonteur	€600
Repareren beeldscherm van de crosstrainer	Servicemonteur	€200 -€1200

Volgens de eigenaar is een aantal maanden geleden het leer gerepareerd aan 2 apparaten. Omdat het geen grote plekken of scheuren waren, kostte het €150 per apparaat. Daarom wordt voor de reparatiekosten €600 gerekend (€150 per apparaat).

Voor technische mankementen aan de fitnessapparatuur wordt meestal een servicemonteur ingehuurd. Dit kost €200 - €300 per kleine reparatie. Als er echt wat stuk is aan het beeldscherm kost een nieuw scherm al gauw €1000 – €1200 bij Technogym.

7.4 Vervolgonderzoek

Nu dat er meer inzicht is gekomen in de klanttevredenheid van Personal Sports Club, is het van belang dat er wat gedaan wordt met de ontevredenheid van de klanten. Als dit niet het geval is blijven de irritaties groeien. Het constant inzichtelijk in kaart brengen van de klanttevredenheid is nu een stuk makkelijker voor Personal Sports Club. Zij kunnen om de 3, 6, 9 of 12 maanden opnieuw een klanttevredenheidsonderzoek houden, om zo voortdurend naar de klant te luisteren en te ontwikkelen. Personal Sports Club maakt vaak gebruik van stagiairs. Dit zou daarom ook goed gemaakt kunnen worden door een afstudeer stagiair die een HBO opleiding richting commerciële economie, sportmarketing en management of iets soortgelijks studeert.

Ook zou Personal Sports Club ervoor kunnen kiezen om in het vervolgonderzoek meer in te gaan op de klantloyaliteit. Want een tevreden klant hoeft nog niet altijd loyaal te zijn.

Tabel 82 Planning vervolgonderzoek

Wat?	Wie?	Wanneer?
Onderzoek naar klanttevredenheid	HBO stagiair (commerciële economie of sportmarketing en management)	2018
Onderzoek naar de klantloyaliteit	HBO stagiair (commerciële economie of sportmarketing en management)	September 2017 – januari 2018 of februari 2018 – juni 2018.

In de bovenstaande tabel is te zien wat er gedaan moet worden, door wie en voor wanneer.

Tabel 83 Kosten vervolgonderzoek

Wat?	Wie?	Kosten
Onderzoek naar klanttevredenheid	HBO stagiair (commerciële economie of sportmarketing en management)	€0 - €1750
Onderzoek naar de klantloyaliteit	HBO stagiair (commerciële economie of sportmarketing en management)	€0 - €1750

De bovenstaande kosten zijn gebaseerd op een stagevergoeding over een periode van 5 maanden. De stagevergoeding zal liggen tussen de €0 en €350 per maand.

Om de klanttevredenheid te verbeteren zal Personal Sports Club goed naar het implementatieplan moeten kijken en het stappenplan per verbeterpunt volgen. Dit zal door de medewerkers moeten worden uitgevoerd en gecontroleerd worden door de eigenaar. Hij is uiteindelijk de eindverantwoordelijke.

7.5 Risico's

Als de aanbevelingen niet worden doorgevoerd, kan het gevolg zijn dat enkel inzicht is gegeven in de klanttevredenheid, maar niet wordt verbeterd. De factoren waar de klanten ontevreden over zijn zullen dan niet verdwijnen. Ook kunnen er daardoor irritaties ontstaan, omdat er niets aan de verbeterpunten wordt gedaan. Daarom is het van belang om met de hierboven omschreven aanbevelingen aan de slag te gaan, om zo ontevredenheid en irritaties te voorkomen.

Bibliografie

- allesovermarktonderzoek. (z.j.). *deskresearch*. Opgehaald van allesovermarktonderzoek.nl:
<http://www.allesovermarktonderzoek.nl/onderzoeksmethoden/deskresearch>
- Allesovermarktonderzoek. (z.j.). *Klanttevredenheidsonderzoek*. Opgehaald van
 allesovermarktonderzoek.nl: <http://www.allesovermarktonderzoek.nl/typen-onderzoek/klanttevredenheidsonderzoek/#Belangvanklanttevredenheidsonderzoeken>
- Bandyopadhyay, N. (2013). Service Quality, satisfaction and loyalty in gymnasiums. *Journal of Marketing*.
- Communicatierijk. (z.j.). *Kwalitatief onderzoek*. Opgehaald van communicatierijk.nl:
<https://www.communicatierijk.nl/vakkennis/k/kwalitatief-onderzoek/inhoud/kwalitatief-onderzoek-voordelen-en-nadelen>
- Conrad. (2017). *Ventilatoren*. Opgehaald van Conrad: <https://www.conrad.nl/nl/staande-ventilator-met-afstandsbediening-led-indicatie-timer-zwenkbaar-oscillerend-45-w-zwart-zilver-aeg-5668-s-1342077.html>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 55-68.
- de Vries, W., van Helsdingen, P., & Borchert, T. (2011). *Essentie van Dienstenmarketingmanagement*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Grisaffe, D. B. (2007). Questions about the ultimate question: Conceptual considerations in evaluating Reichheld's Net Promotor Score (NPS). *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*, 36-53.
- Indora. (z.j.). *Metten van klantloyaliteit met de Net Promotor Score (NPS)*. Opgeroepen op 4 2, 2017, van indora.nl: <http://www.indora.nl/meten-van-klantloyaliteit-met-de-net-promotor-score-nps/>
- Klanttevredenheid*. (2007). Opgeroepen op juni 2014, van Wat is klanttevredenheid?:
http://www.klanttevredenheid.nl/over-klanttevredenheid_definitie.html
- Kotler, P. (2009). *Marketing, de Essentie*. Amsterdam: Pearson Education.
- Manders, M. (2014, juli 24). *Beoordelen kwaliteit onderzoek*. Opgehaald van scribbr.nl:
<https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/beoordelen-kwaliteit-onderzoek/>
- Oh, H. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *Elsevier Science*, 67-82.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 41-50.
- Personal Sports Club. (2016). *Abonnementen & Prijs*. Zoetermeer.

- Raessens, B. (2014). *Praktijkonderzoek in marketing en communicatie*. Bossum: Uitgeverij Coutinho.
- Reichheld, F. F. (1999). *Het geheim van loyaliteit; De verborgen kracht achter groei, wins en blijvende waarde*. Schiedam: Scriptum .
- Right marktonderzoek. (z.j.). *voor en nadelen kwantitatief onderzoek*. Opgehaald van [rightmarktonderzoek.nl: http://www.rightmarktonderzoek.nl/kwantitatief-onderzoek/voor-en-nadelen-kwantitatief-onderzoek](http://www.rightmarktonderzoek.nl/kwantitatief-onderzoek/voor-en-nadelen-kwantitatief-onderzoek)
- rijksoverheid. (2017). *minimumloon berekenen*. Opgehaald van [rijksoverheid.nl: https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/minimumloon/inhoud/rekenhulp-minimumloon-berekenen](https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/minimumloon/inhoud/rekenhulp-minimumloon-berekenen)
- Rijksoverheid. (z.j.). *kwantitatief opinieonderzoek: voordelen en nadelen*. Opgehaald van [communicatierijk.nl: https://www.communicatierijk.nl/vakkennis/k/kwantitatief-opinieonderzoek/inhoud/kwantitatief-opinieonderzoek-voordelen-en-nadelen](https://www.communicatierijk.nl/vakkennis/k/kwantitatief-opinieonderzoek/inhoud/kwantitatief-opinieonderzoek-voordelen-en-nadelen)
- Ross, H. J. (sd). *Factors Influencing Customer Satisfaction Marketing Essay*. Opgeroepen op Juni vrijdag, 6, van The UK's expert provider of custom essays: <http://www.ukessays.com/essays/marketing/factors-influencing-customer-satisfaction-marketing-essay.php>
- Rust, R. T., & Zahorik, A. J. (1995). Return on Quality (ROQ): Making Service Quality Financially Accountable. *Journal of Marketing*, 58-70.
- Thomas, S. (2013). *Linking customer loyalty to customer satisfaction and store*. Indian Institute of Management Calcutta.
- Thomassen, J.-P. (1998). *Waardering door klanten; Klantenmanagement als fundament voor totale kwaliteit*. Deventer: Kluwer.
- Thomassen, J.-P. (2003). *Klanttevredenheid, de zin en onzin*. Deventer: Kluwer.
- Thomassen, J.-P. (2007). *De klantgerichte overheid*. Deventer: Kluwen.
- van de Perre, M., & Kuijlen, T. (2010). *Ken uw klant; klantwaardemanagement als motor van uw marketing*. Schiedam: Scriptum.
- Verwoerd, M. (2013). *Hoe kan BEDRIJF X Nederland B.V. kwaliteit meten en beheersen?* Enschede: Universiteit Twente.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill/Irwin.

Bijlage I Enquête

Klanttevredenheidsonderzoek	
Graag nodigen wij u hierbij uit om deel te nemen aan het klanttevredenheidsonderzoek van Personal Sports Club. Met dit onderzoek wensen wij uw mening te weten te komen over onze dienstverlening. Wij gebruiken de resultaten om onze dienstverlening verder te optimaliseren. De resultaten van dit onderzoek zullen niet worden verstrekt aan derden. Uw deelname aan dit onderzoek duurt ongeveer 5 tot 10 minuten.	
Wat is uw geslacht?	☐ Man ☐ Vrouw
Wat is uw leeftijd in jaren?	
Hoelang bent u al lid bij Personal Sports Club?	☐ 0 tot 1 jaar ☐ 1 tot 2 jaar ☐ 2 tot 3 jaar ☐ 3 tot 4 jaar ☐ > 4 jaar
✖ Stoppen Volgende >>	

Klanttevredenheidsonderzoek					
De volgende vragen zullen betrekking hebben op de kwaliteit van dienstverlening.					
	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Personal Sports Club maakt gebruik moderne fitness apparatuur.	☐	☐	☐	☐	☐
Personal Sports Club heeft een aangename uitstraling.	☐	☐	☐	☐	☐
Er wordt een comfortabele temperatuur gehanteerd in de sportschool.	☐	☐	☐	☐	☐
De ruimten (kleedkamers en sportruimten) zien er schoon en verzorgd uit.	☐	☐	☐	☐	☐
Personal Sports Club biedt goede lidmaatschappen aan.	☐	☐	☐	☐	☐
Personal Sports Club biedt u persoonlijke trainingsprogramma's aan.	☐	☐	☐	☐	☐
U bent tevreden over de openingstijden van Personal Sports Club.	☐	☐	☐	☐	☐
Er is voldoende parkeergelegenheid rondom de sportschool.	☐	☐	☐	☐	☐
Wanneer u een probleem ondervindt toont Personal Sports Club oprechte interesse om het op te lossen.	☐	☐	☐	☐	☐
Personal Sports Club voert de geleverde services altijd in 1x goed uit.	☐	☐	☐	☐	☐
Uw sportschool levert de diensten op het moment dat zij deze beloven te doen.	☐	☐	☐	☐	☐
Personal Sports Club vindt het belangrijk om zoveel mogelijk fouten te voorkomen.	☐	☐	☐	☐	☐
Personal Sports Club verleent u goede service.	☐	☐	☐	☐	☐
De medewerkers van Personal Sports Club zijn voortdurend vriendelijk.	☐	☐	☐	☐	☐
De medewerkers geven u voldoende persoonlijke aandacht.	☐	☐	☐	☐	☐
De medewerkers begrijpen uw specifieke behoeften.	☐	☐	☐	☐	☐
⌂ Stoppen << Vorige Volgende >>					

Klanttevredenheidsonderzoek					
Van welke abonnementsvorm of cursus maakt u gebruik?					
☐ Gold Daluren ☐ Gold Standaard ☐ Gold Personal Training ☐ Platinum Personal Training ☐ Studenten abonnement ☐ 10 in 10 cursus ☐ Healthy life cursus ☐ Builder cursus ☐ Recovery cursus ☐ Anti-stress cursus ☐ P.A.G. cursus					
In hoeverre bent u tevreden over:					
	Zeer ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Zeer tevreden
Het aanbod van abonnementen	☐	☐	☐	☐	☐
De communicatie van Personal Sports Club	☐	☐	☐	☐	☐
De maandelijkse opzegtermijn	☐	☐	☐	☐	☐
De prijs	☐	☐	☐	☐	☐
De prijs/kwaliteitsverhouding	☐	☐	☐	☐	☐
⌂ Stoppen << Vorige Volgende >>					

Klanttevredenheidsonderzoek

Hoe vaak maakt u gebruik van de aangeboden groepslessen? (Indien u geen gebruik maakt van de groepslessen kunt u n.v.t. invullen).

- ☐ Minder dan 1 keer per week
- ☐ 1 keer per week
- ☐ 2 keer per week
- ☐ Meer dan 2 keer per week
- ☐ N.v.t.

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt, kunt u n.v.t. invullen)

- ☐ BBB
- ☐ Fitcircuit
- ☐ Power Yoga
- ☐ Body Challenge
- ☐ Pump
- ☐ Zumba
- ☐ Bootcamp
- ☐ Spinning
- ☐ Kickboksen
- ☐ Boksen
- ☐ N.v.t.

Indien u geen groepslessen volgt, kunt u n.v.t. invullen.
In hoeverre bent u tevreden over:

	Zeer ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Zeer tevreden	N.v.t.
De algemene kwaliteit van de gegeven groepslessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De trainer die de groepsles geeft	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De diversiteit van de groepslessen	☐	☐	☐	☐	☐	☐

⌛ Stoppen

<< Vorige

Volgende >>

Klanttevredenheidsonderzoek

U bent aangekomen bij de laatste 2 vragen van het onderzoek.

In hoeverre bent u in het algemeen tevreden over Personal Sports Club?

- ☐ Zeer ontevreden
- ☐ Ontevreden
- ☐ Neutraal
- ☐ Tevreden
- ☐ Zeer tevreden

Hoe waarschijnlijk (op een schaal van 0 tot 10) is het dat u Personal Sports Club zou aanbevelen aan vrienden en collega's?

- ☐ 0 Zeer onwaarschijnlijk
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10 Zeer waarschijnlijk

Dit waren alle vragen van het onderzoek. U heeft het onderzoek nu afgerond. Klik op verzenden om de enquête te voltooien. Hartelijk dank voor uw medewerking!

⌛ Stoppen

<< Vorige

Verzenden ✓

Bijlage II Email

Beste leden,

Mijn naam is Robin Janssen. Ik zit in het laatste jaar van de studie commerciële economie. In het kader van mijn afstudeeropdracht onderzoek ik binnen Personal Sports Club de klanttevredenheid. Bij Personal Sports Club staan de service en kwaliteit constant centraal.

Dus als u een fitness abonnement hebt of een cursus volgt bij Personal Sports Club zou ik graag een aantal minuten van uw tijd willen vragen om de enquête in te vullen. Het invullen van de enquête kost slechts 5 minuten van uw tijd en kan via onderstaande link:

<http://survey.parantion.nl/?s=d31ea8a13c2844eb9b29885482943fef&a=IF>

Alvast hartelijk bedankt!

Robin Janssen

Bijlage III Tabellen

Tabel 1 Gemiddelde, standaarddeviaties en 95% betrouwbaarheidsintervallen per dimensie volgens SPSS.

Dimensies	Gemiddelde $\bar{x}$ *	Standaarddeviatie (SD)	95% Betrouwbaarheidsinterval
Gehele Servicekwaliteit	3,79	0,447	[3,70 – 3,87]
• Ambiance	3,76	0,589	[3,64 – 3,87]
• Gemak	3,68	0,526	[3,58 – 3,78]
• Betrouwbaarheid	3,70	0,540	[3,59 – 3,80]
• Klantgerichtheid	4,02	0,578	[3,91 – 4,13]
Productkwaliteit	3,93	0,462	[3,84 – 4,02]
Prijs	3,57	0,676	[3,44 – 3,70]

N=106

*De hierboven gegeven gemiddeldes zijn gebaseerd op antwoordscores van antwoordmogelijkheden 1 (helemaal niet mee eens) tot en met 5 (helemaal mee eens)

Tabel 2 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'ambiance'.

Descriptives			
		Statistic	Std. Error
Ambiance	Mean	3,7571	,05721
	95% Confidence Interval for		
	Lower Bound	3,6436	
	Upper Bound	3,8705	
	Std. Deviation	,58904	

Tabel 3 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'gemak'.

Descriptives			
		Statistic	Std. Error
Gmak	Mean	3,6816	,05110
	95% Confidence Interval for		
	Lower Bound	3,5803	
	Upper Bound	3,7829	
	Std. Deviation	,52614	

Tabel 4 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'betrouwbaarheid'.

Descriptives			Statistic	Std. Error
Betrouwbaarheid	Mean		3,6981	,05243
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	3,5942	
	Mean	Upper Bound	3,8021	
	Std. Deviation		,53975	

Tabel 5 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'klantgerichtheid'.

Descriptives			Statistic	Std. Error
Klantgerichtheid	Mean		4,0189	,05615
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	3,9075	
	Mean	Upper Bound	4,1302	
	Std. Deviation		,57807	

Tabel 6 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval over de gehele servicekwaliteit.

Descriptives			Statistic	Std. Error
Gehele_servicekwaliteit	Mean		3,7889	,04337
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	3,7029	
	Mean	Upper Bound	3,8749	
	Std. Deviation		,44650	

Tabel 7 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'productkwaliteit'.

Descriptives			Statistic	Std. Error
Productkwaliteit	Mean		3,9309	,04492
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	3,8419	
	Mean	Upper Bound	4,0200	
	Std. Deviation		,46247	

Tabel 8 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'prijs'.

Descriptives			Statistic	Std. Error
Prijs	Mean		3,5660	,06570
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,4358	
		Upper Bound	3,6963	
	Std. Deviation		,67639	

Tabel 9 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'productkwaliteit'.

Product	Gemiddelde $\bar{x}$ *	Standaarddeviatie (SD)	95% Betrouwbaarheidsinterval
Gehele productkwaliteit	3,93	0,462	[3,84 – 4,02]
Abonnement	3,89	0,468	[3,80 – 3,98]
Groepslessen	4,02	0,750	[3,80 – 4,24]

Tabel 10 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval (productkwaliteit) 'abonnement'.

Descriptives			Statistic	Std. Error
PK_Abonnement	Mean		3,8915	,04546
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,8014	
		Upper Bound	3,9817	
	Std. Deviation		,46805	

Tabel 11 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval '(productkwaliteit) 'groepslessen'.

Descriptives			Statistic	Std. Error
PK_groepslessen	Mean		4,0204	,10710
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,8051	
		Upper Bound	4,2358	
	Std. Deviation		,74972	

Tabel 12 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'Prijs + prijs/kwaliteitsverhouding'.

Product	Gemiddelde $\bar{x}$ *	Standaarddeviatie (SD)	95% Betrouwbaarheidsinterval
Algehele prijs	3,57	0,676	[3,44 – 3,70]
Prijs	3,56	0,731	[3,42 – 3,70]
Prijs/kwaliteitsverhouding	3,58	0,755	[3,43 – 3,72]

Tabel 13 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'Prijs'.

Descriptives			
		Statistic	Std. Error
De prijs	Mean	3,56	,071
	95% Confidence Interval for Lower Bound	3,42	
	Mean Upper Bound	3,70	
	Std. Deviation	,731	

Tabel 14 Gemiddelde, standaarddeviatie en 95% betrouwbaarheidsinterval 'Prijs/kwaliteitsverhouding'.

Descriptives			
		Statistic	Std. Error
De prijs/kwaliteitsverhouding	Mean	3,58	,073
	95% Confidence Interval for Lower Bound	3,43	
	Mean Upper Bound	3,72	
	Std. Deviation	,755	

Tabel 15 Gemiddelde, standaarddeviatie per vraag

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Personal Sports Club maakt gebruik van moderne fitness apparatuur.	106	3,54	,928
Personal Sports Club heeft een aangename uitstraling.	106	4,12	,597
Er wordt een comfortabele temperatuur gehanteerd in de sportschool.	106	3,45	,947
De ruimten (kleedkamers en sportruimten) zien er schoon en verzorgd uit.	106	3,92	,770
Personal Sports Club biedt goede lidmaatschappen aan.	106	3,89	,708
Personal Sports Club biedt u persoonlijke trainingsprogramma's aan.	106	3,92	,705
U bent tevreden over de openingstijden van Personal Sports Club.	106	3,36	1,097
Er is voldoende parkeergelegenheid rondom de sportschool.	106	3,57	,817
Wanneer u een probleem ondervindt toont Personal Sports Club oprechte interesse om het op te lossen.	106	3,79	,765
Personal Sports Club voert de geleverde services altijd in 1x goed uit.	106	3,61	,711

Uw sportschool levert de diensten op het moment dat zij deze beloven te doen.	106	3,73	,697
Personal Sports Club vindt het belangrijk om zoveel mogelijk fouten te voorkomen.	106	3,66	,600
Personal Sports Club verleent u goede service.	106	3,98	,662
De medewerkers van Personal Sports Club zijn voortdurend vriendelijk.	106	4,42	,716
De medewerkers geven u voldoende persoonlijke aandacht.	106	3,92	,794
De medewerkers begrijpen uw specifieke behoeften.	106	3,75	,778
Het aanbod van abonnementen	106	4,03	,577
De communicatie van Personal Sports Club	106	3,73	,684
De maandelijkse opzegtermijn	106	4,27	,594
De prijs	106	3,56	,731
De prijs/kwaliteitsverhouding	106	3,58	,755
De algemene kwaliteit van de gegeven groepslessen	106	5,17	1,108
De trainer die de groepsles geeft	106	5,19	1,114
De diversiteit van de groepslessen	106	5,01	1,238
In hoeverre bent u in het algemeen tevreden over Personal Sports Club?	106	4,09	,610
Hoe waarschijnlijk (op een schaal van 0 tot 10) is het dat u Personal Sports Club zou aanbevelen aan vrienden en collega's?	106	8,42	1,567

Valid N (listwise)	106		
--------------------	-----	--	--

Tabel 16 Geslacht

Wat is uw geslacht?				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Man	46	43,4	43,4	43,4
Valid Vrouw	60	56,6	56,6	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 17 Jaren lid

Hoelang bent u al lid bij Personal Sports Club?				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0 tot 1 jaar	47	44,3	44,3	44,3
1 tot 2 jaar	25	23,6	23,6	67,9
Valid 2 tot 3 jaar	16	15,1	15,1	83,0
3 tot 4 jaar	7	6,6	6,6	89,6
> 4 jaar	11	10,4	10,4	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 18 Gebruik moderne fitnessapparatuur

Personal Sports Club maakt gebruik van moderne fitness apparatuur.				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Helemaal niet mee eens	1	,9	,9	,9
Niet mee eens	17	16,0	16,0	17,0
Valid Neutraal	24	22,6	22,6	39,6
Mee eens	52	49,1	49,1	88,7
Helemaal mee eens	12	11,3	11,3	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 19 Aangename uitstraling

Personal Sports Club heeft een aangename uitstraling.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Niet mee eens	1	,9	,9	,9
Neutraal	10	9,4	9,4	10,4
Valid Mee eens	70	66,0	66,0	76,4
Helemaal mee eens	25	23,6	23,6	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 20 Comfortabele temperatuur

Er wordt een comfortabele temperatuur gehanteerd in de sportschool.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Helemaal niet mee eens	2	1,9	1,9	1,9
Niet mee eens	22	20,8	20,8	22,6
Valid Neutraal	14	13,2	13,2	35,8
Mee eens	62	58,5	58,5	94,3
Helemaal mee eens	6	5,7	5,7	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 21 Schoon en verzorgde ruimtes

De ruimten (kleedkamers en sportruimten) zien er schoon en verzorgd uit.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Niet mee eens	7	6,6	6,6	6,6
Neutraal	15	14,2	14,2	20,8
Valid Mee eens	64	60,4	60,4	81,1
Helemaal mee eens	20	18,9	18,9	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 22 Goed aanbod lidmaatschappen

Personal Sports Club biedt goede lidmaatschappen aan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Niet mee eens	6	5,7	5,7	5,7
Neutraal	15	14,2	14,2	19,8
Valid Mee eens	70	66,0	66,0	85,8
Helemaal mee eens	15	14,2	14,2	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 23 Persoonlijke trainingsprogramma's

Personal Sports Club biedt u persoonlijke trainingsprogramma's aan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Niet mee eens	4	3,8	3,8	3,8
Neutraal	19	17,9	17,9	21,7
Valid Mee eens	65	61,3	61,3	83,0
Helemaal mee eens	18	17,0	17,0	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 24 Openingstijden

U bent tevreden over de openingstijden van Personal Sports Club.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Helemaal niet mee eens	5	4,7	4,7	4,7
Niet mee eens	24	22,6	22,6	27,4
Valid Neutraal	17	16,0	16,0	43,4
Mee eens	48	45,3	45,3	88,7
Helemaal mee eens	12	11,3	11,3	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 25 Voldoende parkeergelegenheid

Er is voldoende parkeergelegenheid rondom de sportschool.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Niet mee eens	13	12,3	12,3	12,3
Neutraal	29	27,4	27,4	39,6
Valid Mee eens	55	51,9	51,9	91,5
Helemaal mee eens	9	8,5	8,5	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 26 Oplossen van problemen

Wanneer u een probleem ondervindt toont Personal Sports Club oprechte interesse om het op te lossen.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Niet mee eens	5	4,7	4,7	4,7
Neutraal	29	27,4	27,4	32,1
Valid Mee eens	55	51,9	51,9	84,0
Helemaal mee eens	17	16,0	16,0	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 27 Goed uitvoeren van geleverde services

Personal Sports Club voert de geleverde services altijd in 1x goed uit.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Niet mee eens	7	6,6	6,6	6,6
Neutraal	34	32,1	32,1	38,7
Valid Mee eens	58	54,7	54,7	93,4
Helemaal mee eens	7	6,6	6,6	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 28 Diensten leveren wanneer dit wordt belooft

Uw sportschool levert de diensten op het moment dat zij deze beloven te doen.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Niet mee eens	6	5,7	5,7	5,7
Neutraal	26	24,5	24,5	30,2
Valid Mee eens	65	61,3	61,3	91,5
Helemaal mee eens	9	8,5	8,5	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 29 Voorkomen van fouten

Personal Sports Club vindt het belangrijk om zoveel mogelijk fouten te voorkomen.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Niet mee eens	4	3,8	3,8	3,8
Neutraal	31	29,2	29,2	33,0
Valid Mee eens	68	64,2	64,2	97,2
Helemaal mee eens	3	2,8	2,8	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 30 PSC verleent goede service

Personal Sports Club verleent u goede service.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Niet mee eens	3	2,8	2,8	2,8
Neutraal	15	14,2	14,2	17,0
Valid Mee eens	69	65,1	65,1	82,1
Helemaal mee eens	19	17,9	17,9	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 31 Vriendelijke medewerkers

De medewerkers van Personal Sports Club zijn voortdurend vriendelijk.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Helemaal niet mee eens	1	,9	,9	,9
Niet mee eens	1	,9	,9	1,9
Neutraal	5	4,7	4,7	6,6
Mee eens	44	41,5	41,5	48,1
Helemaal mee eens	55	51,9	51,9	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 32 Persoonlijke aandacht

De medewerkers geven u voldoende persoonlijke aandacht.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Helemaal niet mee eens	2	1,9	1,9	1,9
Niet mee eens	3	2,8	2,8	4,7
Neutraal	17	16,0	16,0	20,8
Mee eens	64	60,4	60,4	81,1
Helemaal mee eens	20	18,9	18,9	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 33 Medewerkers begrijpen uw specifieke behoeften

De medewerkers begrijpen uw specifieke behoeften.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Helemaal niet mee eens	1	,9	,9	,9
Niet mee eens	3	2,8	2,8	3,8
Neutraal	33	31,1	31,1	34,9
Mee eens	53	50,0	50,0	84,9
Helemaal mee eens	16	15,1	15,1	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 34 Abonnementvormen

Van welke abonnementsvorm of cursus maakt u gebruik?				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Gold Daluren	9	8,5	8,5	8,5
Gold Standaard	55	51,9	51,9	60,4
Gold Personal Training	18	17,0	17,0	77,4
Valid Platinum Personal Training	13	12,3	12,3	89,6
Studenten abonnement	1	,9	,9	90,6
10 in 10 cursus	10	9,4	9,4	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 35 Aanbod Abonnementen

Het aanbod van abonnementen				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Neutraal	16	15,1	15,1	15,1
Tevreden	71	67,0	67,0	82,1
Valid Zeer tevreden	19	17,9	17,9	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 36 Communicatie van Personal Sports Club

De communicatie van Personal Sports Club				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ontevreden	6	5,7	5,7	5,7
Neutraal	25	23,6	23,6	29,2
Valid Tevreden	67	63,2	63,2	92,5
Zeer tevreden	8	7,5	7,5	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 37 Maandelijks opzegtermijn

De maandelijks opzegtermijn				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ontevreden	1	,9	,9	,9
Neutraal	5	4,7	4,7	5,7
Tevreden	64	60,4	60,4	66,0
Zeervrededen	36	34,0	34,0	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 38 De prijs

De prijs				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Zeer ontevreden	1	,9	,9	,9
Ontevreden	9	8,5	8,5	9,4
Neutraal	29	27,4	27,4	36,8
Tevreden	64	60,4	60,4	97,2
Zeervrededen	3	2,8	2,8	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 39 De prijs/kwaliteitsverhouding

De prijs/kwaliteitsverhouding				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Zeer ontevreden	1	,9	,9	,9
Ontevreden	8	7,5	7,5	8,5
Neutraal	32	30,2	30,2	38,7
Tevreden	59	55,7	55,7	94,3
Zeervrededen	6	5,7	5,7	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 40 Hoe vaak maakt u gebruik van de aangeboden groepslessen

Hoe vaak maakt u gebruik van de aangeboden groepslessen? (Indien u geen gebruik maakt van de groepslessen kunt u n.v.t. invullen).

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Minder dan 1 keer per week	22	20,8	20,8	20,8
1 keer per week	11	10,4	10,4	31,1
2 keer peer week	8	7,5	7,5	38,7
Meer dan 2 keer per week	10	9,4	9,4	48,1
N.v.t.	55	51,9	51,9	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 41 BBB

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt, kunt u n.v.t. invullen) (BBB)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BBB	18	17,0	100,0	100,0
Missing 0	88	83,0		
Total	106	100,0		

Tabel 42 Fitcircuit

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt, kunt u n.v.t. invullen) (Fitcircuit)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Fitcircuit	11	10,4	100,0	100,0
Missing 0	95	89,6		
Total	106	100,0		

Tabel 43 PowerYoga

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt, kunt u n.v.t. invullen) (Power Yoga)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Power Yoga	13	12,3	100,0	100,0
Missing 0	93	87,7		
Total	106	100,0		

Tabel 44 Body Challenge

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt, kunt u n.v.t. invullen) (Body Challenge)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Body Challenge	11	10,4	100,0	100,0
Missing 0	95	89,6		
Total	106	100,0		

Tabel 45 Pump

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt, kunt u n.v.t. invullen) (Pump)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pump	20	18,9	100,0	100,0
Missing 0	86	81,1		
Total	106	100,0		

Tabel 46 Zumba

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt,

kunt u n.v.t. invullen) (Zumba)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Zumba	3	2,8	100,0	100,0
Missing 0	103	97,2		
Total	106	100,0		

Tabel 47 Bootcamp

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt,

kunt u n.v.t. invullen) (Bootcamp)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bootcamp	4	3,8	100,0	100,0
Missing 0	102	96,2		
Total	106	100,0		

Tabel 48 Spinning

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt,

kunt u n.v.t. invullen) (Spinning)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Spinning	16	15,1	100,0	100,0
Missing 0	90	84,9		
Total	106	100,0		

Tabel 49 Kickboksen

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt, kunt

u n.v.t. invullen) (Kickboksen)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kickboksen	7	6,6	100,0	100,0
Missing 0	99	93,4		
Total	106	100,0		

Tabel 50 Boksen

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt,

kunt u n.v.t. invullen) (Boksen)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Boksen	8	7,5	100,0	100,0
Missing 0	98	92,5		
Total	106	100,0		

Tabel 51 N.v.t.

Indien u gebruik maakt van de groepslessen, van welke groepslessen maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Als u geen groepslessen volgt, kunt u n.v.t. invullen) (N.v.t.)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N.v.t.	61	57,5	100,0	100,0
Missing 0	45	42,5		
Total	106	100,0		

Tabel 52 Algemene kwaliteit groepslessen

De algemene kwaliteit van de gegeven groepslessen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Zeet ontevreden	1	,9	,9	,9
Ontevreden	2	1,9	1,9	2,8
Neutraal	3	2,8	2,8	5,7
Valid Tevreden	26	24,5	24,5	30,2
Zeet tevreden	14	13,2	13,2	43,4
N.v.t.	60	56,6	56,6	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 53 Groepsles instructeur

De trainer die de groepsles geeft

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Zeet ontevreden	1	,9	,9	,9
Ontevreden	3	2,8	2,8	3,8
Neutraal	2	1,9	1,9	5,7
Valid Tevreden	23	21,7	21,7	27,4
Zeet tevreden	17	16,0	16,0	43,4
N.v.t.	60	56,6	56,6	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 54 Diversiteit groepslessen

De diversiteit van de groepslessen				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Zeer ontevreden	2	1,9	1,9	1,9
Ontevreden	2	1,9	1,9	3,8
Neutraal	6	5,7	5,7	9,4
Valid Tevreden	30	28,3	28,3	37,7
Zeer tevreden	9	8,5	8,5	46,2
N.v.t.	57	53,8	53,8	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 55 Algemene tevredenheid Personal Sports Club

In hoeverre bent u in het algemeen tevreden over Personal Sports Club?				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ontevreden	1	,9	,9	,9
Neutraal	12	11,3	11,3	12,3
Valid Tevreden	69	65,1	65,1	77,4
Zeer tevreden	24	22,6	22,6	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 56 Net Promotor Score

Hoe waarschijnlijk (op een schaal van 0 tot 10) is het dat u Personal Sports Club zou
aanbevelen aan vrienden en collega's?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	,9	,9	,9
3	1	,9	,9	1,9
4	4	3,8	3,8	5,7
5	6	5,7	5,7	11,3
6	7	6,6	6,6	17,9
Valid 7	35	33,0	33,0	50,9
8	28	26,4	26,4	77,4
9	15	14,2	14,2	91,5
10 Zeer waarschijnlijk	9	8,5	8,5	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Tabel 57 Correlaties gemiddelde servicekwaliteit, gemiddelde productkwaliteit, gemiddelde prijs

Correlations

			Gemiddelde_ser vicekwaliteit	Gemiddelde_pro ductkwaliteit	Gemiddelde_prij s
Spearman's rho	Gemiddelde_servicekwaliteit	Correlation Coefficient	1,000	,672**	,588**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
		N	106	106	106
	Gemiddelde_productkwaliteit	Correlation Coefficient	,672**	1,000	,544**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
		N	106	106	106
	Gemiddelde_prijs	Correlation Coefficient	,588**	,544**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
		N	106	106	106

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 58 Interpretatie correlatiecoëfficiënt (Sondz, z.j.)

Waarde van de correlatiecoëfficiënt (<i>r</i>)	Sterkte van de correlatie/verband
0 – 0,2	Zeer zwak
0,2 – 0,4	Zwak
0,4 – 0,6	Redelijk
0,6 – 0,8	Sterk
> 0,8	Zeer sterk

Tabel 59 Correlaties algemene klanttevredenheid

Correlations

			Gemiddelde _servicekwa liteit	Gemiddelde _productkwa liteit	Gemiddelde _prijs	In hoeverre bent u in het algemeen tevreden over Personal Sports Club?
Spearman's rho	Gemiddelde_servicekwa waliteit	Correlation	1,000	,672**	,588**	,604**
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
		N	106	106	106	106
	Gemiddelde_productkwa waliteit	Correlation	,672**	1,000	,544**	,517**
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
		N	106	106	106	106
	Gemiddelde_prijs	Correlation	,588**	,544**	1,000	,549**
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
		N	106	106	106	106
	In hoeverre bent u in het algemeen tevreden over Personal Sports Club?	Correlation	,604**	,517**	,549**	1,000
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
		N	106	106	106	106

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 60 Correlaties servicekwaliteit spearman

Correlations			Ambiance	Gemak	Betrouwbaarheid	Klantgerichtheid	Gemiddelde_servicekwaliteit
Spearman's rho	Ambiance	Correlation Coefficient	1,000	,439**	,550**	,387**	,774**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000
		N	106	106	106	106	106
	Gemak	Correlation Coefficient	,439**	1,000	,465**	,534**	,718**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000
		N	106	106	106	106	106
	Betrouwbaarheid	Correlation Coefficient	,550**	,465**	1,000	,486**	,772**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000
		N	106	106	106	106	106
	Klantgerichtheid	Correlation Coefficient	,387**	,534**	,486**	1,000	,755**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000
		N	106	106	106	106	106
	Gemiddelde_servicekwaliteit	Correlation Coefficient	,774**	,718**	,772**	,755**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.
		N	106	106	106	106	106

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 61 Cronbach's Alpha servicekwaliteit

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,864	16

Tabel 62 Cronbach's Alpha 'ambiance'

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,683	4

Tabel 63 Cronbach's Alpha 'gemak'

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,470	4

Tabel 64 Cronbach's Alpha 'betrouwbaarheid'

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,779	4

Tabel 65 Cronbach's Alpha 'klantgerichtheid'

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,788	4

Tabel 66 Cronbach's Alpha 'productkwaliteit'

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,768	9

Tabel 67 Cronbach's Alpha 'prijs'

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,792	2

Tabel 68 Regressie analyse

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,003	,469		2,139	,035
	Personal Sports Club maakt gebruik moderne fitness apparatuur.	,015	,061	,023	,246	,806
	Het aanbod van abonnementen	,135	,100	,128	1,345	,182
	De communicatie van Personal Sports Club	,088	,073	,098	1,207	,230
	De maandelijkse opzegtermijn	,146	,087	,142	1,672	,098
	De prijs	-,050	,091	-,060	-,551	,583
	De prijs/kwaliteitsverhouding	,418	,096	,518	4,372	,000
	De algemene kwaliteit van de gegeven groepslessen	-,098	,130	-,178	-,754	,453
	De trainer die de groepsles geeft	,027	,130	,050	,210	,834
	De diversiteit van de groepslessen	,118	,072	,240	1,645	,103

a. Dependent Variable: In hoeverre bent u in het algemeen tevreden over Personal Sports Club?

Tabel 69 Regressie analyse (backwards)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,003	,469		2,139	,035
	Personal Sports Club maakt gebruik moderne fitness apparatuur.	,015	,061	,023	,246	,806
	Het aanbod van abonnementen	,135	,100	,128	1,345	,182
	De communicatie van Personal Sports Club	,088	,073	,098	1,207	,230
	De maandelijkse opzegtermijn	,146	,087	,142	1,672	,098
	De prijs	-,050	,091	-,060	-,551	,583
	De prijs/kwaliteitsverhouding	,418	,096	,518	4,372	,000
	De algemene kwaliteit van de gegeven groepslessen	-,098	,130	-,178	-,754	,453
	De trainer die de groepsles geeft	,027	,130	,050	,210	,834
	De diversiteit van de groepslessen	,118	,072	,240	1,645	,103
	(Constant)	1,012	,465		2,176	,032
2	Personal Sports Club maakt gebruik moderne fitness apparatuur.	,015	,060	,023	,250	,803
	Het aanbod van abonnementen	,135	,100	,128	1,354	,179
	De communicatie van Personal Sports Club	,085	,072	,096	1,195	,235
	De maandelijkse opzegtermijn	,149	,086	,145	1,737	,086
	De prijs	-,056	,087	-,067	-,639	,524
	De prijs/kwaliteitsverhouding	,422	,093	,523	4,549	,000
	De algemene kwaliteit van de gegeven groepslessen	-,077	,080	-,139	-,961	,339
	De diversiteit van de groepslessen	,122	,069	,248	1,771	,080
3	(Constant)	1,006	,462		2,176	,032

4	Het aanbod van abonnementen	,141	,097	,133	1,447	,151
	De communicatie van Personal Sports Club	,086	,071	,096	1,204	,231
	De maandelijkse opzegtermijn	,151	,085	,147	1,781	,078
	De prijs	-,058	,086	-,069	-,668	,506
	De prijs/kwaliteitsverhouding	,429	,089	,531	4,843	,000
	De algemene kwaliteit van de gegeven groepslessen	-,072	,077	-,131	-,933	,353
	De diversiteit van de groepslessen	,120	,068	,244	1,762	,081
	(Constant)	,941	,451		2,089	,039
	Het aanbod van abonnementen	,143	,097	,136	1,482	,142
	De communicatie van Personal Sports Club	,085	,071	,095	1,198	,234
5	De maandelijkse opzegtermijn	,140	,083	,137	1,690	,094
	De prijs/kwaliteitsverhouding	,392	,069	,485	5,700	,000
	De algemene kwaliteit van de gegeven groepslessen	-,063	,076	-,115	-,831	,408
	De diversiteit van de groepslessen	,116	,068	,236	1,720	,088
	(Constant)	,897	,447		2,008	,047
6	Het aanbod van abonnementen	,128	,095	,121	1,352	,179
	De communicatie van Personal Sports Club	,088	,071	,099	1,250	,214
	De maandelijkse opzegtermijn	,142	,083	,139	1,714	,090
	De prijs/kwaliteitsverhouding	,389	,069	,482	5,679	,000
	De diversiteit van de groepslessen	,070	,038	,142	1,842	,069
	(Constant)	1,059	,429		2,472	,015
	Het aanbod van abonnementen	,159	,092	,150	1,724	,088
	De maandelijkse opzegtermijn	,148	,083	,144	1,782	,078
	De prijs/kwaliteitsverhouding	,382	,069	,474	5,580	,000

De diversiteit van de groepslessen	,079	,037	,160	2,115	,037
------------------------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: In hoeverre bent u in het algemeen tevreden over Personal Sports Club?

Tabel 70 Kruistabel abonnementsvorm * prijs

Van welke abonnementsvorm of cursus maakt u gebruik? * De prijs Crosstabulation

Count

		De prijs					Total
		Ze er ontevreden	Ontevrede n	Neutraal	Tevrede n	Ze er tevreden	
Van welke abonnementsvorm of cursus maakt u gebruik?	Gold Daluren	0	1	0	8	0	9
	Gold Standaard	1	7	15	30	2	55
	Gold Personal Training	0	0	7	11	0	18
	Platinum Personal Training	0	1	4	8	0	13
	Studenten abonnement	0	0	1	0	0	1
	10 in 10 cursus	0	0	2	7	1	10
	Total	1	9	29	64	3	106

Tabel 71 Kruistabel abonnementsvorm * prijs/kwaliteitsverhouding

Van welke abonnementsvorm of cursus maakt u gebruik? * De prijs/kwaliteitsverhouding Crosstabulation

Count

		De prijs/kwaliteitsverhouding					Total
		Ze er ontevreden	Ontevrede n	Neutraal	Tevrede n	Ze er tevreden	
Van welke abonnementsvorm of cursus maakt u gebruik?	Gold Daluren	0	1	1	7	0	9
	Gold Standaard	1	7	14	30	3	55
	Gold Personal Training	0	0	9	8	1	18
	Platinum Personal Training	0	0	6	7	0	13
	Studenten abonnement	0	0	1	0	0	1
	10 in 10 cursus	0	0	1	7	2	10
	Total	1	8	32	59	6	106

Tabel 72 Kruistabel jaren lid * algemene tevredenheid

Hoelang bent u al lid bij Personal Sports Club? * In hoeverre bent u in het algemeen tevreden over Personal Sports Club? Crosstabulation

Count

		In hoeverre bent u in het algemeen tevreden over Personal Sports Club?				Total
		Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Zeervrededen	
Hoelang bent u al lid bij Personal Sports Club?	0 tot 1 jaar	0	4	30	13	47
	1 tot 2 jaar	0	3	17	5	25
	2 tot 3 jaar	0	1	10	5	16
	3 tot 4 jaar	0	1	6	0	7
	> 4 jaar	1	3	6	1	11
Total		1	12	69	24	106

Tabel 73 Kruistabel geslacht * algemene kwaliteit groepslessen

Wat is uw geslacht? * De algemene kwaliteit van de gegeven groepslessen Crosstabulation

Count

		De algemene kwaliteit van de gegeven groepslessen					Total
		Zeervrededen	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Zeervrededen	
Wat is uw geslacht?	Man	0	1	2	11	3	46
	Vrouw	1	1	1	15	11	60
Total		1	2	3	26	14	106

Tabel 74 Kruistabel geslacht * groepsles instructeur

Wat is uw geslacht? * De trainer die de groepsles geeft Crosstabulation

Count

		De trainer die de groepsles geeft					Total
		Zeervrededen	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Zeervrededen	
Wat is uw geslacht?	Man	0	2	1	10	4	46
	Vrouw	1	1	1	13	13	60
Total		1	3	2	23	17	106

Tabel 75 Kruistabel geslacht * diversiteit groepslessen

Wat is uw geslacht? * De diversiteit van de groepslessen Crosstabulation

Count

		De diversiteit van de groepslessen						Total
		Zeer ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Zeer tevreden	N.v.t.	
Wat is uw geslacht?	Man	0	0	3	13	2	28	46
	Vrouw	2	2	3	17	7	29	60
Total		2	2	6	30	9	57	106

Tabel 76 Planning activiteiten temperatuur binnen Personal Sports Club

Wat?	Wie?	Wanneer?
Aanschaffen 3 nieuwe ventilatoren	Medewerker Personal Sports Club	Juni 2017
Deuren naar buiten constant gesloten houden	Medewerkers Personal Sports Club	Vanaf juni – september 2017
Airco laten controleren	Reparatie monteur	Juli 2017

Tabel 77 Kosten temperatuur verlagen

Wat?	Wie?	Kosten	Bron
Aanschaffen 3 nieuwe ventilatoren	Medewerker Personal Sports Club	€113,97	(Conrad, 2017)
Deuren naar buiten constant gesloten houden	Medewerkers Personal Sports Club	X	X
Airco laten controleren	Servicemonteur	€150	(Eigenaar PSC)

Tabel 78 Planning openingstijden

Wat?	Wie?	Wanneer?
(1) Zaterdag 3 uur langer open (tot 18:00 uur)	Medewerker Personal Sports Club	Juli – september
(1) Zondag 3 uur langer open (tot 17:00 uur)	Medewerkers Personal Sports Club	Juli – september
(2) Zaterdag 5 uur langer open (tot 20:00 uur)	Medewerkers Personal Sports Club	Oktober – december
(2) Zondag 5 uur langer open (tot 19:00 uur)	Medewerkers Personal Sports Club	Oktober – december

Tabel 79 Kosten verlenging openingstijden

Wat?	Wie?	Uren per maand	Kosten per maand
(1) Personeelskosten	2 medewerkers	24	€226,80
(1) Personeelskosten	2 medewerkers	24	€226,80
(2) Personeelskosten	2 medewerkers	40	€378
(2) Personeelskosten	2 medewerkers	40	€378

Tabel 80 Planning reparatie fitnessapparaten

Wat?	Wie?	Wanneer?
Repareren leer van 4 apparaten	Reparatiemonteur	2017 (geen hoge prioriteit)
Repareren beeldscherm van de crosstrainer	Servicemonteur	Juli of uiterlijk augustus

Tabel 81 Kosten reparatie fitnessapparaten

Wat?	Wie?	Kosten
Repareren leer van 4 apparaten	Reparatiemonteur	€600
Repareren beeldscherm van de crosstrainer	Servicemonteur	€250

Tabel 82 Planning vervolgonderzoek

Wat?	Wie?	Wanneer?
Onderzoek naar klanttevredenheid	HBO stagiair (commerciële economie of sportmarketing en management)	2018
Onderzoek naar de klantloyaliteit	HBO stagiair (commerciële economie of sportmarketing en management)	September 2017 – januari 2018 of februari 2018 – juni 2018.

Tabel 83 Kosten vervolgonderzoek

Wat?	Wie?	Kosten
Onderzoek naar klanttevredenheid	HBO stagiair (commerciële economie of sportmarketing en management)	€0 - €1750
Onderzoek naar de klantloyaliteit	HBO stagiair (commerciële economie of sportmarketing en management)	€0 - €1750

Bijlage IV Topiclist

De topiclist voor die gehanteerd is voor het interviewen van nieuwe leden is hieronder weergegeven.

1. Waar kent u Personal Sports Club van?
2. Wat is de voornaamste reden dat u voor Personal Sports Club heeft gekozen?
3. Wat vindt u belangrijke criteria waar een sportschool voor u aan moet voldoen?
4. Wat vindt u van onze openingstijden?
5. Wat vindt u van de criteria moderne fitnessapparatuur en de parkeergelegenheid?
6. Wat vindt u van de prijzen bij Personal Sports Club?

De topiclist voor die gehanteerd is voor het interviewen van uitschrijvende leden is hieronder weergegeven.

1. Kunt u in het kort de reden dat u het abonnement opzegt toelichten?
2. Heeft Personal Sports Club voldaan aan uw verwachtingen?
3. Hoe heeft u onze openingstijden ervaren?
4. Hoe heeft u de kwaliteit van de fitnessapparatuur ervaren?
5. Hoe heeft u de parkeergelegenheid rondom Personal Sports Club ervaren?
6. Hoe heeft u de prijs ervaren?
7. Ben u tevreden geweest over de algemene kwaliteit van Personal Sports Club?
8. Wat zou Personal Sports Club kunnen verbeteren zodat u het abonnement niet had opgezegd?

Bijlage V Verbatims

Verbatims van inschrijvende klanten (1 t/m 5). De verbatims 6 t/m 9 zijn van klanten die zich uitgeschrijven.

Respondent 1

Geslacht: Man

Waar kent u Personal Sports Club van?

Ik werk hiernaast bij Teleperformance dus ik rijd hier regelmatig langs haha, vandaar.

Haha, oke. Is dat ook de voornaamste reden dat u voor onze sportschool heeft gekozen?

Deels. Het is een plus dat ik meteen uit m'n werk door kan sporten.

U geeft aan dat deze reden deels meespeelt. Wat zijn de andere redenen?

Ten eerste is het 20 seconden lopen. Dat vind ik wel fijn. Maar ik heb ook gebruik gemaakt van de 14-dagen pas en vond dit wel een aangename sportschool. Ik sportte eerst bij Basis-fit, maar daar is het echt heel druk de laatste tijd. Het is hier wat minder druk.

Wat vindt u belangrijke criteria waar een sportschool aan moet voldoen?

Ik vind het belangrijk dat het niet al te druk is. Dat ik moet wachten om bepaalde apparaten te kunnen gebruiken.

Oke, vindt u nog andere criteria belangrijk?

Ik vind het ook wel fijn om af en toe advies over bepaalde oefeningen te kunnen krijgen.

Vindt u criteria als openingstijden, moderne fitnessapparatuur en voldoende parkeergelegenheid belangrijk?

Parkeergelegenheid heb ik hier genoeg, en de afgelopen twee weken heb ik geen klachten gehad over de apparatuur. Ik vind het echter wel jammer dat de club op zaterdag al om 15:00uur sluit en op zondag om 14:00uur. Verder dan dat ben ik tot nu toe wel tevreden.

Wat vindt u een betere sluitingstijd voor in het weekend?

Ik zou het in ieder geval fijn vinden als ik tot voor het avondeten kan sporten.

Dus ongeveer tot 17:00 – 18:00 uur?

Ja.

Wat vindt u van de prijzen bij Personal Sports Club?

Het is natuurlijk wel zo'n 2x zo duur als bij Basic-fit bijvoorbeeld per maand. Maar daar krijg ik niet of nauwelijks advies en het is daar een stuk drukker waardoor ik soms moet wachten om te kunnen sporten. Dus ik heb wel wat meer over om goed te kunnen sporten.

Respondent 2

Geslacht: Vrouw

Waar kent u Personal Sports Club van?

Ik woon hier in de buurt en ik heb wel eens iets van jullie voorbij zien komen op Facebook. Daarna heb ik wat op de website gekeken.

Wat heeft u van ons voorbij zien komen op Facebook?

Volgens mij iets over een cursus 10in10 en nog iets over personal training.

Wat is de voornaamste reden dat u voor Personal Sports Club heeft gekozen?

Voornamelijk omdat het dichtbij huis is, namelijk 5 minuutjes fietsen en omdat ik weer ga beginnen met sporten vind ik een beetje persoonlijke begeleiding wel goed.

Wat vindt u belangrijke criteria waar een sportschool aan moet voldoen?

Ik vind het belangrijk dat de sportschool goed hygiënisch is en persoonlijke begeleiding/advies vind ik belangrijk, omdat ik niet altijd weet of ik oefeningen wel goed uitoefen.

Oke, vindt u nog andere criteria belangrijk?

Uhm... Nee, als ik maar rustig en goed kan sporten. De rest maakt niet zoveel uit.

Wat vindt u bijvoorbeeld van onze openingstijden?

Voor mij zijn ze wel prima. Ik ben van plan toch alleen maar overdag te gaan sporten en heel af en toe in de avond. Dus ik vind het wel goed zo.

Wat vindt u van de criteria moderne fitnessapparatuur en parkeergelegenheid?

Ik vind het vooral belangrijk dat ik gewoon kan sporten. Dat hoeft niet per se super de luxe te zijn. En zo te zien zijn de apparaten hier prima. De parkeergelegenheid is voor mij niet zo belangrijk, omdat ik hier toch op de fiets naar toe kom.

Wat vindt u van de prijzen bij Personal Sports Club?

De prijzen vind ik gewoon gemiddeld voor een wat luxere sportschool.

Respondent 3

Geslacht: Vrouw

Waar kent u Personal Sports Club van?

Toen ik op zoek ging naar een sportschool in Zoetermeer kwam ik jullie tegen via de website.

Via waar heeft u precies gezocht?

Ik heb gezocht via Google gewoon en gezocht op sportschool Zoetermeer als ik het me goed kan herinneren.

Wat is de voornaamste reden dat u voor Personal Sports Club heeft gekozen?

Vooral omdat ik hier niet vast zit aan een abonnement voor een heel jaar. Het is hier namelijk maandelijks opzegbaar toch?

Ja dat klopt. Alle abonnementen zijn hier maandelijks opzegbaar. Er is wel 1 kalendermaand opzegtermijn waar u rekening mee moet houden als u het abonnement opzegt.

Wat vindt u belangrijke criteria waar een sportschool aan moet voldoen?

Het allerbelangrijkste vind ik dat ik gewoon normaal en rustig kan sporten. Dat ik niet hoeft te wachten als ik een apparaat wil gebruiken.

Wat vindt u van onze openingstijden bijvoorbeeld?

Uhm. Wat zijn precies jullie openingstijden? Daar heb ik eigenlijk nog niet eens naar gekeken.

Wij zijn maandag tot donderdag geopend van 08:30 - 22:00 uur, vrijdag van 08:30 - 21:00 uur, zaterdag van 09:00 – 15:00 uur en zondag van 09:00 – 14:00 uur.

Uhm... Doordeweeks lijken mij deze tijden gewoon prima. Maar omdat ik het soms wel eens druk heb i.v.m. werk en dingen thuis zou ik ook wel eens in het weekend gaan sporten. Dit zou dan dus maar tot 14:00 of 15:00 uur kunnen. Hier moet ik dus wel even rekening mee houden.

U heeft liever dat we in het weekend ook langer open zijn?

Ja gewoon net als doordeweeks. Of anders in ieder geval tot een uurtje of 18:00 – 19:00 uur.

Wat vindt u van de criteria moderne fitnessapparatuur en parkeergelegenheid?

De fitnessapparatuur die hier staat ziet er naar mijn idee wel goed uit. Ik vind het wel belangrijk dat als er iets stuk gaat, het ook wel binnen een redelijke tijd gerepareerd wordt. Vooral omdat ik hier natuurlijk ook wat hoger bedrag betaal.

Ik vind hier genoeg plekken om te parkeren, dus dit vind ik wel goed.

Wat vindt u van de prijzen bij Personal Sports Club?

De prijzen vind ik wel redelijk goed vergeleken met andere sportscholen in Zoetermeer die ook personal training geven.

Respondent 4

Geslacht: Vrouw

Waar kent u Personal Sports Club van?

Via een bericht of reclame op Facebook.

Wat heeft u van ons voorbij zien komen op Facebook?

Een berichtje of advertentie over een cursus waarbij je 10 kilo in 10 weken kan afvallen. Dat vond ik wel interessant.

Wat is de voornaamste reden dat u voor Personal Sports Club heeft gekozen?

Omdat ik weer moet gaan beginnen met sporten en een aantal kilo's kwijt wil. Ik hoop dat me dit gaat lukken met deze cursus van 10 weken.

Daar gaan we hard ons best voor doen!

Wat vindt u belangrijke criteria waar een sportschool aan moet voldoen?

Het moet niet te ver weg zijn, het moet schoon zijn en uh vriendelijk personeel vind ik ook wel belangrijk.

Wat vindt u bijvoorbeeld van onze openingstijden? (openingstijden laten zien)

Voor mij is er niks mis mee. Ik ben van plan toch alleen maar in de ochtenden te gaan sporten.

Wat vindt u van de criteria moderne fitnessapparatuur en parkeergelegenheid?

De parkeergelegenheid hier vind ik perfect. Ik kan hieronder gewoon m'n auto 2 uur lang gratis parkeren in de garage. Moderne fitnessapparatuur maakt mij niet zoveel uit, als de apparaten het maar doen haha.

Wat vindt u van de prijzen bij Personal Sports Club?

Voor deze cursus betaal ik nu natuurlijk maar €295 voor 10 weken in plaats van €395. Dat vind ik wel een goede actie. Ik weet niet of ik het voor €395 ook zou doen, maar voor die €100 korting zeker wel.

Respondent 5

Geslacht: Man

Waar kent u Personal Sports Club van?

Een vriend van mij sport hier ook en die zei dat ik hier gratis kon sporten voor 14 dagen met zo'n pas. Maar die is nu verlopen en ik vond het wel fijn sporten hier dus daarom schrijf ik me ook in.

Wat is de voornaamste reden dat u voor Personal Sports Club heeft gekozen?

Voornamelijk omdat een vriend van mij dit aanraadde. En nadat ik hier nu 2 weken heb gesport met die 14-dagen pas, vind ik het wel leuk sporten hier.

Wat maakt het hier zo 'leuk' sporten?

Uhm. Ik denk dat het komt doordat het hier niet super druk is, waardoor ik altijd gewoon rustig m'n gang kan gaan en als ik een vraag of advies nodig heb ik dit gewoon kan vragen.

Wat vindt u belangrijke criteria waar een sportschool aan moet voldoen?

Het moet niet te druk zijn en ook niet super duur zijn.

Wat vind je van onze prijzen hier?

Ik vind het wel aan de hoge kant en het is ook wel wat ik er maximaal voor een fitnessabonnement over heb.

Wat vindt u van onze openingstijden bijvoorbeeld? (openingstijden laten zien)

Helemaal prima! Ik wil toch sowieso zoveel mogelijk doordeweeks komen, omdat ik in het weekend ook al voetbal.

Wat vindt u van de criteria moderne fitnessapparatuur en parkeergelegenheid?

Ik vind de apparatuur hier op zich wel goed. Alleen heb ik wel gemerkt dat het stoeltje één van de bankjes daar bij de vrije gewichten los zit.

Wat is hier precies kapot aan?

Het stoeltje van dat bankje is niet meer naar boven te verstellen. Van het andere bankje ernaast namelijk wel.

Oh oke, ik zal er gelijk een notitie van maken.

Wat vind je van de parkeergelegenheid hier rondom de sportschool?

Ja goed. Ik parkeer meestal hieronder in de garage of in de woonwijk hierachter.

Respondent 6

Geslacht: Vrouw

Kunt u in het kort de reden dat u het abonnement opzegt toelichten?

Mijn moeder wil ook gaan sporten, maar zij vind het hier een beetje aan de dure kant. Daarom heb ik besloten om samen met haar naar Fitforfree te gaan. Die zijn namelijk wel iets goedkoper.

Heeft PSC wel voldaan aan uw verwachtingen?

Jazeker. Ik vind het ook een erg fijne sportschool en heb altijd hier goede begeleiding gehad.

Hoe heeft u onze openingstijden ervaren?

Ik sport meestal alleen maandag, woensdag en vrijdag. Voor mij zijn de openingstijden gewoon goed. Alleen ben ik een enkele keer in het weekend gegaan, maar toen ging die wel redelijk vroeg dicht. Maar dat maakt mij niet zoveel uit want ik ben maar iets van 4 – 5 keer in het weekend geweest.

Hoe heeft u de kwaliteit van de fitnessapparatuur ervaren?

De cardio apparaten doen het allemaal goed, alleen was er volgens mij wel een crosstrainer die kapot was.

Hoe heeft u de parkeergelegenheid rondom PSC ervaren?

Ik kom hier lekker sportief me de fiets naar toe haha.

Hoe heeft u de prijs ervaren?

Vergeleken met waar ik nu met mijn moeder ga sporten is deze natuurlijk wel ongeveer 2 keer zo duur. Maar hier had ik dan ook wel 1 keer personal training per maand. Ook vond ik het personeel altijd aardig en zeer behulpzaam.

Bent u tevreden geweest over de algemene kwaliteit van PSC?

Jazeker. Ik vond de pt's (personal trainingen) altijd goed, de groepslessen vond ik altijd leuk en daar kwam ik ook vaak voor.

Oh ja? Van welke groepslessen maakte je vaak gebruik?

Ik deed meestal mee aan de BBB, bootcamp en de fitcircuit. Deze vond ik zelf altijd het leukste.

Wat zou PSC kunnen verbeteren zodat u het abonnement niet had opgezegd?

Voor mij eigenlijk niets. Of misschien de abonnementen wat goedkoper maken zodat mijn moeder hier ook gaat sporten haha.

Respondent 7

Geslacht: Vrouw

Kunt u in het kort de reden dat u het abonnement opzegt toelichten?

In verband met medische redenen zeg ik het abonnement op.

Mag ik vragen om welke medische reden het gaat?

Nou, ik heb de laatste paar maanden echt ontzettend last van mijn rechter schouder. Ben daar ook al een aantal keren bij de dokter voor geweest, maar het lijkt steeds erger te worden. Laatst kon ik niet eens meer mijn arm bewegen.

Heeft PSC wel voldaan aan uw verwachtingen?

Ja heel erg. Ik was net weer goed begonnen, en nu moet ik weer stoppen. Gelukkig zit ik hier niet vast aan een heel jaar abonnement. En als ik weer kan sporten, kom ik me zeker weer hier inschrijven!

Dat is mooi! Hoe heeft u onze openingstijden ervaren?

Goed. Ik kwam toch altijd in de ochtend en soms in de middag.

Hoe heeft u de kwaliteit van de fitnessapparatuur ervaren?

Ook goed. Ik heb er alles op kunnen zien. Zelfs tv haha. Dat helpt toch soms wel om even afgeleid te zijn. De tijd lijkt dan soms wat sneller te gaan haha.

Hoe heeft u de parkeergelegenheid rondom PSC ervaren?

Alleen jammer dat hiervoor precies betaald parkeren is. Maar voor de rest kan ik hieronder 2 uur gratis parkeren.

Ja klopt, hiervoor is het pas gratis vanaf 18:00 uur.

Hoe heeft u de prijs ervaren?

Ik vond het bedrag dat ik moest betalen (€35 p.m.) precies goed. Ik vind sporten namelijk best belangrijk en heb er daarom ook wel wat meer geld voor over. Helaas moet ik er even mee stoppen.

Bent u voor de rest tevreden geweest over de algemene kwaliteit van PSC?

Ja dat ook wel. Het was altijd schoon en ik heb verder gewoon goede begeleiding gehad hier. Daarom ben ik ook van plan om me hier weer in te schrijven als ik me weer beter voel.

Wat zou PSC kunnen verbeteren zodat u het abonnement niet had opgezegd?

Er komt niet echt iets nu meteen in me op.

Respondent 8

Geslacht: Vrouw

Kunt u in het kort de reden dat u het abonnement opzegt toelichten?

Ik merk al een tijdje dat ik steeds minder ga sporten. Ik heb het nu gewoon te druk met werk en andere dingen.

Heeft PSC wel voldaan aan uw verwachtingen?

Ja hoor. En misschien als ik ooit weer ga fitnessen kom ik ook wel weer terug. Ik vind het alleen zonde dat ik nu elke maand betaal, maar omdat ik het op dit moment erg druk heb ik er geen gebruik van kan maken.

Hoe heeft u onze openingstijden ervaren?

Voor mij positief.

Hoe heeft u de kwaliteit van de fitnessapparatuur ervaren?

Naar mijn idee was er niks mis mee. Alles wat ik nodig had werkte allemaal.

Hoe heeft u de parkeergelegenheid rondom PSC ervaren?

Ook goed. Ik zette mijn auto meestal hierachter in de woonwijk en soms in de garage van het Woonhart hieronder.

Hoe heeft u de prijs ervaren?

Ik betaalde €45 p.m. en dat vond ik best goed te doen voor die 1 keer personal training per maand. Ik vind het niet goedkoop, maar ook niet te duur.

Ben u voor de rest tevreden geweest over de algemene kwaliteit van PSC?

Ja ik ben over het algemeen zeer tevreden. Het ligt ook niet aan jullie dat ik ga stoppen met sporten hè, haha!

Wat zou PSC kunnen verbeteren zodat u het abonnement niet had opgezegd?

Vrij weinig denk ik. Het ligt gewoon meer aan mezelf en dat ik het qua tijd niet meer kan halen.

Respondent 9

Geslacht: Man

Kunt u in het kort de reden dat u het abonnement opzegt toelichten?

Ik kom eigenlijk vrij weinig meer en dan vind ik het zonde om maandelijks €35 te betalen.

Heeft PSC wel voldaan aan uw verwachtingen?

Ja. Als ik ooit weer ga sporten dan wil ik me ook wel weer hier inschrijven.

Hoe heeft u onze openingstijden ervaren?

Ik heb daar niks aan of op te merken, nee.

Hoe heeft u de kwaliteit van de fitnessapparatuur ervaren?

Alles werkte altijd gewoon prima. Alleen zag ik dat 1 crosstrainer het niet meer deed en voor de rest gaat op sommige apparaten het leer een beetje scheuren. Maar voor de rest vind ik de apparatuur goed.

Hoe heeft u de parkeergelegenheid rondom PSC ervaren?

Ik parkeer mijn auto meestal hiervoor, omdat ik toch meestal na 18:00 uur train.

Hoe heeft u de prijs ervaren?

Ik vond de €35 p.m. wel een redelijke prijs voor wat ik ervoor terug heb gekregen.

Ben u voor de rest tevreden geweest over de algemene kwaliteit van PSC?

Over het algemeen ben ik zeker tevreden geweest over de kwaliteit, hygiëne en groepslessen etc.

Wat zou PSC kunnen verbeteren zodat u het abonnement niet had opgezegd?

Niet echt iets dat jullie kunnen veranderen. Ik zou meer tijd moeten vrijmaken om te sporten, maar ik heb op dit moment even andere prioriteiten.

Bijlage VI Analyseschema's

In deze bijlage zijn de analyseschema's van de interviews te zien.

De onderstaande analyseschema's gaan over de respondenten die geïnterviewd zijn tijdens het inschrijven:

Analyseschema 1 Waar kent u PSC van?

Respondent #	'Waar kent u Personal Sports Club van?'
1	<i>Ik werk hiernaast bij Teleperformance dus ik rijd hier regelmatig langs haha, vandaar.</i>
2	<i>Ik woon hier in de buurt en ik heb wel eens iets van jullie voorbij zien komen op Facebook. Daarna heb ik wat op de website gekeken.</i>
3	<i>Toen ik op zoek ging naar een sportschool in Zoetermeer kwam ik jullie tegen via de website.</i>
4	<i>Via een bericht of reclame op Facebook.</i>
5	<i>Een vriend van mij sport hier ook en die zei dat ik hier gratis kon sporten voor 14 dagen met zo'n pas. Maar die is nu verlopen en ik vond het wel fijn sporten hier dus daarom schrijf ik me ook in.</i>

Analyseschema 2 Wat is de voornaamste reden dat u voor PSC heeft gekozen?

Respondent #	'Wat is de voornaamste reden dat u voor Personal Sports Club heeft gekozen?'
1	<i>Deels. Het is een plus dat ik meteen uit m'n werk door kan sporten.</i>
2	<i>Voornamelijk omdat het dichtbij huis is, namelijk 5 minuutjes fietsen en omdat ik weer ga beginnen met sporten vind ik een beetje persoonlijke begeleiding wel goed.</i>
3	<i>Vooraf omdat ik hier niet vast zit aan een abonnement voor een heel jaar. Het is hier namelijk maandelijks opzegbaar toch?</i>
4	<i>Omdat ik weer moet gaan beginnen met sporten en een aantal kilo's kwijt wil. Ik hoop dat me dit gaat lukken met deze cursus van 10 weken.</i>
5	<i>Voornamelijk omdat een vriend van mij dit aanraadt. En nadat ik hier nu 2 weken heb gesport met die 14-dagen pas, vind ik het wel leuk sporten hier.</i>

Analyseschema 3 Belangrijke criteria waar een sportschool aan moet voldoen

Respondent #	'Wat vindt u belangrijke criteria waar een sportschool aan moet voldoen?'
1	<i>Ik vind het belangrijk dat het niet al te druk is. Dat ik moet wachten om bepaalde apparaten te kunnen gebruiken.</i>
2	<i>Ik vind het belangrijk dat de sportschool goed hygiënisch is en persoonlijke begeleiding/advies vind ik belangrijk, omdat ik niet altijd weet of ik oefeningen wel goed uitoefen.</i>
3	<i>Het allerbelangrijkste vind ik dat ik gewoon normaal en rustig kan sporten. Dat ik niet hoeft te wachten als ik een apparaat wil gebruiken.</i>

- 4 *Het moet niet te ver weg zijn, het moet schoon zijn en uh vriendelijk personeel vind ik ook wel belangrijk.*
- 5 *Het moet niet te druk zijn en ook niet super duur zijn.*

Analyseschema 4 Openingstijden

Respondent #	<i>‘Wat vindt u van onze openingstijden?’</i>
1	<i>Ik vind het echter wel jammer dat de club op zaterdag al om 15:00uur sluit en op zondag om 14:00uur. Verder dan dat ben ik tot nu toe wel tevreden.</i>
2	<i>Voor mij zijn ze wel prima. Ik ben van plan toch alleen maar overdag te gaan sporten en heel af en toe in de avond. Dus ik vind het wel goed zo.</i>
3	<i>Uhm. Wat zijn precies jullie openingstijden? Daar heb ik eigenlijk nog niet eens naar gekeken.</i>
4	<i>Voor mij is er niks mis mee. Ik ben van plan toch alleen maar in de ochtenden te gaan sporten.</i>
5	<i>Helemaal prima! Ik wil toch sowieso zoveel mogelijk doordeweeks komen, omdat ik in het weekend ook al voetbal.</i>

Analyseschema 5 Moderne fitnessapparatuur en parkeergelegenheid

Respondent #	<i>‘Wat vindt u van de criteria moderne fitnessapparatuur en parkeergelegenheid?’</i>
1	<i>Parkeergelegenheid heb ik hier genoeg, en de afgelopen twee weken heb ik geen klachten gehad over de apparatuur.</i>
2	<i>Ik vind het vooral belangrijk dat ik gewoon kan sporten. Dat hoeft niet per se super de luxe te zijn. En zo te zien zijn de apparaten hier prima. De parkeergelegenheid is voor mij niet zo belangrijk, omdat ik hier toch op de fiets naar toe kom.</i>
3	<i>De fitnessapparatuur die hier staat ziet er naar mijn idee wel goed uit. Ik vind het wel belangrijk dat als er iets stuk gaat, het ook wel binnen een redelijke tijd gerepareerd wordt. Vooral omdat ik hier natuurlijk ook wat hoger bedrag betaal. Ik vind hier genoeg plekken om te parkeren, dus dit vind ik wel goed.</i>
4	<i>De parkeergelegenheid hier vind ik perfect. Ik kan hieronder gewoon m’n auto 2 uur lang gratis parkeren in de garage. Moderne fitnessapparatuur maakt mij niet zoveel uit, als de apparaten het maar doen haha.</i>
5	<i>Ik vind de apparatuur hier op zich wel goed. Alleen heb ik wel gemerkt dat het stoeltje één van de bankjes daar bij de vrije gewichten los zit. De parkeergelegenheid vind ik gewoon goed. Ik parkeer meestal hieronder in de garage of in de woonwijk hierachter</i>

Analyseschema 6 Prijzen

Respondent #	<i>‘Wat vindt u van de prijzen bij Personal Sports Club?’</i>
1	<i>Het is natuurlijk wel zo’n 2x zo duur als bij Basic-fit bijvoorbeeld per maand. Maar daar krijg ik niet of nauwelijks advies en het is daar een stuk drukker</i>

	<i>waardoor ik soms moet wachten om te kunnen sporten. Dus ik heb wel wat meer over om goed te kunnen sporten.</i>
2	<i>De prijzen vind ik gewoon gemiddeld voor een wat luxere sportschool.</i>
3	<i>De prijzen vind ik wel redelijk goed vergeleken met andere sportscholen in Zoetermeer die ook personal training geven.</i>
4	<i>Voor deze cursus betaal ik nu natuurlijk maar €295 voor 10 weken in plaats van €395. Dat vind ik wel een goede actie. Ik weet niet of ik het voor €395 ook zou doen, maar voor die €100 korting zeker wel.</i>
5	<i>Ik vind het wel aan de hoge kant en het is ook wel wat ik er maximaal voor een fitnessabonnement over heb.</i>

De onderstaande analyseschema's gaan over de respondenten die geïnterviewd zijn tijdens het uitschrijven:

Analyseschema 7 Reden opzeggen abonnement

Respondent #	<i>'Kunt u in het kort de reden dat u het abonnement opzegt toelichten?'</i>
6	<i>Mijn moeder wil ook gaan sporten, maar zij vind het hier een beetje aan de dure kant. Daarom heb ik besloten om samen met haar naar Fitforfree te gaan. Die zijn namelijk wel iets goedkoper.</i>
7	<i>In verband met medische redenen zeg ik het abonnement op.</i>
8	<i>Ik merk al een tijdje dat ik steeds minder ga sporten. Ik heb het nu gewoon te druk met werk en andere dingen.</i>
9	<i>Ik kom eigenlijk vrij weinig meer en dan vind ik het zonde om maandelijks €35 te betalen.</i>

Analyseschema 8 PSC voldaan aan verwachtingen?

Respondent #	<i>'Heeft PSC wel voldaan aan uw verwachtingen?'</i>
6	<i>Jazeker. Ik vind het ook een erg fijne sportschool en heb altijd hier goede begeleiding gehad.</i>
7	<i>Ja heel erg. Ik was net weer goed begonnen, en nu moet ik weer stoppen. Gelukkig zit ik hier niet vast aan een heel jaar abonnement. En als ik weer kan sporten, kom ik me zeker weer hier inschrijven!</i>
8	<i>Ja hoor. En misschien als ik ooit weer ga fitnessen kom ik ook wel weer terug. Ik vind het alleen zonde dat ik nu elke maand betaal, maar omdat ik het op dit moment erg druk heb ik er geen gebruik van kan maken.</i>
9	<i>Ja. Als ik ooit weer ga sporten dan wil ik me ook wel weer hier inschrijven.</i>

Analyseschema 9 Openingstijden oud leden

Respondent #	<i>'Hoe heeft u onze openingstijden ervaren?'</i>
6	<i>Ik sport meestal alleen maandag, woensdag en vrijdag. Voor mij zijn de openingstijden gewoon goed. Alleen ben ik een enkele keer in het weekend</i>

- 7 *gegaan, maar toen ging die wel redelijk vroeg dicht. Maar dat maakt mij niet zoveel uit want ik ben maar iets van 4 – 5 keer in het weekend geweest.*
- 8 *Goed. Ik kwam toch altijd in de ochtend en soms in de middag.*
- 9 *Voor mij positief.*
- 10 *Ik heb daar niks aan of op te merken, nee.*

Analyseschema 10 Kwaliteit fitnessapparatuur

Respondent #	<i>'Hoe heeft u de kwaliteit van de fitnessapparatuur ervaren?'</i>
6	<i>De cardio apparaten doen het allemaal goed, alleen was er volgens mij wel een crosstrainer die kapot was.</i>
7	<i>Ook goed. Ik heb er alles op kunnen zien. Zelfs tv haha. Dat helpt toch soms wel om even afgeleid te zijn. De tijd lijkt dan soms wat sneller te gaan haha.</i>
8	<i>Naar mijn idee was er niks mis mee. Alles wat ik nodig had werkte allemaal.</i>
9	<i>Alles werkte altijd gewoon prima. Alleen zag ik dat 1 crosstrainer het niet meer deed en voor de rest gaat op sommige apparaten het leer een beetje scheuren. Maar voor de rest vind ik de apparatuur goed.</i>

Analyseschema 11 Parkeergelegenheid

Respondent #	<i>'Hoe heeft u de parkeergelegenheid rondom PSC ervaren?'</i>
6	<i>Ik kom hier lekker sportief me de fiets naar toe haha.</i>
7	<i>Alleen jammer dat hiervoor precies betaald parkeren is. Maar voor de rest kan ik hieronder 2 uur gratis parkeren.</i>
8	<i>Ook goed. Ik zette mijn auto meestal hierachter in de woonwijk en soms in de garage van het Woonhart hieronder.</i>
9	<i>Ik parkeer mijn auto meestal hiervoor, omdat ik toch meestal na 18:00 uur train.</i>

Analyseschema 12 Prijs

Respondent #	<i>'Hoe heeft u de prijs ervaren?'</i>
6	<i>Vergeleken met waar ik nu met mijn moeder ga sporten is deze natuurlijk wel ongeveer 2 keer zo duur. Maar hier had ik dan ook wel 1 keer personal training per maand. Ook vond ik het personeel altijd aardig en zeer behulpzaam.</i>
7	<i>Ik vond het bedrag dat ik moest betalen (€35 p.m.) precies goed. Ik vind sporten namelijk best belangrijk en heb er daarom ook wel wat meer geld voor over. Helaas moet ik er even mee stoppen.</i>
8	<i>Ik betaalde €45 p.m. en dat vond ik best goed te doen voor die 1 keer personal training per maand. Ik vind het niet goedkoop, maar ook niet te duur.</i>
9	<i>Ik vond de €35 p.m. wel een redelijke prijs voor wat ik ervoor terug heb gekregen.</i>

Analyseschema 13 Algemene kwaliteit

Respondent #	<i>'Bent u tevreden geweest over de algemene kwaliteit van PSC?'</i>
6	<i>Jazeker. Ik vond de pt's (personal trainingen) altijd goed, de groepslessen vond ik altijd leuk en daar kwam ik ook vaak voor.</i>
7	<i>Ja dat ook wel. Het was altijd schoon en ik heb verder gewoon goede begeleiding gehad hier. Daarom ben ik ook van plan om me hier weer in te schrijven als ik me weer beter voel.</i>
8	<i>Ja ik ben over het algemeen zeer tevreden. Het ligt ook niet aan jullie dat ik ga stoppen met sporten hè, haha!</i>
9	<i>Over het algemeen ben ik zeker tevreden geweest over de kwaliteit, hygiëne en groepslessen etc.</i>

Analyseschema 14 Wat zou PSC kunnen verbeteren?

Respondent #	<i>'Wat zou PSC kunnen verbeteren zodat u het abonnement niet had opgezegd?'</i>
6	<i>Voor mij eigenlijk niets. Of misschien de abonnementen wat goedkoper maken zodat mijn moeder hier ook gaat sporten haha.</i>
7	<i>Er komt niet echt iets nu meteen in me op.</i>
8	<i>Vrij weinig denk ik. Het ligt gewoon meer aan mezelf en dat ik het qua tijd niet meer kan halen.</i>
9	<i>Niet echt iets dat jullie kunnen veranderen. Ik zou meer tijd moeten vrijmaken om te sporten, maar ik heb op dit moment even andere prioriteiten.</i>