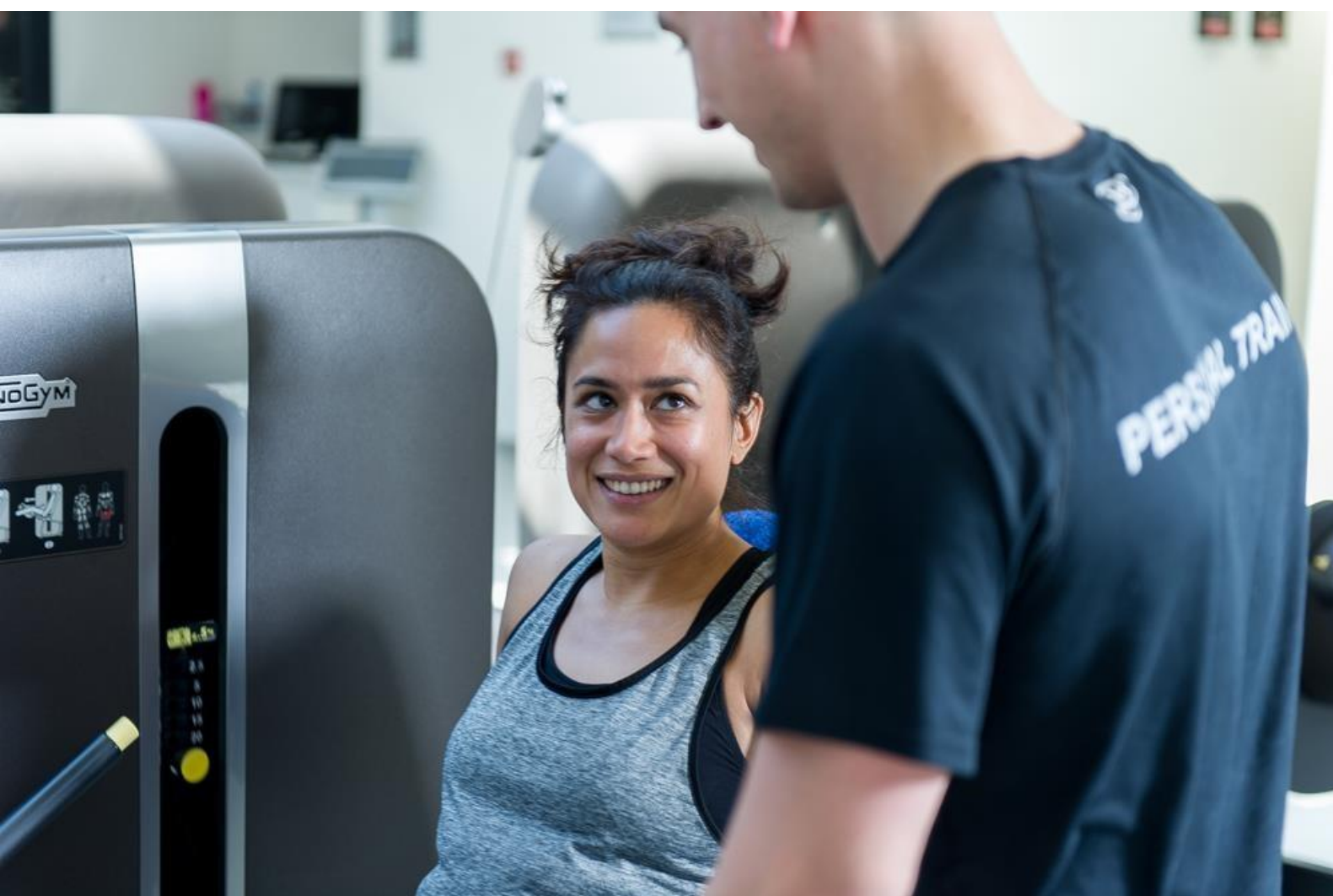


Klanttevredenheidsonderzoek Kenamju

Persoonlijke aandacht is onze kracht



Onderzoeksrapport

Colofon

Thema: *Kwalitatief onderzoek naar de klanttevredenheid van de leden van Kenamju*

Datum 14 juni 2018

Kans 1^e kans

Opdrachtnemer

Naam: Larissa de Groot

Studentnummer: S1097124

Onderdeel: Bachelor-scriptie

Jaar: 2017-2018

Opdrachtgever

Bedrijf: Kenamju

Adres: Phoenixstraat 13, 2011 KC Haarlem

Begeleider: Joey Wensveen

Onderwijsinstelling

Instelling: Hogeschool Leiden

Adres: Zernikedreef 11, 2333 CS Leiden

Opleiding: Commerciële Economie

Begeleider: Richard Troost

1^e beoordelaar: Jasper Lohuis

2^e beoordelaar: Toon Vuursteen

Aantal woorden: 13.334



Voorwoord

Beste lezer,

Voor u ligt mijn afstudeerscriptie. Het eindresultaat van mijn afstudeeronderzoek voor Kenamju. De afgelopen zestien weken heb ik aan deze scriptie gewerkt en ik hoop hiermee mijn opleiding Commerciële Economie aan Hogeschool Leiden succesvol af te ronden. Ik kijk terug op een leerzame periode waarin ik een interessant en uitdagend onderzoek heb uitgevoerd. Het was een lange weg met veel ups en downs. Vanwege de verlate start heb ik meer dan ooit moeten bewijzen om zo goed mogelijk het doel voor ogen te houden en zoveel mogelijk en snel mogelijk aan de slag te gaan. Mijn afstudeerscriptie was nooit tot stand gekomen zonder de hulp van een aantal personen. De volgende personen wil ik dan ook graag bedanken:

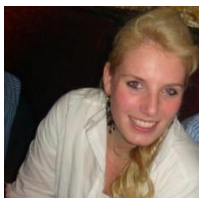
- De respondenten die ik mocht interviewen; zonder hen had ik het onderzoek niet uit kunnen voeren.
- Mijn opdrachtgever, Elco van der Geest, bedankt voor het vertrouwen en het feit dat ik alle ruimte en vrijheid boden om mijn scriptie op tijd af te kunnen ronden.
- Mijn bedrijfsbegeleider Joey Wensveen, bedankt voor al je hulp, feedback, tips en het meedenken.
- Mijn afstudeerbegeleider Richard Troost; bedankt voor alle feedback en beantwoording van alle vragen waar ik tegenaan liep.
- Mijn Tutorgroep: Bedankt voor alle uurtjes dat we elkaar vragen konden stellen en via de app als er dingen waren waar ik niet uitkwam.

Tot slot wil ik nog mijn ouders bedanken, zonder hun steun ben ik nooit zo ver met de opleiding gekomen en had ik waarschijnlijk vroegtijdig de opleiding gestopt. Uiteraard ook veel dank aan de mensen die ik niet bij naam heb genoemd, maar die zeker ook hebben bijgedragen aan de totstandkoming van mijn scriptie.

Ik wens u veel leesplezier,

Larissa de Groot

Leiden, 14 juni 2018



Management summary

This research report is written for the company Kenamju. Kenamju is a sports centre based in Haarlem at the Gedempte Oude Gracht. When the number of members increased they moved in 2013 to a larger building at the Phoenixstraat in Haarlem.

The company Kenamju has 4.000 members at this time and is not able to take on any more members now, therefore they have decided to have a member stop. Due to the stop, the company shifted their focus from taking in more member to the wishes and needs of the members and therefore would like to know what the current members want.

the thesis for this research is: *‘What are the wishes and needs from the customers of Kenamju’?* The goal of this paper is to give an insight in customer satisfaction of the members of Kenamju.

In order to answer the main question asked in this report, a total of fourteen sub-questions have been formulated. These questions are divided into four categories namely corporation, customer, company and literature review. Answers to these questions are found by conducting desk- and field research

The desk research consists of research in different literature of the term customer satisfaction. During this research the following sources were used: The SERVQUAL-model, The Total Perceived Service Quality- model, The Net Promoters Score and The literature of Thomassen. 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 five dimensions of the SERVPERF-model namely: ambiance, reliability, empathy, tangibles, and assurance. The desk research also consists of researching the competitors in the market and the trends and developments of the fitness industry. The fitness industry is an industry that continues to grow. The trends and developments are the increasing aging, the increase in social media and the rise of the low budget gyms.

The field research of this report is conducted by enacting qualitative research consisting of in-depth interviews. A qualitative research has been done with customers, these interviews are conducted among twelve entrepreneurs fitting the target group of the report. The field research showed that the customers of Kenamju are generally satisfied with the service quality, product quality and price.

After evaluating the customer satisfaction, it was found that members are mainly complaining about the general hygiene in the building. Different recommendations were made for the improvement of Kenamju. The first recommendation is that the general hygiene must be improved in the completed building.

Other important recommendations are:

- The temperature inside should be at least a few degrees lower in the summer months
 - More lockers in the ladies dress room.
- They have to create more space for bikes

Also my recommendations is to update the data every five years, this because of the changes of needs of the members and of course the change of customers.

When this recommendations is achieved, members will be more satisfied and there will be an increased chance for customer loyalty.

Inhoud

Voorwoord	3
Management summary.....	4
Hoofdstuk 1: Inleiding	7
1.1 Missie en Visie	7
1.2 Klanten	7
1.3 Lidmaatschap	8
1.4 Aanbod groepslessen	8
1.5 Opbouw van de scriptie	9
Hoofdstuk 2: Probleemformulering	10
2.1 Aanleiding.....	10
2.2 Doelstelling.....	10
2.3 Probleemstelling	10
2.4 Deelvragen	10
2.5 Grenzen van het onderzoek	11
Hoofdstuk 3: Theoretisch kader	12
3.1 Afgeleide vraag.....	12
3.2 Definities klanttevredenheid.....	12
3.3 Waarom streven naar klanttevredenheid?.....	13
3.4 Definities klantloyaliteit	13
3.5 Wat is de relatie tussen klanttevredenheid en klantloyaliteit?	14
3.6 Algemene theoretische achtergrond	14
3.7 Onderzoeksmodel	21
3.8 Hypothesen	22
3.9 Toetsing hypothesen.....	22
Hoofdstuk 4: De Markt.....	24
4.1 De markt.....	24
4.2 Trends en ontwikkelingen in de Fitnessbranche.....	24
4.3 De concurrenten	25
4.4 Conclusie	26
Hoofdstuk 5: Onderzoeksmethoden.....	27
5.1 Deskresearch	27
5.2 Fieldresearch	28
Hoofdstuk 6: Resultaten onderzoek	31
6.1 Zijn de klanten tevreden met wat er nu wordt aangeboden qua aanbod?.....	31
6.2 Zijn de klanten tevreden met wat er nu wordt aangeboden qua service?.....	31

6.3 Zijn de klanten tevreden met de prijs van het abonnement?	32
6.4 Welke dingen zou Kenamju moeten veranderen om een hogere klanttevredenheid te krijgen?	32
6.5 Waarom hebben de huidige afnemers voor Kenamju gekozen?.....	33
6.6 Conclusie resultaten onderzoek.....	33
Hoofdstuk 7: Conclusie	33
7.1 Conclusie deelvragen desk- en fieldresearch.....	33
7.2 Probleemstelling beantwoorden	35
7.3 Doelstelling onderzoek.....	35
7.4 Conclusie hypothesen	35
Hoofdstuk 8: Aanbeveling.....	37
8.1 Aanbevelingen korte termijn	37
8.2 Aanbeveling lange termijn	38
8.3 Suggesties voor vervolg onderzoek.....	38
Hoofdstuk 9: Implementatie	39
9.1 Planning implementatie	39
9.2 Kosten implementatieplan.....	40
9.4 Kosten + Baten	41
Literatuurlijst.....	42
Bijlage 1: Aanbod groepslessen Kenamju	45
Bijlage 2: Topic Lijst interview.....	48
Bijlage 3: Verbatim diepte-interviews.....	50
Bijlage 4: Analyseschema's	98
Bijlage 5: Respons klanttevredenheidsenquête Kenamju	105
Bijlage 6: Logboek en planning.....	106
Bijlage 7: Audit-trail interviews.....	108
Bijlage 8: Reflectieverslag afstudeerperiode Kenamju	109

Hoofdstuk 1: Inleiding

Kenamju (volledig KENNemer Amateur Judoclub) is een Nederlandse sportclub. De club is opgericht in 1948 en was oorspronkelijk een judoclub. In 1971 is de judoclub overgenomen door Cor van der Geest waarna de oorspronkelijke judoclub een sportcentrum werd. Kenajmu begon als klein sportcentrum gevestigd aan de Gedempte Oude Gracht in Haarlem met 700 leden. In 2013 is het bedrijf verhuisd naar een groter pand in Haarlem aan de Phoenixstraat en is het aantal leden gegroeid van 700 tot meer dan 4.000.

Vandaag de dag kunnen er in het sportcentrum meer dan 20 sporten worden beoefend. Zo heeft het bedrijf aanbod voor jong en oud. Naast het beoefenen van sporten kan er in het sportcentrum ook gebruik worden gemaakt van fysiotherapie, voeding en coaching en is er een sportarts aanwezig in het pand.

1.1 Missie en Visie

Kenamju vindt het belangrijk dat klanten zich op hun gemak voelen in het sportcentrum. Het luisteren naar klanten en persoonlijk contact met klanten wordt dan ook als vanzelfsprekend ervaren binnen de organisatie. De missie van een bedrijf geeft aan waar het bedrijf voor staat en wat het precies doet. De visie gaat over de toekomst, waar het bedrijf heen wil en is dan ook gericht op de omgeving (Cremers, 2017). Kenamju heeft de volgende missie en visie geformuleerd:

Missie

Sportcentrum Kenamju streeft naar kwaliteit en goede begeleiding, zodat ieder lid zijn of haar doelstelling omtrent sporten kan behalen. Kenamju biedt sportmogelijkheden voor de hele familie door een grote aanbod aan sportactiviteiten aan te bieden aan jong en oud.

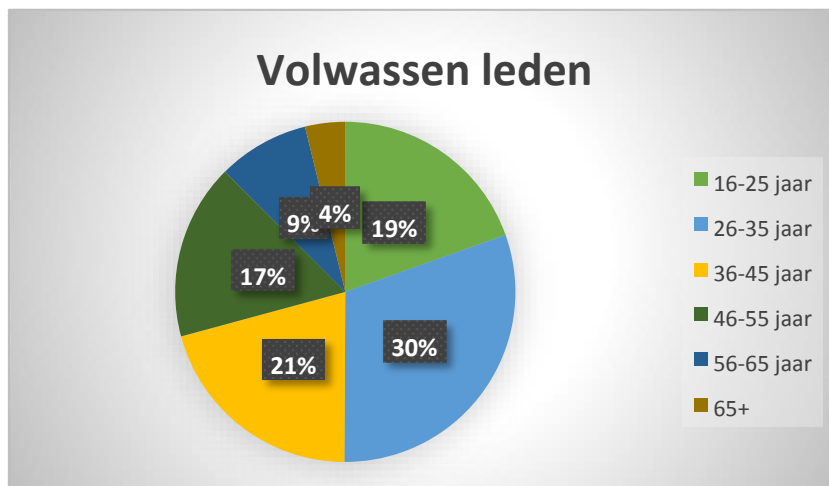
Visie

De kracht van sport is, naast gezondheid, ook zeker sociaal en maatschappelijk. Sport brengt mensen samen en schept een band. Kenamju streeft ernaar een plek te zijn waar mensen samen kunnen komen om de kracht van het sporten te ervaren.

1.2 Klanten

In de database van Kenamju staan 4102 klanten geregistreerd. De klanten bij Kenamju zijn tussen de 3 en 86 jaar oud. Er kan onderscheid gemaakt worden tussen volwassen leden en jeugdleden. De jeugdleden zijn alle kinderen tussen de 4 en 15 jaar oud. De jeugdleden zijn tijdens dit onderzoek niet meegenomen en zullen daardoor in dit onderzoek ook verder niet aan bod komen. De reden voor het niet meenemen van de jeugdleden is dat Kenamju graag een overzicht wil hebben van de gehele organisatie. Aangezien jongeren pas vanaf 16 jaar aan fitness mogen doen is deze groep tijdens het onderzoek buiten beschouwing gelaten.

Er zijn in totaal 3.118 volwassen leden vanaf 16 jaar. Figuur 1 geeft het percentage per leeftijdscategorie weer voor de volwassen leden vanaf 16 jaar.



Figuur 1: Leeftijdsindeling volwassen leden Kenamju

1.3 Lidmaatschap

Kenamju werkt alleen met abonnementen. Het is bij het bedrijf niet mogelijk om alleen maar een losse les te volgen met bijvoorbeeld een strippenkaart. Voor de volwassen leden kan er een keuze gemaakt worden uit de volgende lidmaatschappen:

- Gold abonnement voor 24 maanden : € 32 per maand
- Silver abonnement voor 12 maanden: € 37,50 per maand
- Bronze abonnement voor 6 maanden: € 45,50 per maand ■ Flex abonnement 1 maand: € 53,50 per maand
- Studentenabonnement voor 6 maanden: € 32 per maand

Dit zijn de standaard abonnementen. De leden kunnen dit abonnement nog uitbreiden met een wellness upgrade. Hiervoor betaalt de klant €17,50 extra per maand. Voor dit bedrag mag de klant gebruik maken van de sauna, het Turk stoombad en het zwembad. Bij de wellness upgrade hebben leden ook een aparte kleedkamer.

1.4 Aanbod groepslessen

De leden van Kenamju kunnen met hun lidmaatschap gebruik maken van de fitnesszaal of de aangeboden groepslessen. Kenamju biedt 20 verschillende soorten groepslessen aan (zie bijlage 1 voor verdere uitleg groepslessen).

Aerobics	Circuittraining	Bodypump	AquaFit
Boksen	Judo	Shape	Yoga
Bootcamp	Karate	Spinning	Mindfulness yoga
Balance	Kickboksen	TRX	Hatha Flow Yoga
Brazilian Dance	Pilates	Strenght & condition	Yin Yoga

Tabel 1: groepslessen Kenamju

1.5 Opbouw van de scriptie

In het volgende hoofdstuk wordt het probleem geformuleerd en wordt uitgelegd wat de doel- en probleemstelling zijn. Ook wordt er in hoofdstuk 2 gekeken naar de deelvragen die van toepassing zijn op dit onderzoek. In hoofdstuk 3 is er uitgebreid literatuuronderzoek gedaan naar de verklarende modellen en theorieën die betrekking hebben op de klanttevredenheid en klantloyaliteit. Aan de hand van deze theorieën is er een conceptueel model gekozen en zijn er hypothesen opgesteld. In hoofdstuk 4 is er gekeken naar de markt van de fitnessbranche en is er gekeken naar de concurrenten van Kenamju. In hoofdstuk 5 worden de verschillende onderzoeksmethoden beschreven die tijdens dit onderzoek zijn toegepast. In hoofdstuk 6 worden de resultaten de resultaten van het kwalitatief onderzoek. Aan de hand van deze resultaten is er in een hoofdstuk 7 een conclusie getrokken en zijn de hypothesen getoetst. In hoofdstuk 8 worden aanbevelingen gedaan die zijn voortgekomen uit de conclusies. Hoofdstuk 9 geeft de implementatie weer hoe de aanbevelingen ingezet dienen te worden plus een financiële onderbouwing.

Hoofdstuk 2: Probleemformulering

In dit hoofdstuk is de probleemformulering van het onderzoek uitgewerkt. Allereerst wordt de aanleiding van het probleem uitgelegd. Vervolgens wordt de centrale vraag van dit onderzoek besproken en toegelicht. Vervolgens worden de deelvragen besproken. De laatste paragraaf geeft de grenzen van het onderzoek aan.

2.1 Aanleiding

De aanleiding beschrijft de oorzaken van het probleem dat onderzocht wordt. Ook wordt uitgelegd waarom dit probleem relevant is voor de opdrachtgever.

Volgens onderzoek van de Rabobank (2013) vinden veel fitnesscentra het lastig om leden lang aan zich te binden. Veel fitnesscentra leggen namelijk de focus op actieve verkoop en niet op het behoud van leden. Het verlies van klanten in de fitnessbranche kost gezamenlijk 180 miljoen euro omzet per jaar (Rabobank, 2013).

‘‘Steeds meer bedrijven zijn actief in de volwassen markten waarin verdere groei alleen mogelijk is ten koste van de concurrentie’. Hierdoor verschuift de klemtoon van ‘het aantrekken van nieuwe klanten naar het behouden van bestaande klanten’’ (De Pelsmacker & Van Kenhove, p.26).

Kenamju is de afgelopen jaren flink gegroeid na de verhuizing naar het nieuwe pand aan de Phoenixstraat in Haarlem. Op dit moment heeft het bedrijf een ledenstop waardoor het niet mogelijk is voor nieuwe leden om een abonnement af te sluiten. De opdrachtgever, Elco van der Geest (directeur van Kenamju), kwam met het probleem dat door de groeiende concurrentie de nadruk moet liggen op het behoud van de bestaande klanten. Wanneer een klant niet tevreden is, dan bestaat het risico dat deze klant naar de concurrent overstapt. Kenamju wil klanten beter tot dienst zijn door inzicht te krijgen in de wensen en behoeften van de huidige klanten om zo de tevredenheid onder de bestaande leden te verhogen en het risico te verkleinen dat deze leden overstappen naar de concurrentie.

2.2 Doelstelling

De doelstelling voor de opdrachtnemer, Larissa de Groot, luidt als volgt:

In opdracht van Kenamju wordt onderzoek uitgevoerd naar de tevredenheid van de leden teneinde een adviesrapport op te leveren met als doel leden te behouden.

2.3 Probleemstelling

Om de hierboven genoemde aanleiding te onderzoeken is de volgende probleemstelling geformuleerd. Deze probleemstelling is de rode draad binnen het onderzoek. De probleemstelling luidt als volgt:

‘ Wat zijn de wensen en behoeften van de leden van Kenamju ’?

2.4 Deelvragen

In deze paragraaf worden de deelvragen uitgeschreven welke betrekking hebben op de probleemstelling.

Corporation

1. Wat zijn de missie en visie van Kenamju?
2. Wat is de achtergrond van Kenamju?
3. Wie zijn de huidige klanten van Kenamju?

Theoretisch kader

4. Wat is klanttevredenheid?
5. Wat is klantloyaliteit?
6. Wat is de relatie tussen klanttevredenheid en klantloyaliteit?
7. Waarom streven naar klanttevredenheid?

Deskresearch

8. Hoe groot is de sportbranche markt?
9. Wat zijn de trends en ontwikkelingen in de sportbranche ?
10. Wie zijn de concurrenten van Kenamju?

Customer

11. Zijn de klanten tevreden met wat er nu wordt aangeboden qua aanbod?
12. Zijn de klanten tevreden met wat er nu wordt aangeboden qua service?
13. Zijn de klanten tevreden met de prijs/kwaliteit verhouding van het abonnement?
14. Wat zou Kenamju moeten veranderen om een betere klanttevredenheid te verkrijgen?
15. Hoe zijn de huidige afnemers op de hoogte gebracht van het bestaan van Kenamju?

2.5 Grenzen van het onderzoek

Het onderzoek is aan een aantal grenzen gebonden. Deze grenzen zorgen ervoor dat de opdrachtgever en opdrachtnemer een duidelijk beeld hebben van de afbakening van het onderzoek.

- Het onderzoek is uitgevoerd in periode van maart tot en met juni 2018.
- Het onderzoek beperkt zich tot de klanten vanaf 16 jaar. De doelgroep kinderen is buiten beschouwing gelaten tijdens dit onderzoek omdat deze doelgroep alleen maar groepslessen volgt en zodoende fitness buiten beschouwing zou worden gelaten. Kenamju wilde graag een totaalbeeld van zowel de fitness als de groepslessen.
- Er is gebruik gemaakt van deskresearch en kwalitatief onderzoek. Deskresearch is gebruikt om informatie over de markt en concurrentie te achterhalen en om literatuuronderzoek te doen. Het kwalitatief onderzoek heeft plaatsgevonden in de vorm van diepte-interviews met de leden van de organisatie in de periode van 3 april tot en met 29 mei.

Hoofdstuk 3: Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader behandeld. De theorieën uit deze artikelen worden gebruikt voor het onderzoek naar de klanttevredenheid van de leden van Kenamju. Er is een afgeleide vraag opgesteld om gestructureerd te werk te gaan. De deelvragen over klanttevredenheid (deelvraag 4 t/m 7) worden in dit hoofdstuk behandeld. In paragraaf 3.7 wordt het onderzoeksmodel besproken en in de laatste paragraaf worden de hypothesen behandeld.

3.1 Afgeleide vraag

De afgeleide vraag wordt ook wel de centrale vraag genoemd van het theoretisch kader. De afgeleide vraag voor dit theoretisch kader is als volgt:

‘Wat wordt er verstaan onder klanttevredenheid en klantloyaliteit en welk verband hebben deze twee onderwerpen met elkaar?’

3.2 Definities klanttevredenheid

In de literatuur bestaat een diversiteit aan betekenissen voor het begrip klanttevredenheid. In deze paragraaf is een overzicht gegeven van de belangrijkste begrippen.

Definitie volgens Thomassen (2008)

Klanttevredenheid is de beleving van klanten die ontstaat door het vergelijken van de ervaringen van een onderneming met de wensen die men heeft. Als de beleving van de klant niet aan de wensen voldoet, dan is de klant ontevreden. Is de beleving van de klant gelijk aan de wensen van de klant, dan is hij of zij tevreden. Als de beleving de wensen overtreft, dan is de klant zeer tevreden. (p.79)

Definitie volgens Kotler (2009)

Klanttevredenheid is de mate waarin de waargenomen prestaties van een product voldoen aan de verwachtingen van een klant. Als de prestaties van het product niet aan de verwachtingen voldoen, is de koper ontevreden. Als de prestaties wel aan de verwachtingen voldoen, of die overtreffen, is de afnemer tevreden of zelfs opgetogen. (p. 13)

Definitie volgens Swan & Combs (1976)

“De klant is tevreden wanneer de verwachtingen en ervaringen gelijk zijn. Indien ze afwijken, is de klant ontevreden” (p.26).

Definitie volgens Mowen (1988)

“The overall attitude regarding a good of service after its acquisition and use. It is a post choice evaluative judgement resulting from a specific selection”(p.15).

Betreffend het definiëren van tevredenheid is er vast te stellen dat bovengenoemde definities allemaal gemeenschappelijke elementen bevatten. Men kan vaststellen dat het begrip ‘klanttevredenheid’ vaak wordt beschreven als het verschil tussen verwachtingen voor de aanschaf van een product of dienst en de ervaring die de klant ervaart na aanschaf of tijdens de aanschaf. Deze definities sluiten goed aan bij het disconfirmatiemodel van Oliver (1977). Dit model geeft aan dat er een negatieve disconfirmatie is wanneer de ervaring van de klant lager is dan de verwachting. Wanneer de ervaring van de klant hoger is dan de verwachting wordt er gesproken over positieve disconfirmatie. Disconfirmatie betekent dat de werkelijke ervaring van de dienstverlening positief of negatief afwijkt van de verwachtingen ervan.

3.3 Waarom streven naar klanttevredenheid?

Het belang van klanttevredenheid is de afgelopen jaren toegenomen. Klanten worden steeds mondiger en kritischer als gevolg van de individualisering en democratisering van de maatschappij (Van Zoest, 2001).

Dienstverlenende organisaties zullen rekening moeten houden met de wensen en behoeften van de klant om de klant tevreden te houden (van Zoest, 2001) aangezien de kwaliteit van de dienstverlening wordt beoordeeld door de klant zelf (Voca, 1999).

Er zijn verschillende manieren om erachter te komen wat de klanten van de kwaliteit van de dienstverlening vinden. Het doen van een klanttevredenheidsonderzoek en het afhandelen van een goede klachtenprocedures zijn hier voorbeelden van. Door het uitvoeren van deze twee methodes zorgt de organisatie ervoor dat deze op de hoogte blijft van de wensen en behoeften van de klant.

Klanttevredenheidsonderzoeken worden uitgevoerd om inzicht in de beleving en de tevredenheid van de klanten te krijgen. Over het algemeen geldt dat tevredenheid de kans vergroot dat de klant gebruik blijft maken van de diensten en producten. Een tevreden klant brengt verschillende positieve effecten met zich mee:

- Verhogen van de omzet: klanten zijn meer geneigd om vaker producten of diensten te kopen bij de desbetreffende organisatie als zij tevreden zijn (Reichheld & Sasser, 1990).
- Herhalingsaankopen: een klant die tevreden is zal eerder terugkomen om een herhalingsaankoop te doen.
- Lagere reclamekosten: een voordeel van een tevreden klant is dat deze klant zorgt voor positieve mond-tot-mond reclame.
- Leveren van bedrijfsinformatie: een klanttevredenheidsonderzoek draag bij aan extra bedrijfsinformatie. Na het uitvoeren van een onderzoek naar de tevredenheid van klanten zullen de sterktes en zwaktes van een organisatie naar boven komen (Berger & Van Mens, 1997).

Volgens Thomassen, in 't Veld en Winthorst (1994) leidt een stijging van de klanttevredenheid tot meer positieve aanbevelingen en mond-tot-mond reclame, wat uiteindelijk zal resulteren in meer nieuwe klanten.

3.4 Definities klantloyaliteit

In de literatuur zijn verschillende definities van klantloyaliteit te vinden.

Definitie volgens Schijns (2002)

“Het gevoel van verbondenheid met of affectie voor een organisatie, haar mensen, goederen of diensten. Dat gevoel kan in meerdere of mindere mate in het gedrag van de klant tot uitdrukking komen door middel van herhaalaankopen”(p.58).

Klantloyaliteit wordt daarbij pas meer van belang na verloop van tijd. Het is daarom van belang om de klantverwachtingen en ervaringen rondom een product of dienst goed te managen, aldus Tu, Wang & Chang (2012). Voor bedrijven is klantloyaliteit één van de meest duurzame bezittingen. Door het creëren en onderhouden van de klantloyaliteit, ontwikkelen bedrijven en klanten een wederzijds lange termijn voordeel (Tu et al., 2012).

3.5 Wat is de relatie tussen klanttevredenheid en klantloyaliteit?

Nu de begrippen klanttevredenheid en klantloyaliteit zijn gedefinieerd kan er geconcludeerd worden dat beide begrippen betrekking hebben op elkaar. Het is allereerst voor een bedrijf belangrijk dat de klant tevreden is. Doordat er tegenwoordig een steeds groter aanbod van producten en diensten zijn is de consument kritischer geworden. Hierdoor is het voor organisaties moeilijker om klanten te behouden, terwijl klantbehoud zeer belangrijk is voor de groei van een organisatie. De kans dat klanten terug blijven komen is het grootst als de klanten tevreden zijn over het product of de aangeboden dienst. Klanttevredenheid is volgens Thomassen (2007) zelfs een vereiste voor klantloyaliteit. Er moet dus allereerst gekeken worden of de klanten tevreden zijn en daarna kan er gekeken worden hoe loyaal de klanten zijn.

Finkelman en Goland (1990) en Heskett, Jones, Sasser & Schlesinger (1994) hebben de impact van klanttevredenheid op de loyaliteit geanalyseerd. De onderzoekers kwamen tot de conclusie dat een matige tevredenheid weinig impact heeft op de klantloyaliteit. Alleen als de klant de tevredenheid beoordeeld als 'zeer tevreden' leidt dit tot klantloyaliteit.

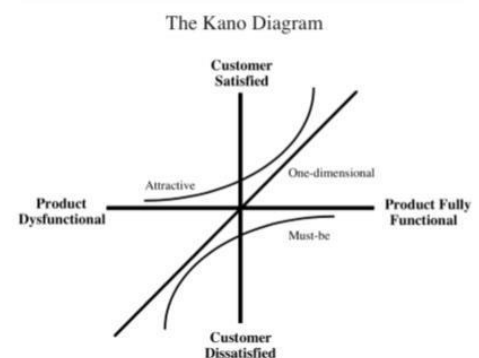
3.6 Algemene theoretische achtergrond

In deze paragraaf wordt er gekeken naar verschillende theorieën die betrekking hebben op het meten van klanttevredenheid. Daarnaast wordt er gekeken naar de kritiek van de literatuur en uitgelegd welk model wel en niet toepasbaar is voor het onderzoek.

3.6.1 Customer Satisfaction- Noriaki Kano (1984)

Het kanomodel werd ontwikkeld in de jaren '80 door Noriaki Kano. De theorie van Kano (Yang

,2005) heeft betrekking op de eigenschappen van een product of dienst van een organisatie die klanten al dan niet van belang vinden. Met het kanomodel, zie figuur 2, legt Kano een link tussen het al dan niet aanwezig zijn van bepaalde producteigenschappen en de mate van klanttevredenheid. Volgens het model gaat klanttevredenheid over het afstemmen op de behoeften van de klant. Bij het in kaart brengen van de behoeften van de klant kan er volgens het model onderscheid gemaakt worden tussen drie verschillende factoren.



Figuur 2: Het Kano-model (Yang, 2005)

1. *Must-be requirements*: Deze eigenschappen zijn voor klanten vanzelfsprekend en leiden hierdoor niet tot klanttevredenheid. Afwezigheid van deze eigenschappen leidt echter wel tot ontevredenheid.
2. *One-dimensional requirements*: dit zijn eigenschappen die bijdragen aan klanttevredenheid. Als deze eigenschappen ontbreken zal de klanttevredenheid lager liggen.
3. *Attractive requirements*: dit zijn eigenschappen waarvan de klant niet had verwacht deze te krijgen maar het gevolg hiervan is dat het leidt tot extreme klanttevredenheid. Afwezigheid van deze eigenschappen leiden echter niet tot ontevredenheid aangezien de klant deze eigenschappen immers niet had verwacht (Evans & Lindsay, 2011)

Kritische review Customer Satisfaction

Het customer satisfaction-model van Kano kent ook enkele kritische reviews. Sahin, Pourhamidi, Antony en Park (2013) stellen dat de posities van de lijnen van het model in de loop van de tijd kunnen veranderen (van attractive-requirements naar must-be requirements). Eigenschappen die klanten eerst zagen als 'luxe' worden nu gezien als 'normaal'(Sahin et al., 2013).

Volgens Kuo (2007) is het belangrijk om rekening te houden met de behoeftes van de verschillende klanten. Een ander kritische review op het Kano model is dat er geen rekening wordt gehouden met de kwaliteit. Het model kijkt alleen naar klanttevredenheid en neemt de kwaliteit van een product of service niet mee (Yang, 2005).

Toepasbaarheid

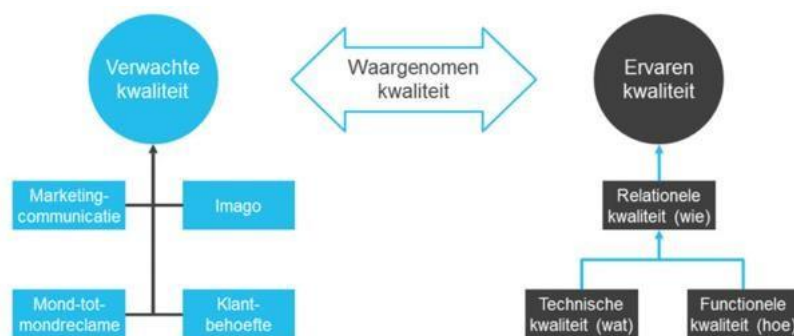
Het model van Kano wordt tijdens dit onderzoek wel toegepast. Het kano-model kan een goede indicatie zijn als de verbeterpunten van Kenamju naar boven zijn gekomen. Zo kan er vergeleken worden in welke categorie van het kano-model: must-be-requirements, one-dimensional requirements of attractive requirements de verbeterpunten passen en hierdoor kan er ook gekeken worden of dit uiteindelijk invloed heeft op de totale klanttevredenheid.

3.6.2 Total Perceived Service-Quality (Christian Grönroos, 1984)

Het Total Perceived Service Quality- model is in 1984 ontwikkeld door Grönroos. Het model beschrijft hoe de klant de kwaliteit van de verleende service ervaart. Het verschil tussen de ervaren en verwachte kwaliteit van het product of de dienst is de Perceived Service Quality. Wanneer de ervaren kwaliteit overeenkomt met de verwachte kwaliteit, ervaart de consument het product of de dienst als goed. Volgens het model van Grönroos (1984) hebben twee factoren invloed op deze waargenomen kwaliteit. Het model geeft inzicht in hoe zowel de verwachte, als de ervaren kwaliteit van een dienst tot stand komt (Grönroos,1988).

Verwachte kwaliteit:

De verwachtingen van de consumenten komen grotendeels voort uit informatie die ze ontvangen. Naast informatie, zoals mond-tot-mondreclame en (marketing) communicatie, spelen ook behoeften en imago een grote rol. Deze onderverdeling maakt duidelijk welke factoren de consument beïnvloeden. Hierdoor schept de consument al voor aankoop een beeld van de dienst of het product.



Figuur 3: Total Perceived Service Quality (Grönroos, 1984)

Ervaren kwaliteit:

De ervaren kwaliteit wordt bepaald door twee dimensies: de technische en functionele kwaliteit. De technische kwaliteit gaat over wat de consument daadwerkelijk ontvangt.

Tegenwoordig is het voor organisaties lastig om te concurreren op de technische dimensie, omdat producten steeds meer op elkaar gaan lijken. Grönroos (1984) raadt daarom aan voor organisatie op zich te focussen op functionele kwaliteit. De functionele kwaliteit wordt beïnvloed door de manier waarop de consument de service ontvangt en hoe hij dit ervaart.

Volgens Grönroos (2007) ontstaat de waargenomen servicekwaliteit door de verwachtingen met de ervaringen te vergelijken. Als deze twee overeenkomen, is de totaal waargenomen servicekwaliteit goed. Voor een bedrijf is het belangrijk om een goede balans te vinden tussen de verwachtingen enerzijds en de ervaringen anderzijds.

Kritiek op het Total Perceived Service Quality model

De meeste reacties op het Total Perceived Service Quality model zijn zeer positief. Echter kent het model ook enkele kritische reviews. Holmlun (1997) en Rahman, Khan en Haque (2012) missen het financiële aspect binnen dit model. Volgens hen zou de prijs van de service ook effect hebben op de servicekwaliteit. Uit het onderzoek van Kang en James (2004) volgt dat het model niet het directe effect van functionele en technische kwaliteit op klanttevredenheid overweegt. Hoewel de functionele kwaliteit belangrijker wordt bevonden dan de technische kwaliteit, is de functionele kwaliteit niet direct gerelateerd aan klanttevredenheid.

Toepasbaarheid

Dit model benadrukt het belang voor organisatie om te weten wat de consumenten graag zouden willen. Wanneer organisaties begrijpen hoe de consument service waarneemt en beoordeelt, kan het bedrijf er volgens het model van Grönroos (2007) beter op inspelen.

Het Totale Perceived Service Quality model is gebaseerd op het SERVQUAL-model (Parasuraman et al. 1988). Toch is er een verschil tussen beide theorieën. Het SERVQUAL model richt zich op de organisatie en de consument terwijl het Total Perceived Service Quality model zich alleen richt op de consument.

Toepasbaarheid

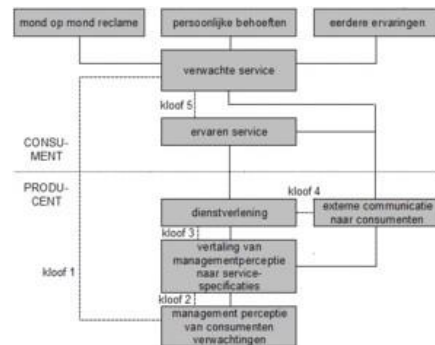
Er is voor dit onderzoek niet gekozen om gebruik te maken van het Total Perceived Service model omdat dit model alleen gericht is op de consument. Ook aan de hand van de kritiek op het model is er voor gekozen om het model niet toe te passen aangezien volgens onderzoek van Kang & James (2004) de functionele kwaliteit niet direct gerelateerd is aan de klanttevredenheid.

3.6.3 Het SERVQUAL-model

Parasuraman, Zeithaml en Berry (1988) hebben het SERVQUAL-model ontwikkeld. Met behulp van dit model is het mogelijk om de kwaliteit van de dienstverlening te meten en op deze manier inzicht te krijgen in mogelijke verbeterpunten.

Het SERVQUAL-model is opgebouwd uit vijf dimensies namelijk:

- Betrouwbaarheid; Bij deze dimensie draait het om datgene wat de organisatie aan de klant belooft ook daadwerkelijk waar maakt.
- Tastbaarheden; bij deze dimensie gaat het over de fysieke tastbaarheden zoals uiterlijke verzorging van de medewerkers en de inrichting van het pand of kantoor.
- Responsiviteit; hierbij staat de bereidheid om klanten te helpen centraal.
- Empathie; bij deze dimensie staat zorg, begrip en individuele aandacht voor de klant centraal.
- Zekerheid ; zekerheid heeft betrekking op de kennis en beleefdheid van de medewerkers ten aanzien van de klanten (Parasuraman et al., 1988).



Figuur 4: Het SERVQUAL-model (Parasuraman et al, 1988)

Alle vijf dimensies worden gemeten met behulp van een aantal vastgestelde vragen per dimensie. Elke dimensie heeft een aantal vragen die samen één dimensie vormen. In totaal zijn er tweeëntwintig items om de kwaliteit in kaart te brengen.

Volgens Parasuraman, Zeithaml en Berry (2006) is een tevreden klant van groot belang voor een organisatie, aangezien het behouden van klanten goedkoper is dan het werven van nieuwe klanten.

Het voordeel van het behouden van een bestaande klant is dat hiervoor minder marketingactiviteiten nodig zijn de klant is immers al bekend met het bedrijf.

Kritische review SERVQUAL model

Het SERVQUAL model wordt in de literatuur veel gebruikt om de klanttevredenheid van een organisatie te meten. Het SERVQUAL-model is door vele onderzoekers bekritiseerd. In dit model wordt er uitgegaan van het verschil tussen verwachte service enerzijds en de beoordeling de ervaren service anderzijds. Er is volgens Kappelman, Van Dijke en Prybutok (1997) geen bewijs dat klanten in hun gedachten deze stappen doorlopen alvorens zij tot een oordeel van kwaliteit komen. Daarnaast blijkt ook dat er op verschillende manieren gekeken wordt naar de definitie van 'verwachtingen'. Enerzijds kan verwachtingen worden gezien als 'voorspelling over een service' en verwachtingen kunnen anderzijds worden gezien als 'de ideale standaard'. Doordat deze definitie op verschillende manieren kan worden geïnterpreteerd, neemt de betrouwbaarheid van het model af (Kappelman et al., 1997).

Een andere kanttekening van Bloemer, Ruyter & Venetis (1994) is dat er een verschil kan bestaan tussen het oordeel van tevredenheid van een klant en het kwaliteitsoordeel. Ondanks lage kwaliteit kan de klant bijvoorbeeld alsnog tevreden zijn. De klant kiest misschien bewust voor een lage kwaliteit en weet dit ook. Cronin en Taylor (1994) hebben naar aanleiding van deze kritiek het SERVPERF-model ontwikkeld. Volgens Cronin en Taylor (1994) is er geen bewijs dat de verwachtingen een rol spelen bij het bepalen van de servicekwaliteit.

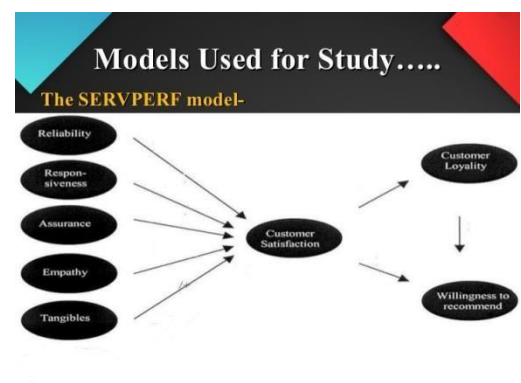
Het SERVQUAL-model lijkt erg op het eerder genoemde Total Perceived Service Quality-model (zie van Grönroos). Er is echter wel een verschil tussen beide modellen. Het SERVQUAL-model richt zich alleen op de functionele aspecten van een dienst en hoe een organisatie deze dienst oplevert. Terwijl Grönroos stelt dat de ervaren kwaliteit wordt bepaald door zowel de technische als de functionele kwaliteit van een dienst (Parasuraman et al., 1988).

Toepasbaarheid

Voor dit onderzoek is naar aanleiding van de kritiek op het SERVQUAL-model niet gekozen om dit model toe te passen tijdens het onderzoek omdat volgens Kappelman et al., (1997) er geen bewijs is dat klanten in hun gedachten alle stappen doorlopen alvorens zij een oordeel van kwaliteit komen. Daarnaast wordt er ook op verschillende manieren gekeken naar de definitie van 'verwachtingen'.

3.6.4 Het SERVPERF-model

Naar aanleiding van bovengenoemde kritiek op het SERVQUAL-model hebben Cronin en Taylor (1994) het Servperf-model ontwikkeld. Dit model meet alleen de uitvoering van de servicekwaliteit en er wordt geen verschilmeting gedaan zoals in het SERVQUAL-model (Parasuraman et al., 1998) wel wordt gedaan. Door het weglaten van de verwachtingen wordt de kritiek over de definitie van verwachtingen vermeden. Dit model gebruikt, net zoals het SERVQUAL-model, ook vijf dimensies: tastbaarheden, empathie, zekerheid, responsiviteit en betrouwbaarheid (Cronin & Taylor, 1994). Bij het SERVPERF-model is sprake van maar één dimensie namelijk servicekwaliteit. De vijf dimensies hebben weer invloed op de servicekwaliteit.



Figuur 5: SERVPERF-model (Singh & Sharma, 2012)

Toepasbaarheid

Er is voor dit onderzoek gekozen om gebruik te maken van het SERVPERF-model omdat met het SERVPERF-model betere resultaten gemeten kunnen worden dan aan de hand van het SERVQUAL-model. Door de meting over verwachtingen weg te laten zijn Cronin en Taylor (1994) van mening dat het resultaat een betere voorspelling van de klanttevredenheid kan opleveren. Tijdens dit onderzoek is er daarom gekozen om gebruik te maken van het SERVPERF-model.

3.6.5 Literatuur van Thomassen

Het model van Thomassen (2007) beschrijft het ontstaan van klanttevredenheid. Volgens Thomassen (2007) ontstaat klanttevredenheid door het afzetten van de wensen tegenover de behoeften van de klant. Thomassen (2007) gaat uit van het principe dat de ervaringen van de klant gebaseerd zijn op de waardepropositie namelijk het product of de dienst, de service en de prijs. Zoals te zien is in figuur 6 zijn de wensen en verwachtingen van de klanten gebaseerd op mond-tot-mond reclame, persoonlijke behoeften, ervaringen in het verleden en marketing- public relations. Als de ervaring van de klant slechter is dan de verwachting dan is de klant ontevreden. De drie waardeproposities van het model van Thomassen (2007) zullen hieronder besproken worden.

Product/dienst

Het product/dienst heeft te maken met de primaire functie zoals de levensduur van een product, het uiterlijk van een product en de uitstraling van de dienst.

Service

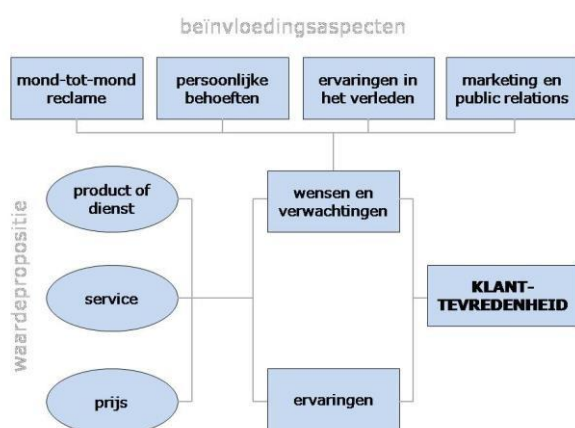
De service betreft fysieke/tastbare zaken. Hierbij gaat het bijvoorbeeld de netheid van een gebouw,

de medewerkers, de vriendelijkheid en

toegankelijkheid. **Prijs**

Bij deze factor staat de verhouding tussen prijs en kwaliteit centraal en de manier waarop de prijzen worden vastgesteld (onderbouwde prijzen).

Ten aanzien van deze drie aspecten: het product/de dienst, de service en de prijs hebben klanten verschillende verwachtingsniveaus. Het gewenste niveau is het niveau dat de klant graag zou hebben. Het aanvaardbare niveau is het niveau dat de klant nog te aanvaarden vindt (Thomassen, 2007).



Volgens Thomassen (2007) is de kwaliteit van service één van de drie belangrijke factoren die

Figuur 6: Klanttevredenheidsmodel (Thomassen, 2007)

de klanttevredenheid bepalen. Om de servicekwaliteit te meten wordt vaak gebruik gemaakt van het SERVPERF-model.

Kritiek

Over de kritiek van Thomassen is weinig bekend in wetenschappelijk artikelen. De onderzoeker is daarom uitgegaan van kritiepunten van andere wetenschappelijke literatuur. De kritiek op het SERVQUAL-model volgens Cronin en Taylor (1992) is dat de wensen en verwachtingen en de ervaringen van klanten moeilijk gemeten kunnen worden . Ook zijn Cronin en Taylor (1994) van mening dat de verwachtingen nauwelijks een rol spelen bij het bepalen van de servicekwaliteit, hun instrument richt zich niet meer op de verwachtingen, maar enkel op de service.

Daarnaast blijkt ook dat er op verschillende manieren gekeken wordt naar de definitie verwachtingen. Doordat deze definitie op verschillende manieren kan worden geïnterpreteerd, neemt de betrouwbaarheid van het model af (Kappelman et al., 1997).

Toepasbaarheid

Een deel van model van Thomassen wordt toegepast tijdens dit onderzoek omdat dit model aansluit bij de doelstelling om de klanttevredenheid van de huidige klanten van Kenamju te achterhalen. Volgens Thomassen ontstaat klanttevredenheid door de wensen en verwachtingen ten opzichte van de ervaringen van de klant. Het model van Thomassen laat duidelijk zien wat invloed heeft op de klanttevredenheid. Echter is gebleken dat het lastig is om de wensen en de verwachtingen van de huidige klanten te meten omdat klanten meestal niet precies weten wat zij verwachtten van de dienstverlening. Daarom is er voor dit onderzoek gekozen om de wensen en verwachtingen en ervaringen achterwege te laten en alleen te kijken naar de prijs, dienstkwaliteit en servicekwaliteit in relatie tot de klanttevredenheid.

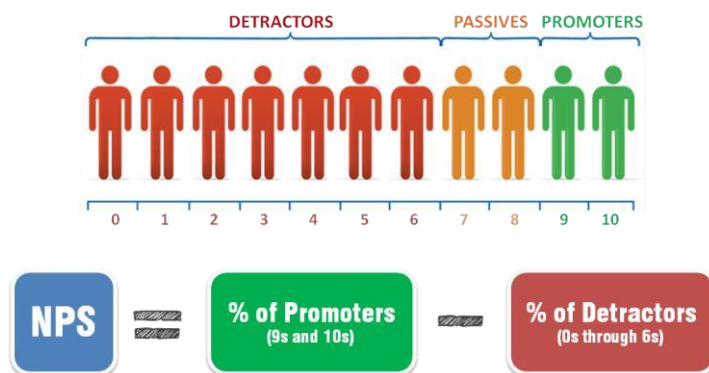
3.6.6 NPS- score

Een Net Promoter Score (NPS) is ontwikkeld door Fred Reichheld (2003). Een NPS is een methode om de loyaliteit van klanten te meten door het stellen van een simpele vraag, waarbij er een getal wordt berekend. De vraag die gesteld wordt om de NPS score te meten is als volgt:

‘‘Hoe waarschijnlijk is het dat u organisatie x zou aanbevelen aan een vriend of collega’’?

De klant kan een cijfer geven tussen de 0 en 10. De cijfers worden als volgend gecategoriseerd:

- Een score tussen de 0 en 6 (criticaster). Deze respondenten zijn hoogstwaarschijnlijk ontevreden over de organisatie.
- Een score van 7 of 8 (passives). Deze respondenten zijn tevreden over de organisatie
- Een score van 9 of 10 (promoters). Deze respondenten zijn zeer enthousiast over de organisatie.



Figuur 7: NPS-score (Reichheld, 2003)

Kritische review NPS-score

Critici van de NPS score (Kenningham, 2007) zijn van mening dat het toepassen van de NPS score de klantentrouw in kaart kan brengen alleen niet specifiek genoeg. De beweegredenen waarom klanten ontevreden zijn worden niet in kaart gebracht door middel van de NPS score. Door middel van één vraag kan volgens Kenningham (2007) niet bepaald worden hoe loyaal de klant is en wat de gedachten van de klant in de toekomst zullen zijn. Om dit te voorkomen zal er naast de NPS score ook andere methodes moeten worden toegepast om de significantie van deze methode te vergroten.

Toepasbaarheid

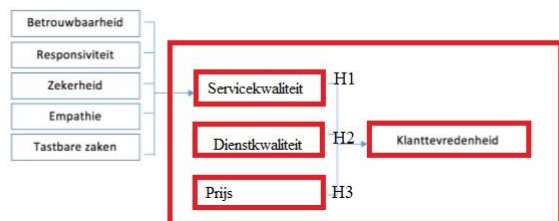
De NPS score is een goede meting als het gaat om te kijken hoe loyaal klanten zijn ten opzichte van de organisatie. De NPS score heeft echter ook nadelen aangezien de beweegredenen waarom mensen een lage NPS score geven aan een organisatie niet in kaart worden gebracht. Doordat dit onderzoek alleen gericht is op de klanttevredenheid van de leden en om de echte beweegredenen te achterhalen is de NPS-score geen goede meting voor dit onderzoek. Ook de kritiek van Kenningham (2007) dat aan de hand van één vraag niet kan worden vastgesteld of een klant al dan niet loyaal is, is een reden geweest voor het niet toepassen van de NPS-score tijdens dit onderzoek. De NPS-score zou voor een vervolg onderzoek, in combinatie met een ander onderzoek, wel een goede meting kunnen zijn om de loyaliteit van de klanten te meten.

3.7 Onderzoeksmodel

In de voorgaande paragrafen zijn verschillende modellen beschreven waarin de begrippen klanttevredenheid en klantloyaliteit zijn besproken. Voor het onderzoeksmodel is er gekozen voor een combinatie van het SERVPERF-model en de literatuur van Thomassen. Het is dus niet direct een zelf ontworpen model, maar een samengevoegd model.

Het model is gebaseerd op de theorie van het SERVPERF-model namelijk de vijf dimensies : betrouwbaarheid, responsiviteit, zekerheid, tastbaarheid en empathie. Deze vijf dimensies hebben volgens het model van Parasuraman et al., (1998) invloed op de servicekwaliteit.

Volgens de literatuur van Thomassen hebben servicekwaliteit, dienstkwaliteit en prijs invloed op de klanttevredenheid. Bij het model van Thomassen zijn vanwege de kritiekpunten de dimensies wensen en verwachtingen en ervaringen weggelaten om ervoor te zorgen dat er geen verwarring ontstaat over de definitie van 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 8: Conceptueel model

3.8 Hypothesen

De hypothesen zijn opgesteld aan de hand van bovenstaand conceptueel model:

Hypothese 1:

Er is een positief verband tussen de servicekwaliteit en klanttevredenheid.

Hypothese 2:

Er is een positief verband tussen de dienstkwaliteit en klanttevredenheid.

Hypothese 3:

Er is een positief verband tussen de prijs en klanttevredenheid.

3.9 Toetsing hypothesen

Deze paragraaf beschrijft hoe alle factoren die volgens Thomassen en het SERVPERF– model van invloed zijn op de klanttevredenheid en zijn te vertalen naar meetbare vragen voor het kwalitatief onderzoek. De bijbehorende topic guide is te vinden in bijlage X

Hypothese 1: Er is een positief verband tussen de servicekwaliteit en klanttevredenheid.

Deze hypothese zal getoetst worden door te kijken naar de verschillende vragen uit de topic lijst van het interview. De vragen die onder de topic Service vallen:

- Hoe ervaart u het contact met de Kenamju medewerkers? Waarom?
- Wordt u goed geholpen in de fitness?
- Heeft u het gevoel dat u terecht kan bij de medewerkers indien u een vraag heeft?

Bovenstaande vragen zullen worden gecombineerd met de vraag of de respondent een rapportcijfer kan geven over de algemene service. Aan de hand van deze uitkomsten kan er een conclusie getrokken worden of er een positief verband is tussen de servicekwaliteit die de klant ervaren en de klanttevredenheid.

Hypothese 2: Er is een positief verband tussen de dienstkwaliteit en klanttevredenheid.

Deze hypothesen zal getoetst worden door te kijken naar de topic aanbod (ofwel dienst). De vragen die in het diepte-interview worden gesteld wat betreft de ervaringen van de dienst van de klant zijn:

- Wat vindt u van het aanbod van de fitness apparatuur? Mist u dingen?
- Wat zijn de positieve punten in de fitnesszaal?
- Zijn er dingen die veranderd moeten worden aan de fitness?
- Hoe ervaart u het contact met de Kenamju medewerkers van de groepslessen?

Na het stellen van deze vragen wordt er gevraagd of de respondent een rapportcijfer over de algemene tevredenheid van de dienstverlening wil aangeven. Deze hypothese wordt getoetst aan de hand van de vragen en in combinatie met het rapportcijfer wordt de hypothese verworpen of aangenomen.

Hypothese 3: Er is een positief verband tussen de prijskwaliteit en klanttevredenheid.

Deze hypothesen zal getoetst worden door te kijken naar de verschillende vragen uit de topic lijst van het interview. De vragen die onder de topic prijs vallen:

- Wat voor abonnement heeft u?
- Wat vindt u van de prijs/kwaliteit verhouding van het abonnement dat u heeft? - Wat zou u anders willen zien / verbeterpunten?

Bovenstaande vragen zullen worden gecombineerd met de vraag of de respondent een rapportcijfer kan geven over de algemene tevredenheid over de prijs. Aan de hand van deze uitkomsten kan er een conclusie getrokken worden of er een positief verband is tussen de prijskwaliteit en de klanttevredenheid.

Hoofdstuk 4: De Markt

Om een duidelijk beeld te krijgen van de Fitnessbranche is het gekeken naar de markt, de trends en ontwikkelingen en de eventuele concurrenten van Kenamju.

4.1 De markt

Fitnesscentra hebben in de loop van de jaren steeds meer ontwikkelingen doorgemaakt. Waar het begon in de jaren 80, toen de fitnesslocatie niet meer dan was dan een krachthonk (trainen met gewichten). Naar anno nu waar het fitnesscentrum een waar wellness- en gezondheidscentrum is geworden, waar mensen in dienst zijn met specifieke kennis zoals bijvoorbeeld fysiotherapeuten en diëtisten (WVB Marketing, 2005).

Tegenwoordig is fitness uitgegroeid tot één van de meest beoefende sporten in Nederland. In de periode 2013-2016 beoefende 23 procent deze sport. Van dit percentage is ongeveer de helft lid van een sportschool en de rest sport voornamelijk zelf thuis (Weghorst, 2016). Nederland telt op dit moment 1900 fitnesscentra met een jaarlijkse omzet van totaal 1,4 miljard euro (Hover & Middelkamp, 2018).

4.2 Trends en ontwikkelingen in de Fitnessbranche

Om een zo goed mogelijk beeld te krijgen van de sportbranche is er gekeken naar de trends en ontwikkelingen in de fitnessbranche. Verder is er gekeken naar de verschillende factoren die van invloed kunnen zijn op de fitnessbranche.

4.2.1 Individualisering

Mensen willen tegenwoordig steeds meer zelf bepalen wanneer, waar en met wie ze gaan sporten. Door de toenemende individualisering in Nederland zal ook de sportdeelname van mensen veranderen. De verwachting is dat in 2030 mensen minder zullen sporten bij een sportschool en meer individueel of in zelf georganiseerde groepen zullen gaan sporten. (Visser, Tiessen-Raaphorst, van Bakel, & de Vries, 2016).

4.2.2 Vergrijzing

De afgelopen dertig jaar is de gemiddelde leeftijd van de Nederlandse bevolking met zes jaar toegenomen en de verwachting is dat dit aantal nog verder zal oplopen. Door de toenemende vergrijzing verandert ook de sportdeelname in Nederland. Ouderen doen minder aan sport zoals sporten in een sportschool of zijn actief bij een sportvereniging. Uit het onderzoek (Visser, TiessenRaaphorst, Van Bakel & de Vries, 2016) kwam naar voren dat ouderen minder sporten, maar daarentegen bewegen ouderen over het algemeen wel meer dan jongeren. Onder bewegen valt te denken aan fietsen, wandelen en tuinieren.

4.2.3 Social media

Met de komst van nieuwe technologische middelen zal het social medialandschap ook invloed hebben op de sportsector. Door de komst van wearables ¹ zullen meer mensen hun eigen sportprestaties kunnen meten. Het toenemende belang van social media in het leven van de Nederlandse bevolking zal er toe leiden dat mensen steeds gemakkelijker afspraken gaan maken om te sporten en prestaties met elkaar gaan vergelijken (Visser et al., 2016).

¹ wearables zijn apparaten die je aan je lichaam draagt, waarin de technologie van het apparaat voortdurend contact heeft met de drager en verschillende dingen kan meten zoals bloeddruk en hartslag.

4.2.4 Sporten als levensstijl

Uit een onderzoek van Kooiker en Hoeymans (2014) blijkt dat Nederlanders gezondheid het allerbelangrijkste vinden in het leven. De verwachting is dat aandacht voor gezond lichaam en geest ook de komende jaren zal toenemen. De reden voor de toenemende bewustwording van het welzijn is het 'ideaalbeeld' en het benadrukken van een gezond leven in de media. De groeiende aandacht voor een gezonde leefstijl kan er toe leiden dat mensen meer gaan sporten. Ook blijkt uit onderzoek dat kinderen vaker sporten als een van beide of beide ouders dat ook doen. Met de stijgende sportdeelname onder volwassenen is de verwachting dat de toekomstige kinderen ook meer zullen blijven sporten, aangezien deze kinderen ermee zijn opgegroeid (Visser, Tiessen-Raaphorst, van Bakel, & de Vries, 2016).

4.2.5 Low-budget formules

De opkomst van de Low-budget fitness is de laatste jaar sterk gegroeid in Nederland. Zo had Basic Fit in 2010, 27 vestigingen in Nederland terwijl ze nu, 8 jaar later marktleider zijn in de Nederlandse Fitnessbranche met 145 vestigingen verdeeld over Nederland. Door de toenemende groei van het aantal sportscholen in Nederland moeten sportscholen zich steeds meer zien te onderscheiden om nieuwe klanten voor zich te winnen en de huidige klanten te behouden. Daarom gaan steeds meer sportscholen zich op een bepaalde doelgroep richten. Hierdoor ontstaat specialisatie binnen de fitnessbranche (Visser et al., 2016).

4.3 De concurrenten

In deze paragraaf zijn de concurrenten van Kenamju geanalyseerd. Er is gekozen om te kijken naar de concurrenten die zich bevinden binnen een straal van 4 km vanaf Kenamju. Fitnesscentra zijn vaak dicht bij huis. De gemiddelde afstand naar de fitnesscentra is minder dan 4 kilometer. Bijna de helft van alle bezoekers woont binnen een straal van 2 kilometer van de desbetreffende sportschool. 40% van de bezoekers heeft een reisafstand van minder dan 5 minuten en 39% heeft een reisafstand van hooguit 10 minuten. 19% van de bezoekers hebben een reistijd van tussen de 11 – 20 minuten (Hover, Hakkers & Breeveld, 2012). Omdat is gebleken dat de meeste mensen (79%) een reisafstand van hooguit 10 minuten hebben is er gekozen om te kijken naar de concurrenten die binnen een straal van 4 kilometer van Kenamju liggen. Er zijn 11 directe en indirecte concurrenten in de buurt van Kenamju. Deze sportscholen zijn op te delen in drie verschillende niveaus namelijk: De luxeleveranciers/wellnesscentra, de semi-luxe fitnesscentra en de low-budget fitnesscentra.

De wellnesscentra/luxeleveranciers

Deze sportscholen bieden een uitgebreid pakket aan faciliteiten. Bij deze sportscholen is het aanbod erg breed. Naast gewoon fitness bieden deze sportscholen ook fysiotherapie, groepslessen, personal training en hebben ze een vaak een wellness gedeelte. Deze wellnesscentra staat dan ook voor een optimale ontspanning voor en na het sporten en is gericht op een totaal andere sportbeleving (Hover et al, 2012).

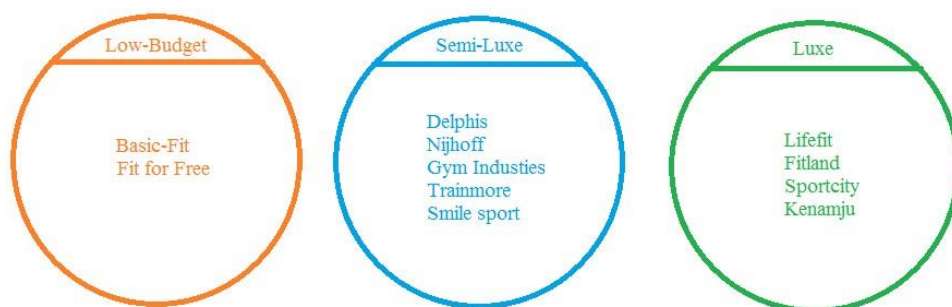
De semi-luxe fitnesscentra

Deze sportscholen zitten tussen het low-budget segment en de wellnesscentra in. Deze sportscholen bieden extra's aan zoals gebruik van sauna of zonnebank maar vaak tegen extra betaling. De klant heeft hierdoor een keuze om of alleen te sporten zonder enige begeleiding of een uitgebreid abonnement met persoonlijke begeleiding (Hover et al., 2012).

Low-budget segment

Bij deze sportscholen ligt de focus op het zo laag mogelijk houden van de kosten. Hierdoor is er amper personeel aanwezig en moet de klant extra betalen voor bijvoorbeeld een hangslot of voor het volgen van groepslessen. De gemiddelde abonnementskosten van een low-budget keten ligt gemiddeld tussen de €9.95 en €20 per maand terwijl dit bij de semi-luxe en luxeleveranciers gemiddeld rond de €44 per maand ligt (Hover et al.,)

Aan de hand van deze drie niveaus is er voor Kenamju een concurrentiematrix (zie tabel 2) gemaakt van de verschillende concurrenten in de buurt van Kenamju.



Tabel 2: Segment concurrenten Kenamju

Kenamju valt in de categorie luxeleveranciers omdat Kenamju een breed aanbod heeft aan extra faciliteiten heeft zoals een wellness, zwembad, kinderopvang, fysiotherapie en voeding en coaching. De directe concurrenten van Kenamju die ook binnen het segment luxeleveranciers vallen zijn Fitland, LifeFit en Sportcity. Daarnaast heeft Kenamju nog 7 indirecte concurrenten. Deze concurrenten vallen weliswaar in een ander segment maar moeten zeker niet onderschat worden.

4.4 Conclusie

Nederland is een echt sportland waarbij fitness een van de belangrijkste sporten is. De sportdeelname binnen Nederland zal de aankomende jaren veranderen. Deze verandering heeft vooral te maken met de toenemende vergrijzing. Ook de groei van de populaire low-budget formules draagt hieraan bij. Om als sportschool te overleven in een markt waarin de concurrentie hevig is, zal je je als organisatie moeten onderscheiden ten opzichte van de concurrenten. Een sportschool kan zich bijvoorbeeld profileren door naast een sportschool ook anderen diensten aan te bieden zoals fysiotherapie, medisch fitness en voeding en coaching. Ook kan het interessant zijn om je als organisatie op een specifieke doelgroep te richten. Zeker in combinatie met de toenemende vergrijzing is de doelgroep 65+ een groep waar mogelijkheden liggen in de toekomst. Het is voor een bedrijf van belang om in te blijven spelen op de wensen en behoeften van de consumenten. Alleen zo kan een organisatie in een branche waar veel concurrentie is zich onderscheiden en tegemoet komen aan de wensen en behoeften van de klant. Wat weer zorgt voor meer klanttevredenheid.

Hoofdstuk 5: Onderzoeksmethoden

In dit hoofdstuk zal de volledige onderzoeksmethoden worden omschreven. In dit hoofdstuk volgt allereerst de desk en fieldresearch. Verder worden de onderzoekspopulatie, methoden van dataverzameling en de betrouwbaarheid en geldigheid besproken.

5.1 Deskresearch

Voordat er onderzoek is gedaan is er allereerst deskresearch uitgevoerd. Hierbij is zowel intern als extern gezocht naar relevante informatie. Daarbij is gebruik gemaakt van bestaande bedrijfsinformatie, zoals informatie over het aantal klanten en de leeftijdsopbouw van het klantenbestand, boeken, internet en wetenschappelijke literatuur. Aan de hand van het literatuuronderzoek kwam er een aantal klanttevredenheidsmodellen naar voren (zie hoofdstuk 3 Theoretisch kader). Aan de hand van de deskresearch zijn de deelvragen 1 tot en met 10 beantwoord. Onderstaande tabel (tabel 2) geeft weer welke deelvragen zijn beantwoord aan de hand van deskresearch en fieldresearch.

1. Wat zijn de missie en visie van Kenamju?	X		Hoofdstuk 1: Inleiding
2. Wat is de achtergrond van Kenamju?	X		Hoofdstuk 1: Inleiding
3. Wie zijn de huidige klanten?	X		Hoofdstuk 1: Inleiding
4. Wat is klanttevredenheid?	X		Hoofdstuk 3: Theoretisch kader
5. Wat is klantloyaliteit?	X		Hoofdstuk 3: Theoretisch kader
6. Wat is de relatie tussen klanttevredenheid en klantloyaliteit	X		Hoofdstuk 3: Theoretisch kader
7. Waarom streven naar klanttevredenheid?	X		Hoofdstuk 3: Theoretisch kader
8. Hoe groot is de sportbranche markt?	X		Hoofdstuk 4: De markt
9. Wat zijn de trends en ontwikkelingen	X		Hoofdstuk 4: De markt
10. Wie zijn de concurrenten?	X		Hoofdstuk 4: De markt
11. Zijn de klanten tevreden qua service?		X	Hoofdstuk 7: Resultaten onderzoek
12. Zijn de klanten tevreden qua aanbod?		X	Hoofdstuk 7: Resultaten onderzoek
13. Welke aspecten moeten verbeterd worden?		X	Hoofdstuk 7: Resultaten onderzoek
14. Waarom hebben de huidige afnemers gekozen voor Kenamju?		X	Hoofdstuk 7: Resultaten onderzoek

Tabel 2: Deelvragen

5.2 Fieldresearch

Het fieldresearch bestond uit kwalitatief onderzoek namelijk diepte-interviews. Hieronder wordt beschreven op welke wijze deze zijn onderzocht. Verder wordt er gekeken naar de onderzoekspopulatie, de steekproefomvang, de betrouwbaarheid en geldigheid.

5.2.1 Kwalitatief onderzoek

Kwalitatief onderzoek is gericht op het verkrijgen van informatie over wat er leeft en waarom. Het geeft diepgaande informatie door in te gaan op achterliggende motivaties, meningen, wensen en behoeften van de onderzoeksdoelgroep.

De doelstelling van dit onderzoek is: *in opdracht van Kenamju wordt onderzoek uitgevoerd naar de tevredenheid van de leden teneinde een adviesrapport op te leveren met als doel leden te behouden.*

De probleemstelling van dit onderzoek luidt: *‘Wat zijn de wensen en behoeften van de Leden van Kenamju’?*

De centrale vraagstelling die bij dit onderzoek hoort is een beschrijvend type. Bij een onderzoek waarin een beschrijvende probleemstelling centraal staat zijn de onderzoeksresultaten beeldvormend. Dat houdt bij dit onderzoek in dat er een beeld gevormd moet worden over de mate van tevredenheid van de respondenten. Kenamju wil inzicht in de wensen en behoeften van de leden om uiteindelijk met deze informatie de verbeterpunten voor Kenamju vast te stellen. Er is daarom gekozen voor kwalitatief onderzoek omdat het belangrijk is dat de respondenten hun antwoorden zelf kunnen formuleren en onderbouwen. De respondenten moeten daarbij niet beperkt worden in hun antwoord mogelijkheden.

De interviews duurden tussen de 20 en 45 minuten en zijn in een speciaal gereserveerde ruimte binnen de sportschool gehouden. Deze ruimte was gereserveerd zodat de interviewer en respondent in alle rust konden praten en niet werden afgeleid door derden. Er is niet gekozen om aanvullend kwantitatief onderzoek te doen. Omdat Kenamju al eens per jaar een enquête verstuurt naar de klanten met als doel de klanttevredenheid te meten. Gebleken is dat de respons hierop zo laag was, van de 2500 klanten die een email hebben ontvangen met de vraag om de enquête in te vullen waren er uiteindelijk 96 reacties (zie bijlage 5), dat er gekozen is om mensen persoonlijk te benaderen en te spreken middels diepteinterviews. Een andere reden voor het kiezen van diepte-interviews is omdat Kenamju zichzelf wil onderscheiden ten opzichte van de concurrentie door persoonlijke aandacht. Hun motto is dan ook: *‘Persoonlijke aandacht is onze kracht’*. Om deze reden had het bedrijf de voorkeur om de klanten persoonlijk te benaderen en face-to-face te interviewen.

5.2.2 Populatie

De onderzoekspopulatie bestaat uit alle volwassen leden van Kenamju , zowel mannelijk als vrouwelijk, vanaf zestien jaar. Op dit moment zijn er 3.118 leden die vallen onder deze onderzoekspopulatie. Om de doelgroep nog verder af te bakenen is er gekeken naar het aantal klanten per leeftijdscategorie.

Om een zo goed mogelijk beeld van de gehele sportschool te krijgen is er gekozen om aan de hand van het klantenbestand de mensen te interviewen in verschillende leeftijdscategorieën. De leeftijdsopbouw van de klanten van Kenamju is als volgt:

Leeftijd	Percentage
16- 25 jaar	19%
26-45 jaar	30%
36-45 jaar	21%
46-55 jaar	17%
56-65 jaar	9%
66 +	4%

Tabel 2: opbouw leeftijdscategorieën leden Kenamju

Aan de hand van deze gegevens is er een selectie gemaakt voor het afnemen van de diepte-interviews. De percentages zoals bekend zijn in het klantenbestand zijn ook gehanteerd voor het afnemen van de diepte-interviews. De leeftijdsgroepen zijn samengevoegd tot de volgende indeling (zie tabel 3). De reden voor het samenvoegen van de leeftijdscategorieën is dat het in de praktijk moeilijk bleek om uit alle leeftijdscategorieën zoals Kenamju deze ingedeeld heeft precies op leeftijd te selecteren.

leeftijdscategorie	Respondenten	klantenbestand
16-25 jaar	3	25%
26-45 jaar	6	50%
46-65 jaar	2	17%
65+	1	8%
Totaal	12	100%

Tabel 3: respondentenschema interviews

5.2.3 Steekproefomvang

Bij kwalitatief onderzoek zijn steekproeven van 12, 15 of 20 respondenten gebruikelijk. De praktijk wijst uit dat na 8 gesprekken met dezelfde steekproef, er weinig tot geen nieuwe dingen meer naar voren zullen komen. In 4-8 gesprekken krijg de opdrachtnemer al 80% van de informatie binnen (Scholl & Olivier, 2014).

Ook Verhoeven (2011) stelt dat het verzadigingspunt al na tien interviews kan optreden. Voor dit onderzoek zijn er daarom 12 interviews afgenomen om er zeker van te zijn dat het verzadigingspunt bereikt werd.

5.2.4 Half gestructureerde interviews

De respondenten van het onderzoek kwamen naar Kenamju en zijn face-to-face geïnterviewd aan de hand van een half gestructureerde vragenlijst. Bij half gestructureerde interviews liggen zowel de onderwerpen als de belangrijkste vragen op voorhand vast. De vragenlijst voor de diepte-interviews is opgesteld aan de hand van eerder gebruikte vragenlijst van anderen klanttevredenheidsonderzoeken die online te vinden zijn. De topiclijst (zie bijlage 2 topic lijst) is een van te voren vastgestelde lijst van gespreksonderwerpen die in de loop van het interview aan de orde moeten komen. De volgorde van de onderwerpen en de formulering van de vragen lagen niet vast. Tijdens het interview was de onderzoeker vrij om door te vragen over bepaalde onderwerpen. De respondenten zijn benaderd bij binnenkomst met de vraag of de klanten na afloop, of op een ander moment, bereid waren om mee te werken aan het interview. De interviews zijn afgenomen in de periode van 2 mei 2018 tot en met 21 mei 2018.

5.2.5 Betrouwbaarheid

Er is een aantal manieren waarop de onderzoeker ervoor kan zorgen dat de betrouwbaarheid van het kwalitatief onderzoek wordt verhoogd. Dit is tijdens het onderzoek gedaan door te kijken naar een goede verdeling van de respondenten.

Tijdens het onderzoek is er gekeken naar de verschillende leeftijdsopbouw van de leden die sporten bij Kenamju. Aan de hand daarvan is een selectie van de respondenten gemaakt. Er is gekozen aan de hand van de leeftijdsopbouw van het klantenbestand om meer klanten te ondervragen in de leeftijdscategorie 16- 25 jaar en 26-45 jaar omdat dit de grootste doelgroep binnen Kenamju is. Een goede selectie van respondenten zal ten goede komen van de betrouwbaarheid.

Volgens Kraling en bourgery (2007) zijn respondenten vaak niet in staat om nieuwe elementen te bedenken. Respondenten geven vaak een sociaal wenselijk antwoord, waardoor de resultaten onbetrouwbaar kunnen zijn. Tijdens het onderzoek is rekening gehouden met deze punten door de respondenten in een aparte ruimte te interviewen zodat de respondent zich op zijn gemak voelt en zich vrij voelt om openlijk te praten. Daarbij is de vragenlijst zodanig opgesteld dat de respondenten begonnen met vragen van algemene aard. Dit is gedaan om de respondent op zijn gemak te stellen.

5.2.6 Geldigheid

Tijdens dit onderzoek zijn er technieken gebruikt om de geldigheid van dit kwalitatief onderzoek te bevorderen. Zo is er tijdens het onderzoek gewaarborgd op objectiviteit. Dit is gedaan aan de hand van de vragenlijst. De vragenlijst die is gebruikt in dit onderzoek is tot stand gekomen na bestudering van diverse theorieën en andere vragenlijsten. De vragenlijst is gecontroleerd door meerdere personen, namelijk de opdrachtgever en de tutorbegeleider om ervoor te zorgen dat de vragen die gesteld werden tijdens het interview neutraal geformuleerd waren.

Ook is er tijdens dit onderzoek gebruik gemaakt van audit- trail (zie bijlage 7: audit trail interviews). ‘‘Audit-trail houdt in dat je een te controleren (audit) spoor (=trail) nalaat’’ (Baarda, 2014, p. 168) Tijdens dit onderzoek is dit gedaan door het bijhouden van een logboek van de diepte-interviews. In het logboek werd bijgehouden op welk tijdstip de respondenten geïnterviewd zijn, op welke datum, of er bijzondere omstandigheden waren en op welke dagen de interviews hebben plaatsgevonden. Alle interviews zijn opgenomen op voice-recorder en uitgetypt in verbatims (zie bijlage 3 verbatims diepteinterviews).

Ook is er tijdens dit onderzoek gebruik gemaakt van peer briefing (Baarda, 2014). Peer briefing houdt in dat het werk door collega's wordt gelezen die niet direct betrokken zijn bij het onderzoek zodat deze een objectieve mening kunnen geven over het onderzoek. ‘‘Het grote probleem bij kwalitatief onderzoek is dat de onderzoeker zelf het belangrijkste instrument is. Hierdoor kan het voorkomen dat de onderzoeker vooraf al bepaalde waarden en verwachtingen had’’ (Baarda, 2014, p. 168). Doordat er peer briefing is toegepast tijdens dit onderzoek is de kans verkleind dat de onderzoeker met een gekleurde bril op gekeken heeft naar de verschillende conclusies en meningen van de respondenten.

Ook had de onderzoeker weinig tot geen informatie alvorens aan het onderzoek begonnen werd. Dit zorgt ervoor dat de persoonlijke mening van de onderzoeker valide is aangezien er geen mening gevormd was voordat het onderzoek begon en de onderzoeker ook geen enkele ervaring had met het bedrijf alvorens het onderzoek werd uitgevoerd.

5.2.7 Analyse

Na het afnemen van de interviews zijn de gesprekken getranscribeerd² en opgeschreven in verbatims. Aan de hand van de verbatims is er gecodeerd. Gecodeerd wil zeggen dat de belangrijkste punten uit

² Transcriberen is het opschrijven van een gesproken opname

het interview gemankeerd zijn in de verbatims. Als laatste zijn er analyseschema's gemaakt (zie bijlage 4: analyseschema's) de belangrijkste vragen die betrekking hadden op het conceptueel model, namelijk de literatuur van Thomassen en het SERVPERF-model. De analyseschema's geven weer wat de respondenten hebben geantwoord op de vragen over servicekwaliteit, prijs en dienstkwaliteit.

Hoofdstuk 6: Resultaten onderzoek

In dit hoofdstuk zal er antwoord worden gegeven op de deelvragen die betrekking hebben op het kwalitatief onderzoek, namelijk de deelvragen over Customer. Om zo in hoofdstuk 8 een conclusie te geven en een antwoord op de probleemstelling: 'Wat zijn de wensen en behoeften van de klanten van Kenamju'?

6.1 Zijn de klanten tevreden met wat er nu wordt aangeboden qua aanbod?

Vanuit de vragen die betrekking hebben op de tevredenheid van het aanbod van de dienstverlening kan er geconcludeerd worden dat klanten over het algemeen tevreden zijn over het aanbod dat Kenamju aanbiedt. Uit de diepte-interviews kwam naar voren dat het aanbod in de sportschool voldoet aan de eisen van de klant. Het aanbod van de fitnessapparatuur wordt door veel mensen als meer dan voldoende beoordeeld en het aanbod van de groepslessen wordt ook als zeer positief ervaren. Volgens de klanten is er 'Voor ieder wat Wils'.

Het rapportcijfer dat de respondenten aangaven over het aanbod van de dienstverlening verschilde tussen de 6.0 en 8.5. De respondenten gaven aan dat het voornamelijk het aanbod is dat maakt dat de geïnterviewden deze rapportcijfers gaven. Volgens de respondenten missen er geen apparaten in de fitnesszaal en is er een breed aanbod aan groepslessen. Wel gaf een aantal respondenten aan dat het vaak druk is in de fitnesszaal. Dit waren voornamelijk de respondenten die 's avonds trinden.

6.2 Zijn de klanten tevreden met wat er nu wordt aangeboden qua service?

Vanuit de vragen die betrekking hebben op de tevredenheid van de aangeboden service kan er geconcludeerd worden dat de klanten over het algemeen tevreden zijn. Echter bleek uit het kwalitatief onderzoek dat de dimensie service nog verbeterd zou kunnen worden. Doordat Kenamju zichzelf profileert als een sportschool met persoonlijke aandacht, en hun motto ook is: persoonlijke aandacht is onze kracht. Zal de servicekwaliteit echt een veel hogere score moeten hebben dan de dimensies prijs en dienstkwaliteit. Echter dat is niet het geval. Het rapportcijfer dat de respondenten gaven aan de servicekwaliteit varieerde tussen de 5.5 en 9. Hieruit valt te concluderen dat de meningen over de servicekwaliteit sterk verschillen. Als verbeterpunt kwam naar voren dat de communicatie beter zou kunnen, de instructeurs in de fitness meer betrokken kunnen zijn en er beter geluisterd zal moeten worden naar de wensen van de klant indien deze een klacht heeft. Uit het onderzoek kwam namelijk naar voren dat de meeste respondenten wel van mening zijn dat zij terecht kunnen bij één van de medewerkers indien zij een opmerking/klacht of suggestie hadden alleen werd er volgens de respondenten verder niks mee gedaan.

De respondenten gaven een hoog rapportcijfer omdat de leden vinden dat de sfeer altijd goed is en de medewerkers beleefd en bereid zijn om te helpen. Toch waren er ook respondenten die vonden dat de service juist achteruit is gegaan de afgelopen jaren. Deze respondenten gaven aan dat dit te maken had dat er steeds meer stagiaires werden aangenomen en deze stagiaires niet heel gemotiveerd overkwamen.

6.3 Zijn de klanten tevreden met de prijs van het abonnement?

Om antwoord te geven op deze deelvraag is er aan de respondenten gevraagd welk abonnement de leden hadden en wat de respondenten van de prijs vonden. De meningen over de prijs/kwaliteit verhouding waren verschillend. De meeste respondenten vonden de prijs 'prima'. Toch waren er ook respondenten die aangaven dat de prijs in hun ogen te hoog was. Een andere respondent gaf juist weer aan dat het abonnement als 'goedkoop' werd ervaren omdat deze respondent 'zeven dagen per week gebruikt maakt van alle faciliteiten die Kenamju aanbiedt'. Ook gaf een aantal respondenten aan dat de prijs van het abonnement als 'prima' werd ervaren maar misten deze respondenten wel een sauna. De respondenten waren wel op de hoogte dat er gebruik kan worden gemaakt van de sauna bij Kenamju maar vonden het geen €17.50 per maand extra waard.

Het rapportcijfer van de dimensie prijs varieerde van een 6 tot een 8. De meeste respondenten vonden de prijs 'prima' maar er was ook een aantal respondenten dat aangaf dat ze de prijs te hoog vonden maar dat dit juist ervoor zorgt dat er een bepaald publiek wordt aangetrokken waardoor de sfeer in de sportschool weer als positief punt werd ervaren.

6.4 Welke dingen zou Kenamju moeten veranderen om een hogere klanttevredenheid te krijgen?

Deze deelvraag werd als een laatste vraag van het interview gesteld. De respondenten hadden inmiddels al de positieve en negatieve punten per categorie opgenoemd. De conclusie die uit deze deelvraag kan worden getrokken is dat er een aantal punten zijn waarvan meerdere respondenten vertelden wat er veranderd zou moeten worden om een betere klanttevredenheid te verkrijgen.

- Er was een aantal respondenten dat aangaf dat het te druk is tijdens avonduren. Hierdoor waren de fitnessapparaten te druk bezet en moesten mensen wachten om verder te trainen.
- De kluisjes in de dameskleedkamer zijn vaak stuk. De respondenten gaven aan dat ze dit wel meldden bij de balie maar dat er naar hun gevoel niet op werd gereageerd. Opvallend was dat dit alleen werd ervaren in de dameskleedkamer door de vrouwelijke respondenten.
- Ook kwam naar voren dat er te weinig ruimte is voor het neerzetten van je fiets. Verreweg de meeste respondenten gaven aan op de fiets naar Kenamju te komen. De respondenten gaven aan dat er te weinig ruimte aanwezig is om hun fiets in de fietsenrekken te plaatsen. Ook gaven de respondenten aan dat ze zich stoorden aan de vele fietsen voor de ingang van het pand waardoor de toegang minder goed toegankelijk is.
- Een veel voorkomend verbeterpunt van de respondenten was dat er sterk getwijfeld werd aan de algemene hygiëne binnen de sportschool. De algemene hygiëne ging voornamelijk over de kleedkamers en de groepsleszalen. Ook werd door een enkele respondent de hygiëne van de toiletten benoemd.
- Ook gaven de meeste respondenten aan dat het zeker in de zomermaanden veel te warm is binnen in de sportschool. Zelfs zo warm dat een aantal respondenten aangaf hierdoor ervoor te kiezen niet te gaan trainen op dagen dat het warm is buiten. Een enkele respondent gaf zelfs aan dat dit een reden zou zijn om op zoek te gaan naar een andere sportschool.
- Een gering aantal respondenten gaf aan dat de privacy in de dameskleedkamer niet optimaal was. De deur gaat regelmatig open en hierdoor kon iedereen die op de gang loopt naar binnen kijken. Ook naar de mensen die onder de douche staan daar.
- Een gering aantal respondenten gaf ook aan dat er vroeger op de website stond vermeld dat welke instructeur de groepsles gaf. Dit is van de website afgehaald en dit missen een gering aantal respondenten toch wel.

6.5 Waarom hebben de huidige afnemers voor Kenamju gekozen?

Om antwoord te geven op deze vraag is er aan de respondenten gevraagd waarom ze juist voor Kenamju hebben gekozen en niet voor een andere sportschool. De meeste respondenten gaven als pluspunt dat het voornamelijk het mooie gebouw is met het vele licht. Ook het aanbod van de groepslessen werd door veel respondenten als zeer positief ervaren. Opvallend is wel dat de meeste respondenten via een kennis/collega of familie op de hoogte is gebracht van het bestaan van Kenamju. Slechts een enkeling is er via internet gaan zoeken en heeft zich ingeschreven.

6.6 Conclusie resultaten onderzoek

De respondenten hebben aan het einde van het interview allemaal een rapportcijfer gegeven over de algemene tevredenheid van Kenamju. Het rapportcijfer varieerde van 6 en 9. De meest voorkomende rapportcijfer was een 7. Er kan geconcludeerd worden dat de klanten over het algemeen tevreden zijn over Kenamju.

Hoofdstuk 7: Conclusie

In voorgaande hoofdstukken zijn de resultaten en deelconclusies beschreven. Aan de hand van de resultaten, deelvragen en conclusies kan de probleemstelling beantwoord worden voor een aantal aspecten die nog verbeterd kunnen worden.

7.1 Conclusie deelvragen desk- en fieldresearch

Kenamju is een sportcentrum gevestigd in het centrum van Haarlem. Het sportcentrum biedt vele mogelijkheden. Zo kunnen leden bij Kenamju komen om te sporten maar bieden ze naast sport ook fysiotherapie, voeding en coaching en is er een sportarts gevestigd in het pand. Kenamju biedt meer dan 20 verschillende groepslessen aan en leden kunnen gebruik maken van de wellness zoals sauna, Turks stoombad en het zwembad. Ook biedt Kenamju zwemlessen aan voor jeugdleden en judo en karatelessen vanaf 3 jaar. De leden van Kenamju zijn tussen de 3 en 86 jaar oud. Volgens Kenamju is de kracht van sport, naast gezondheid, ook zeker sociaal en maatschappelijk. Kenamju streeft er dan ook naar een plek te zijn waar jong en oud samenkomen om de kracht van het sporten te ervaren.

Vandaag de dag wordt het voor organisaties steeds belangrijker om zich te focussen op de huidige klanten in plaats van op het werven van nieuwe klanten. Dit komt mede door de toenemende concurrentie in de markt en door de individualisering. Klanten worden steeds mondiger en kritischer en daardoor is het voor een organisatie van belang om in kaart te brengen wat de wensen en behoeften zijn van de huidige klanten zodat een bedrijf kan inspelen op deze behoeftes en de klanten tevreden zijn over het product of de dienstverlening. Ook voor een bedrijf heeft een tevreden klant veel voordelen namelijk: lagere reclamekosten door mond-tot-mond reclame, gemotiveerde medewerkers en een verhoging van de omzet omdat tevreden klanten bereid zijn om meer uit te geven.

Het is daarom voor organisaties van belang om een hoge klanttevredenheid te hebben onder de huidige klanten. Klanttevredenheid kan volgens Thomassen (1988) het beste omschreven worden als *‘De beleving van de klant die ontstaat door het vergelijken van de ervaringen van een onderneming met de wensen die men heeft’*. Als deze beleving niet voldoet aan de wensen van de klant, dan is de klant ontevreden. Een tevreden klant is een prettig bijeenkomst alleen hoe zorgt de organisatie ervoor dat deze klant ook loyaal blijft aan de organisatie? Daarvoor zal er eerst moeten worden gekeken naar het begrip loyaliteit. Loyaliteit kan volgens McCarthy (1997) het beste beschreven worden als: *‘De voorkeur van klanten om een organisatie boven concurrenten te verkiezen op basis van factoren die de klant als waardevol ervaart’*

De begrippen klanttevredenheid en klantloyaliteit hebben veel met elkaar gemeen. De eerste stap voor een organisatie is om in beeld te krijgen hoe tevreden de klanten zijn. Als dat in kaart is gebracht kan het bedrijf verder onderzoeken of de tevreden klanten ook loyaal zijn aan de organisatie.

Fitness is een van de belangrijkste sporten die beoefend wordt in Nederland. 23 procent van de Nederlandse bevolking doet aan fitness. Hiervan is ongeveer de helft lid van een sportschool. Toch zal de sportdeelname van de Nederlandse bevolking de komende jaren sterk veranderen door het toenemen van de vergrijzing en social media. Deze veranderingen hebben op den duur gevolgen voor het aantal leden van sportscholen. Toch kan een sportorganisatie zich profileren door ervoor te zorgen meer aan te bieden dan alleen het sporten zelf. Voorbeelden hiervan zijn een fysiotherapie gevestigd in de sportschool, medische fitness en voeding en coaching.

Kenamju heeft 11 directe en indirecte concurrenten in zijn omgeving. Er is gekeken naar de concurrenten die niet meer dan 5 kilometer van Kenamju verwijderd zijn aangezien er is gebleken uit onderzoek dat de consument niet meer dan gemiddeld 4 kilometer vanaf hun huis opzoek gaan naar een sportschool.

Uit het onderzoek bleek dat de leden van Kenamju over het algemeen tevreden zijn over de sportschool. Uit de diepte-interviews kwam naar voren dat de leden om verschillende redenen gekozen hebben voor Kenamju. De meest voorkomende reden was de mond-tot-mond reclame. De meeste respondenten gaven namelijk aan via een kennis of vriend(en) op de hoogte te zijn gesteld van het bestaan van Kenamju. De meest voorkomende reden om voor Kenamju te kiezen was het aanbod van de verschillende groepslessen en de mooie grote en lichte ruimte met veel ramen.

Wat betreft het aanbod van de dienstverlening kan er geconcludeerd worden dat de leden tevreden zijn. De respondenten gaven voor het onderdeel aanbod van de dienstverlening een rapportcijfer van tussen de 6 en 8.5.

Het rapportcijfer van de dimensie prijs kwam uit tussen de 6 en 8. De meningen over de dimensie prijs waren verschillend. Een paar respondenten gaven aan dat zij de prijs te hoog vonden. Dit had voornamelijk te maken met het feit dat zij graag ook een sauna hadden gewild. De respondenten waren op de hoogte dat Kenamju ook een wellness heeft maar waren niet bereid daarvoor extra te betalen. De rest van de respondenten vonden de prijs ‘prima’ en vonden dat de hogere prijs een ander soort publiek aantrekt dan bijvoorbeeld een low-budget sportschool.

Het rapportcijfer van de dimensie servicekwaliteit varieerde van tussen de 5.5 en 9. De respondenten gaven bijna allemaal aan dat zij het personeel heel vriendelijk en beleefd vonden. Het groeten bij binnenkomst en de gezellige sfeer waardeerden zij zeer.

Aan de hand van de theorie van het SERVPERF- model kan er gezegd worden dat service één van de belangrijkste dimensies is van een dienstverlenende organisatie. Bij Kenamju staat service ook als hoogst mogelijke prioriteit. Deze theorie blijkt van toepassing bij Kenamju want uit alle rapportcijfers van dienstkwaliteit, prijs en servicekwaliteit kwam de dimensie service als hoogst scorende met een 9. Wel opvallend is dat het verschil tussen de respondenten het sterkst is bij deze dimensie. Veel respondenten gaven wel een hoog rapportcijfer echter waren er ook respondenten die aangaven dat de servicekwaliteit de laatste jaren een stuk meer achteruit was gegaan. Dit had volgens de respondenten voornamelijk te maken met het feit dat de organisatie steeds meer draait op stagiaires.

7.2 Probleemstelling beantwoorden

Aan de hand van bovenstaande conclusie van de deelvragen kan er antwoord worden gegeven op de probleemstelling: ‘Wat zijn de wensen en behoeften van de klanten van Kenamju’?

Over het algemeen zijn de klanten van Kenamju tevreden over het aanbod van de dienstverlening, de servicekwaliteit en de prijs. Er kwam echter een aantal wensen naar boven waar de klanten minder tevreden over waren. Op de vraag ‘Wat zou Kenamju moeten veranderen om een betere klanttevredenheid te verkrijgen’ kwam een aantal punten naar boven. De meeste respondenten gaven aan dat er te weinig kluisjes waren. Dit had onder andere te maken met het feit dat veel kluisjes ook deels stuk zijn en daardoor niet gebruikt kunnen worden. Een tweede punt was de algemene hygiëne. Veel respondenten gaven aan dat zij twijfelen aan de hygiëne in de sportschool. Als derde punt kwam er naar boven dat de respondenten die op de fiets kwamen vaak niet hun fiets kwijt konden in de fietsenstalling. Als vierde punten noemden ze dat de klanttevredenheid omhoog zou kunnen als er wat zou worden gedaan aan de warmte binnen het gebouw. Enkele klanten voornamelijk de warmte een reden zou kunnen zijn om op zoek te gaan naar een andere sportschool. De respondenten gaven aan dat als deze punten zouden worden verbeterd, de klanttevredenheid van Kenamju zou stijgen.

Samenvattend de belangrijkste aandachtspunten voor Kenamju:

- * Hygiëne
- * Te weinig ruimte voor parkeren van fiets
- * Te warm in de zomermaanden
- * Kluisjes in de dameskleedkamer die kapot zijn

7.3 Doelstelling onderzoek

Doelstelling: In opdracht van Kenamju wordt onderzoek uitgevoerd naar de tevredenheid van de leden teneinde een adviesrapport op te leveren met als doel leden te behouden.

Door het uitvoeren van kwalitatief onderzoek en door het toepassen van literatuuronderzoek heeft de organisatie inzicht gekregen in de klanttevredenheid en de wensen en behoeften van de leden van Kenamju. Hierdoor kan Kenamju aan de hand van de aanbeveling verbeterpunten aanbrengen om de dienstverlening te optimaliseren om zo uiteindelijk de leden te behouden. Er kan dus geconcludeerd worden dat de doelstelling voor dit onderzoek is behaald.

7.4 Conclusie hypothesen

Om een antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvragen, is het van belang om te kijken of er een verband is tussen servicekwaliteit, dienstkwaliteit en prijs met de algemene tevredenheid.

Hypothese 1: Er is een positief verband tussen servicekwaliteit en klanttevredenheid Toelichting:

Het SERVPERF-model bestaat uit vijf dimensies die ieder weer van invloed zijn op de servicekwaliteit. Aan de hand van de diepte-interviews zijn er vragen gesteld die betrekking hebben op de betrouwbaarheid, empathie, zekerheid, tastbaarheden en responsiviteit.

Uit de resultaten is gebleken dat de respondenten het contact met de Kenamju medewerkers als zeer positief ervaren. Ook gaven de meeste respondenten aan als de leden een vraag hebben altijd terecht kunnen bij de medewerkers van Kenamju. De medewerkers zijn in de ogen van de respondenten dan ook bereid iets extra's te doen als de klant daarom vraagt. Verder werd de aangeboden service zoals kinderopvang en aanbod van faciliteiten zoals fysiotherapie en wellness als positief ervaren.

Aan de hand van de vragen met betrekking tot de servicekwaliteit in combinatie met het rapportcijfer dat de respondenten aangaven voor de servicekwaliteit kan er worden geconcludeerd dat er een positief verband is tussen servicekwaliteit en klanttevredenheid.

Hypothese 2: Er is een positief verband tussen dienstkwaliteit en klanttevredenheid

Toelichting:

Volgens de literatuur van Thomassen valt de dienstkwaliteit onder het product of de dienst. Dit is datgene wat de klant geleverd krijgt. Kenamju biedt diensten aan in de vorm van sport (abonnementen). Hierbij is er gekeken wat de respondenten vonden van het aanbod van de groepslessen, het aanbod van de fitness en of er bepaalde dingen waren die de respondenten graag anders zagen. De respondenten gaven allemaal aan dat zij zeer tevreden waren over het aanbod van de groepslessen en de apparatuur in de fitnesszaal. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de hypothesen aangenomen kan worden er dat er een positief verband is tussen dienstkwaliteit en klanttevredenheid. De dimensie dienstkwaliteit scoorde namelijk tussen de 6.0 en de 8.5. Als verbeterpunt kwam naar voren dat het soms erg druk kon zijn in de fitnesszaal en dat de instructeurs wat meer pro-actiever zouden kunnen zijn.

Hypothese 3: Er is een positief verband tussen prijs en klanttevredenheid

Toelichting:

Volgens de literatuur van Thomassen bestaat prijs uit het bedrag dat de klant voor de dienst betaalt. Als klanten vinden dat de prijs te hoog ligt, kan dit ervoor zorgen dat klanten afhaken en naar de concurrent toe gaan. De prijs werd door de respondenten beoordeeld met tussen een 6 en 8 qua rapportcijfer. De meeste respondenten gaven aan zij de prijs als ‘prima’ ervaarden. Sommige respondenten gaven aan dat zij de prijs aan de dure kant vonden maar gaven aan dat er daarom een ander publiek wordt aangetrokken waardoor de sfeer binnen de organisatie weer als zeer positief werd ervaren. De hypothesen kan op basis van het rapportcijfer en de verschillend uitspraken van de respondenten aangenomen worden. Er is dus een positief verband tussen prijs en klanttevredenheid.

Hoofdstuk 8: Aanbeveling

In dit hoofdstuk zijn de aanbevelingen voor korte en lange termijn vastgelegd en tevens is er een terugkoppeling gemaakt van de doelstelling van het onderzoek. Het doel van het onderzoek was:

8.1 Aanbevelingen korte termijn

Het is aan te bevelen om meer ruimte te creëren voor het neerzetten van de fietsen van de leden. Het wordt dan ook geadviseerd om nog een aantal extra fietsenrekken te plaatsen voor het pand. Het sportcentrum is gevestigd in het centrum van Haarlem. Veel respondenten gaven aan op de fiets naar Kenamju toe te komen. De respondenten gaven aan dat de fietsenrekken vaak vol waren waardoor zij hun fiets nergens kwijt konden. Hierdoor moesten de respondenten hun fiets op de stoep plaatsen wat er weer voor zorgde dat de toegang naar de sportschool werd belemmerd door de vele fietsen die buiten de rekken staan.

Ook gaven veel respondenten aan dat de temperatuur in de zomermaanden in de sportschool te hoog is. Een gering aantal respondenten gaf aan dat dit een reden zou kunnen zijn om op zoek te gaan naar een andere sportschool.

Een derde punt dat veel naar voren kwam tijdens de diepte-interviews was de hygiëne van de sportschool. De respondenten gaven aan dat zij sterke twijfels hadden of er wel voldoende werd schoongemaakt. De hygiëne van kleedkamers, toiletten en groepsleszalen moet worden verbeterd. Op de korte termijn kan dit gedaan worden door frequenter en beter schoon te maken. In de toekomst is het aan te raden om hiervoor een extra medewerker in dienst te nemen die alleen bezig is met het schoonmaken van het pand. Door hiervoor iemand in dienst te nemen die alleen verantwoordelijk is voor de schoonmaak wordt er voorkomen dat het huidige personeel ‘snel’ even schoonmaakt.

Deze aanbevelingen zijn op basis van een groot aantal respondenten die aangaven dat hier de verbeterpunten van de organisatie liggen. Ook is er nog een klein aantal respondenten die anderen dingen aangaven. Deze dingen zullen hieronder kort besproken worden.

Hoewel deze aanbeveling weinig voorkwam bij de respondenten is het toch een aanbeveling om bij stil te staan. Een klein aantal respondenten gaven aan dat er weinig privacy is in de dameskleedkamers. Daarom is het aan te bevelen om een extra wand neer te zetten en een deur voor de ingang van de douches in de dameskleedkamer zodat als de deur opengaat niet gelijk iedereen die langsloopt naar binnen kan kijken.

Ook deze aanbeveling werd niet door heel veel respondenten genoemd en kan daardoor ook niet hard gemaakt worden. Echter waren er wel een klein aantal respondenten die aangaven dat dit toch wel een klein minpuntje was. Een laatste opmerking van enkele respondenten betrof dat er vroeger op de website stond vermeld welke instructeur de desbetreffende les gaf. Dit is van de website gehaald en nu staat er alleen nog maar bij wanneer de groepsles plaatsvindt. Het is daarom voor Kenamju aan te bevelen dit weer op de website te vermelden.

8.2 Aanbeveling lange termijn

Het is aan te bevelen om de concurrentie in de gaten te houden. De fitnessbranche is een branche waar hevige concurrentie is. Een mogelijkheid is een concurrentieonderzoek uit te voeren, hierbij kan een vergelijking worden gemaakt welke concurrentie zorgen voor bedreigingen voor Kenamju.

Ook is het voor Kenamju aan te bevelen om extra aandacht te besteden aan de wensen en behoeften van ouderen. Tijdens dit onderzoek is er één respondent geïnterviewd die boven de 65+ is. Echter door de toenemende vergrijzing zal de sportdeelname veranderen waardoor het voor Kenamju aan te raden is om een vervolg onderzoek te doen naar wat de wensen en behoeften zijn van ouderen zodat er in de toekomst ingespeeld kan worden op de vergrijzing.

Ook is het voor Kenamju raadzaam om de trends en ontwikkelingen van de fitnessbranche in de gaten te houden. Door de toenemende technologische ontwikkelingen zoals wearables en sportapps zal er in de toekomst een verschuiving plaatsvinden van mensen die lid zijn van een sportschool naar individuele sporten. Kenamju zou hierop kunnen inspelen door bijvoorbeeld het aanbieden van een online sportkanaal waar mensen tegen een bepaald maandelijks bedrag lid van kunnen worden of Kenamju zou kunnen starten met bijvoorbeeld een nordic walking trainingsgroep voor ouderen.

8.3 Suggesties voor vervolg onderzoek

Tijdens dit onderzoek is gekeken hoe Kenamju de klanttevredenheid kan verbeteren. In dit onderzoek is er allereerst gekeken naar wat er bekend is in de literatuur over klanttevredenheid en daarnaast heeft er kwalitatief onderzoek plaatsgevonden in de vorm van diepte-interviews met de leden om te kijken wat de wensen en behoeften van de klanten zijn op dit moment. Het is voor Kenamju aan te raden om minimaal elke 5 jaar een klanttevredenheidsonderzoek uit te voeren.

Over het algemeen zijn er niet veel klachten maar het is een aanbeveling om de klachten die uit dit onderzoek naar voren zijn gekomen te verhelpen. De klachten die voorkwamen vallen volgens de theorie van het Kano-model onder de ‘‘Must-be- requirements’’: deze eigenschappen zijn voor klanten vanzelfsprekend en leiden hierdoor niet tot klanttevredenheid. Afwezigheid van deze eigenschappen leiden echter wel tot ontevredenheid. Het werken van de airco wordt als veel klanten als vanzelfsprekend beschouwd, maar er kwam uit de diepte-interviews naar voren dat het niet werken van de airco wel tot ontevredenheid leidt bij de klanten. Ook de kluisjes horen volgens de klanten gewoon te werken maar dit blijkt niet het geval te zijn. Hierdoor ontstaat er ook deels ontevredenheid.

In de toekomst is het voor Kenamju handig om bijvoorbeeld een kaartenbrievenbus waarop de klant ideeën, suggesties of klachten kunnen achterlaten. Kenamju zal dan wel duidelijker moeten communiceren als er wat met de klachten, ideeën of suggesties worden gedaan. Een klein aantal respondenten gaf namelijk aan wel terecht te kunnen bij een van de medewerkers als er een klacht was, alleen hadden ze sterke twijfels of er daadwerkelijk wat met de klacht werd gedaan.

Hoofdstuk 9: Implementatie

Dit hoofdstuk staat in het teken van de implementatie van de aanbevelingen. Het implementatieplan bevat de planning van de aanbevelingen en wanneer welke aanbeveling ingezet dient te worden. In de laatste paragraaf wordt er een kostenoverzicht geschetst van de aanbevelingen.

9.1 Planning implementatie

	Wanneer	Wie verantwoordelijk	Door wie
Aanbeveling 1: Kluisjes	september	Manager	Extern bedrijf + facilitair manager
Aanbeveling 2: Schoonmaak bedrijf	November/december	Manager	Extern bedrijf
Aanbeveling 3: Airco	juli + oktober	Directeur	Extern bedrijf + directeur
Aanbeveling 4: Fietsenrekken	oktober	Manager	Facilitair manager
Extra aanbeveling 1: Privacy	augustus	Facilitair manager	Facilitair manager
Extra aanbeveling 2: Vermelden website	juli	Marketing manager	Marketing manager

Tabel 4: planning aanbevelingen

Aanbeveling 1:

De kluisjes zullen moeten worden besteld. De gemiddelde levertijd op de kluisjes betreft 6-8 weken. Het is aan te raden om de kluisjes neer te zetten zodra deze geleverd zijn.

Aanbeveling 2:

Een schoon en fris pand geeft een verzorgde indruk. Het schoonmaken van het pand kan er echter wel nog eens bij inschieten en het is vaak duurder om dit door eigen medewerkers te laten doen dan om een schoonmaakbedrijf in te huren. Een schoonmaakbedrijf heeft namelijk goedkoop en professioneel personeel en kan op deze manier snel en efficiënt het pand schoonmaken. Doordat het personeel nu het pand moet schoonmaken is er minder tijd om persoonlijke aandacht aan de klant te besteden en dat zorg ervoor dat de kwaliteit van de dienstverlening achteruit gaat. Door het in dienst nemen van een schoonmaker zorgt het bedrijf ervoor dat er weer meer persoonlijke aandacht naar de leden toe gaat en dat bovendien het pand hygiënische en schoon is.

Aanbeveling 3:

Om ervoor te zorgen dat de airco weer gaat werken in de sportschool zal er allereerst een tijdelijke oplossing moeten komen voor de zomermaanden die nog komen gaan. Het is voor Kenamju aan te raden om de aankomende zomermaanden gebruik te maken van mobiele airco's. Ook zou het bedrijf de dakramen van het pand kunnen voorzien van zonwerend folie. Deze oplossingen zijn tijdelijk. Verder is het aan te raden aan Kenamju om na het zomerseizoen (in oktober) op zoek te gaan naar wat er mis is met de huidige airco en hier een oplossing voor te vinden.

Aanbeveling 4:

Om nieuwe fietsenrekken te bestellen en te plaatsen heeft het bedrijf allereerst een vergunning nodig.

Het is daarom aan te raden om allereerst de vergunning in te dienen en te wachten op akkoord voordat het bedrijf gaat investeren in fietsenrekken. Zodra de vergunning rond is kan het bedrijf de fietsenrekken gaan bestellen en plaatsen.

Extra aanbeveling 1:

Het plaatsen van een extra wand en douchedeur in de vrouwenkleedkamer kan het beste worden gedaan in augustus aangezien dit de rustigste periode is. Het is daarom aan te raden om het in deze periode te doen zodat de leden zo min mogelijk last hebben van het plaatsen van een extra wand in de kleedkamer.

9.2 Kosten implementatieplan

Als laatste onderdeel van het implementatieplan is er een kostenplaatje geschetst (zie tabel 5: kosten uitvoeren implementatie)

Aanbevelingen	Koster per maand	Kosten per jaar	Frequentie
Kluisjes	-	€ 5.400	Eenmalig aanschaf
Schoonmaakbedrijf inhuren	€ 2400	€ 28.800	Obv. 24 uur per week
Tijdelijke Koelinstallatie	-	€ 22.000	Eenmalig aanschaf
Fietsenrekken	-	€1.600	Eenmalig aanschaf
Wand + douchedeur		€ 1100	Eenmalig aanschaf
Totaal		€58.900	

Tabel 5: kosten uitvoeren implementatie

Aanbeveling 1:

Er kunnen in de dameskleedkamer 3 nieuwe kasten geplaatst worden met elk 12 kluisjes. De kosten voor één kast met 12 nieuwe kluisjes kost €1800. Dit is inclusief cijferslot. De totale kosten voor het neerzetten van drie nieuwe kasten komt neer op een bedrag van € *Aanbeveling 2:*

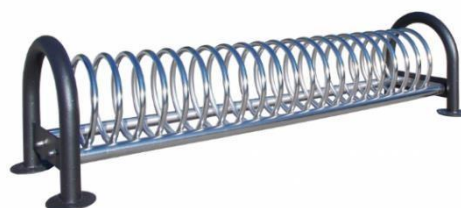
De kosten voor het inhuren van een professioneel schoonmaak bedrijf kost €25,00 per uur. Als Kenamju iemand inhuurt op basis van 24 uur per week komt dit bedrag neer op € 2400 per maand.

Aanbeveling 3:

Er wordt aangeraden voor Kenamju om mobiele airco's aan te schaffen. Er kunnen 4 mobiele airco's in de fitnesszaal worden neergezet. En in elke groepszaal 2. In totaal zou Kenamju 10 mobiele airco's kunnen aanschaffen. De kosten per mobiele airco komt neer op €400. De totaalprijs voor 10 mobiele airco's komt neer op € 4.000. De kosten voor de zonwerende folie komt neer op €46 per m2. In totaal heeft Kenamju 400m2 dakraam. De kosten per dakraam komt neer op €92. De totale kosten voor het zonwerende folie komt neer op € 18.000.

Aanbeveling 4:

Het plaatsen van 3 nieuwe fietsrekken waarin elk 20 fietsen kunnen worden geplaatst. De kosten per fietsrek zijn €500. Voordat er nieuwe fietsrekken kunnen worden geplaatst op de openbare weg moet er allereerst een vergunning worden aangevraagd bij de gemeente. De kosten voor het aanvragen van deze vergunning is € 88. Het aanvragen en verwerken van deze vergunning duurt doorgaans 4 weken. Kenamju



zou er ook voor kunnen kiezen om de fietsenrekken op eigen terrein neer te zetten. Hierdoor vervallen de kosten voor de vergunning maar gaat dit wel ten koste van de parkeerplaatsen voor de auto's.

Extra aanbeveling 1:

Figuur 9: Voorbeeld Fietsenrek (SKW, zd)

De kosten voor het plaatsen van een extra wand tussen de ingang van de kleedkamer en de kleedkamer zelf komt neer op € 330 voor de wand zelf. Het plaatsen van de wand wordt in één dag gedaan en kost per uur €60. Ervan uitgaande dat diegene 8 uur bezig is met het plaatsen van de wand komt dit neer op een bedrag van €440. De kosten voor het op maat bestellen van een matglazen deur voor in de douche komt neer op een bedrag van tussen de € 200-400 (afhankelijk van de afmetingen van de wand). Er kan namelijk gekozen worden om de deur tot aan het plafond te laten lopen of de deur dezelfde maten te houden als de kleine tussen muurtjes die er nu staan bij het douchegedeelte.

9.4 Kosten + Baten

In deze paragraaf wordt het scenario van het tijdelijk neerzetten van mobiele airco's en zonwerend folie op de dakramen beschreven. Een aantal respondenten gaven aan dat de hitte in de zomermaanden zorgde voor veel klachten bij Kenamju. Bij dit scenario is er uitgegaan van het aantal klanten dat mogelijk het lidmaatschap opzegt vanwege de hitte. Uit de diepte-interviews is gebleken dat 4 van de 12 respondenten aangaven dat dit een reden zou kunnen zijn om het lidmaatschap bij Kenamju op te zeggen. Er is bij dit scenario uitgegaan dat er ongeveer 1/3 van de klanten zou overwegen op het lidmaatschap op te zeggen. Van de 3118 leden zijn er 700 slapende leden. Dit zijn leden die wel lid zijn maar niet meer komen om te sporten. Een totaal ledenaantal komt dan neer op 2418 leden. Als hiervan 800 leden zouden stoppen bij Kenamju zou het bedrijf € 307.200 aan inkomsten mislopen gebaseerd op een standaard abonnement van €32 per maand. Dit is het pessimistische scenario. De kosten voor het tijdelijk koelen van Kenamju komt neer op een investering van €22.000.

In het optimistische scenario is er uitgegaan dat van de 1/3 van de klanten die aangaven te stoppen maar hiervan uiteindelijk maar de helft echt hun abonnement zou opzeggen om die reden. Het bedrijf zal dan € 153.600 aan inkomsten mislopen.

Het is voor Kenamju gezien dit scenario zeker de moeite waard voor Kenamju om te kijken of dit de tijdelijke oplossing voor de hitte binnenin de sportschool is en hierdoor voorkomen wordt dat de leden naar de concurrentie toestappen.

Literatuurlijst

- Baarda, B., (2014) Dit is onderzoek! *Handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Tweede editie. Uitgever: Noordhoff Groningen/Houten.
- Berger, K., Mens, M. van (1997). *Klanttevredenheid en loyaliteit*. Alphen aan den Rijn: Samson Bedrijfsinformatie.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *The Journal of Marketing*, 56(2), 57-71. doi:10.2307/1252042
- Bloemer, J. M. M. (1993). *Loyaliteit en tevredenheid: een studie naar de relatie tussen merktrouw en consumententevredenheid*. Maastricht: Universitaire Pers Maastricht.
- Bloemer, J., Ruyter, K. Venetis, K. (1994). Kwaliteit en tevredenheid in de dienstverlening: Kop , munt of een dubbeltje op zijn kan?. *MAO jaarboek*, 1994(14), 205-218.
- Bloemer, J., De Ruyter, K. O., & Wetzels, M. (1999). Linking perceived service quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective. *European journal of marketing*, 33(11/12), 1082-1106.
- Cremers, M. (2017). *De definitie van identiteit, missie, visie en meer begrippen*.
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of marketing*, 30(1), 8-32.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 55-68.
- De Pelsmacker, P., Van Kenhove, P. (2014). Marktonderzoek. *Methoden en toepassingen*. Vierde editie. Uitgever: Pearson Benelux B.V.
- Evans, J.R., Lindsay, W. (2011) *Managing for Quality and Performance Excellence (8th edition)*, Mason, South-Western Cengage Learning.
- Finkelstein, D.P. and Golan, A.R. (1990). How not to satisfy your customers. *McKinsey Quarterly* (Winter), 2-12.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.
- Grönroos, C. (2007). *Service Management And Marketing* (3rd ed.), Chichester, John Wiley.
- Heskett, Jones, Loveman, Sasser & Schlesinger (1994). Putting the service-profit chain to work. *Harvard Business Review* (March-April), 164-174.
- Holmlund, M. (1997). *Perceived Quality in Business Relationships*. Paper gepresenteerd op de Publications of the Swedish School of Economics and Business Administration, Helsinki, Finland
- Hover, P., Hakkers, S., Breedveld, K. (2012) *Tendrapport fitnessbranche*
- Kaplan, L. A., Dijk, T. P. van, & Prybutok, V. R. (1997). Measuring information systems in service quality: concern on the use of the SERVQUAL questionnaire.
- Kang, G.D., James, J. (2004) 'Service quality dimensions: An Examination of Gronroos's service quality model'. *Managing Service Quality*, 14, pp.266-277.

- Kenningham, T.L. (2007). *The Value of Different Customer Satisfaction and Loyalty Metrics in Predicting Customer Retention, Recommendation, and Share-of-Wallet*. Amerika: Managing Service Quality.
- Kooiker, S., Hoeymans, N. (2014) Burgers en gezondheid: *Themarapport Volksgezondheid Toekomst Verkenning 2014*
- Kralingen, R. van, & Bourgerly, M. (2007). *Make Dust or Eat Dust* (2e ed.). Amsterdam, Nederland: Pearson Benelux.
- Kuo, Y. F. (2007). Integrating Kano's Model into Web- community Service Quality. *Total Quality Management & Business Excellence*, 15(7), 925-939. doi:10.1080/14783360410001681854
- Kotler, P. (1994). *Marketing management. Analysis, Planning, Implementation, and control*. New Yersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P. J. (2009). *Principes van marketing, 5e editie*. Pearson Education. p. 13
- McCarthy, D. (1997) *De loyaliteitslink: Loyale medewerkers, loyale klanten*, Thema, bedrijfswetenschappelijke en educatieve uitgeverij
- John C. , 'Beyond consumer decision making', *Journal of Consumer Marketing* 5(1) (1988): 15–25.
- Matzler, K. & Hinterhuber, H.H., (1998). How to make product development projects more successful by integrating Kano's model of customer satisfaction into quality function deployment. *Technovation*, Vol. 18, No. 1, Elsevier Science Ltd., pp. 25- 38.
- Neijzen, J. (1989). en Trompetter, M. *Kwaliteitszorg in dienstverlenende organisaties: de klant is koning, maar wie maakt er de dienst uit*.
- Oliver, Richard L. (1977). *Effect of Expectation And Disconfirmation On Postexposure Product Evaluations: An Alternative Interpretation*. *Journal of Applied Psychology*, (August), 480-486.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L., (1988). SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12- 40.
- Pyzdek, T., Keller, P. (2013) *The Handbook for Quality Management, Second Edition: A complete Guide to Operational Excellence*, New York, McGraw-Hill.
- Rabobank (2013). *Rabobank Cijfers & Trends. Branche-informatie Fitnesscentra 2013*. Utrecht: Rabobank.
- Rahman, M. S., Khan, A. H., & Haque, M. (2012). A Conceptual Study on the Relationship between Service Quality towards Customer Satisfaction: Servqual and Gronroos's Service Quality Model Perspective.
- Reichheld, F.F. and Sasser, W.E. (1990). Zero defections: quality comes to services. *Harvard Business Review* (September–October), 105–111.
- Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard business review*, 81(12), 46-55.
- Reichheld, F. F., Markey Jr, R. G., & Hopton, C. (2000). E-customer loyalty-applying the traditional rules of business for online success. *European Business Journal*, 12(4), 173.
- Shahin, A., Pourhamidi, M., Antony, J., & Hyun Park, S. (2013). Typology of Kano models: a critical review of literature and proposition of a revised model. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 30(3), 341-358.

- Schijns, J. (2002). Loyaliteit en klanttevredenheid: een twee-eenheid. *Loyalty and Customer Satisfaction: two in one*, 57-65.
- Scholl, N., Olivier, L. (2014) *De essentie van kwalitatief onderzoek*.
- Singh, A., Sharma, S. (zd), *Service quality management model*. [afbeelding]
- Swan, J.E., Combs, L.J. (1976) Product performance and consumer satisfaction: A new concept. *Journal of marketing* 40, (2), 25-33
- Thomassen, J-P.R., in 't Veld, E. & Winthorst, H.H. (1994). Klanttevredenheid, de succesfactor voor elke organisatie. Rotterdam: Stichting Kwaliteitsdienst.
- Thomassen, J.-P. (1998). Waardering door klanten; Klantenmanagement als fundament voor totale kwaliteit. Deventer: Kluwer.
- Thomassen, J-P.R. (2002). Waardering door klanten. Klantenmanagement als fundament voor Totale Kwaliteit. Deventer: Kluwer Bedrijfsinformatie.
- Thomassen, J.-P. (2003). Klanttevredenheid, de zin en onzin. Deventer: Kluwer.
- Thomassen, J.-P. (2007). De klantgerichte overheid. Deventer: Kluwen.
- Thomassen, J.-P (2008). Waardering door klanten. *Klantmanagement als fundament voor Totale Kwaliteit*. Derde herziene druk 4e oplaat 2008. Uitgever: Kluwer-Deventer, INK-Zaltbommel.
- Tu Y.T., Wang C.M., H.C. Chang (2012): "Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee Taiwan". *Journal of Social and Development Sciences*, volume 3, number 1, 24-32
- Yang, C. C. (2005). The refined Kano's model and its application. *Total Quality Management & Business Excellence*, 16(10), 1127-1137. doi:10.1080/14783360500235850
- van Zoest, C. (2001). Kwaliteitszorg voor non-profitorganisaties. *Met succes overleven in een concurrerende markt*. Baarn: H.Nelissen
- Verhoeven, N. (2011) Wat is onderzoek? *Praktijkboek voor methoden en technieken*. Vijfde druk. Boom Lemma uitgevers.
- Visser, K., Tiessen-Raaphorst, A., Van Bakel, M., & de Vries, M. (2016). *Sporttoekomst verkenning*
- Voca. (1999). *Kwaliteit als hoeksteen in de zorg*
- Wentink, T. (2005). *Kwaliteitsmanagement, bedrijfsvoering en organisatieontwikkeling*. Utrecht: Lemma.
- Wilson, A., Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., Gremler, D.D. (2012) *Service marketing* (2nd European edition), Maidenhead, McGraw-Hill.

Bijlage 1: Aanbod groepslessen Kenamju

Aerobics

Aerobics is een vorm van lichaamsbeweging waarbij ritmische oefeningen gecombineerd worden met rekken en strekken en krachttraining. Het doel ervan is om meerdere elementen van fitness (krachttraining, flexibiliteit en coördinatie) te verbeteren.

Boksen

Boksen is een tactische vechtsport waarbij ringinzicht, de coördinatie van voeten, ogen en handen en conditie centraal staan. Twee tegenstanders proberen punten te scoren door elkaar op de juiste trefvlakken te raken.

Bootcamp

Werken aan je lichaam in de frisse buitenlucht. Deze training richt zich voornamelijk op het verbeteren van de conditie en het uithoudingsvermogen. Oefeningen als rennen, boxjumps op banken, traplopen of push ups komen allemaal voorbij.

Balance

Wil je een beetje van yoga, pilates en tai chi in één? Doe dan Balance. In de les streef je naar de optimale verbinding tussen lichaam en geest. Veel aandacht gaat uit naar het verbeteren van lichaamshouding en kracht van verschillende spiergroepen. Er wordt gewerkt aan een gecontroleerde ademhaling, concentratie, ontspanning en je zult ervaren dat spieren soepeler en steviger worden.

Brazilian dance

Deze les combineert eenvoudige danspassen met intensieve fitnessbewegingen. Tijdens deze les wordt er gedanst op swingende latin muziek.

Circuittraining

Circuittraining is een 'allround' fitnessprogramma, dat krachtoefeningen combineert met conditietraining.

Judo

Judo is een Japanse verdedigingssport. Judo is een sport voor jong en oud. Bij een judowedstrijd moet je de tegenstander met een worp, houdgreep, armklem of verwurging proberen te overwinnen. Judo en Kenamju zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Zowel op nationaal als internationaal niveau behaalt Kenamju al jaren geweldige resultaten.

Karate

Karate wordt beoefend als zelfverdedigingssport. Tijdens de karate les wordt er gewerkt aan kracht, lenigheid en uithoudingsvermogen maar ook aan snelheid en je reflexen. Door het leren en daarna trainen om jezelf te verdedigen is de eerste stap gezet. Daarna zal natuurlijk wel nog het nodige aan realisme moeten worden ingebracht en geoefend. Je zult niet veranderen in een onverslaanbare vechtmachine maar je kunt wel een stuk weerbaarder worden.

Kickboksen

Een energieke sport waarbij naast de vele stoottechnieken ook allerlei trappen aan bod komen. Bij Kenamju leer je beheerst met deze full-contact sport om te gaan. Een sport om veel te zweten, aan je conditie te werken en je op een juiste wijze te leren verdedigen.

Pilates

Pilates is een trainingsmethode voor het lichaam. Het uiteindelijke doel is het creëren van een evenwichtig spierensysteem. Overbelaste spieren worden ontlast en verwaarloosde spieren worden gereactiveerd. Deze training is gericht op uithoudingsvermogen, flexibiliteit, kracht, ademhaling en balans. Er wordt gewerkt met verschillende materialen waarbij grote en kleine spiergroepen worden geprikkeld.

Pump

Pilates Bij Pump ligt de nadruk op krachttraining en worden alle spieren getraind. De herhalingen zorgen ervoor dat alle spiergroepen even vaak worden getraind. Bij deze training bepaal je zelf het gewicht op je halter.

Shape

In deze les wordt cardio en krachttraining gecombineerd. De les bestaat uit twee onderdelen. Er kunnen (dans) oefeningen worden gedaan gericht op conditie en uithoudingsvermogen, afgewisseld met krachtoefeningen zoals dumbbels en halters.

Spinning

Spinning is een aerobicsles op een stationaire fiets. De spinningles is een workout waar de benen, billen en buik getraind worden.

TRX

TRX is een trainingsvorm waarbij gebruik wordt gemaakt van een band (de TRX suspension trainer) met twee handvatten. Doordat de TRX suspension trainer wordt opgehangen, kun je veel verschillende fitnessoefeningen uitvoeren waar het eigen lichaamsgewicht als weerstand fungeert. Alle spieren worden tijdens TRX getraind maar de focus tijdens deze les ligt voornamelijk op het centrum van het lichaam, de buik- en onderrugspieren.

Yoga

Kenamju biedt een dynamische vorm van yoga aan. De lessen bestaan uit verschillende yogahoudingen en ademhalingsoefeningen die zorgen voor een goede lichamelijk en geestelijke conditie. Zowel de spieren als de innerlijke kracht nemen toe en je wordt soepeler en leniger. Kenamju biedt verschillende soort yogalessen aan namelijk: Hatha Flow Yoga, Mindfulness Yoga, Critical Alignment Yoga, Yin Yoga en Power Yoga.

Bovengenoemde groepslessen vallen binnen het lidmaatschap dat de klant heeft afgesloten bij Kenamju. Er zijn echter 2 groepslessen die niet vallen binnen het huidige lidmaatschap. Dit is de les Strenght en condition en aquafit. Voor het volgen van de lessen Strenght en condition moet de klant een extra bedrag per maand betalen van €12,95 bovenop hun huidige lidmaatschap. Bij aquafit kan worden deelgenomen indien de klant een abonnement voor de wellness heeft afgesloten. De kosten voor dit wellness abonnement zijn € 17,50 per maand extra bovenop het huidige abonnement.

Indien wordt gekozen voor het wellness – abonnement kan de klant onbeperkt gebruik maken van het zwembad , de sauna en het Turks stoombad.

Strenght & Condition

Train meerdere basisbewegingsvormen en wordt een allround atleet waarbij kracht, lenigheid, snelheid en uithoudingsvermogen de kernpunten zijn. Er is veel aandacht voor het aanleren van de technische oefeningen en er is altijd een intensief gedeelte dat de work out of the day genoemd wordt.

De training is geschikt voor iedereen met een gemiddelde conditie. Vanwege de begeleiding en de kleine groepen is deze les niet inbegrepen in het standaard lidmaatschap.

Aquafit

Aquafit is een groepsles in het zwembad, op borsthoog water doe je verschillende oefeningen. Het water is je grootste weerstand maar ook materialen zoals dumbbells en beendrijvers worden gebruikt. De aqualessen zijn alleen toegankelijk voor leden met een wellness-upgrade of mensen die in behandeling zijn bij een Kenamju fysiotherapeut.

Bijlage 2: Topic Lijst interview

Allereerst nogmaals hartelijk bedankt dat u mee wilt werken aan dit onderzoek.

Ik ben Larissa en ben bezig met het schrijven van mijn scriptie voor mijn opleiding commerciële economie. Voor Kenamju ga ik onderzoeken hoe de leden de dienstverlening van Kenamju ervaren en hoe deze dienstverlening verbeterd kan worden.

Het doel van deze interviews is om erachter te komen hoe de organisatie scoort wat betreft de klanttevredenheid en hoe Kenamju zich in de toekomst kan verbeteren om de klanten tevreden te houden. De resultaten van deze interviews zullen gebruikt worden om in de toekomst de dienstverlening beter af te stemmen op de wensen en behoeftes van de klanten.

Het interview zal ongeveer 15 minuten duren. Alles wat u vertelt wordt vertrouwelijk behandeld. Ik wil vragen of het akkoord is dat het gesprek opgenomen wordt zodat ik nog beter kan concentreren op de vragen en antwoorden. De opname wordt alleen voor de uitwerking van het gesprek gebruikt en daarna vernietigd.

Heeft u nog vragen voordat we beginnen met het interview?

Algemeen

- Hoelang bent u al lid bij Kenamju?
- Hoe bent u bij Kenamju terechtgekomen?
- Op welke manier bent u op de hoogte gebracht van het bestaan van Kenamju?
- Wat was de voornaamste reden om voor een Kenamju te kiezen?
- Wat is de voornaamste reden/doel voor u om te sporten bij een sportschool?
- Op welke dagen/tijden sport u meestal? Doet u aan groepslessen of fitness of beide?

Dienstkwaliteit

Aanbod Groepslessen

- Wat vindt u van het aanbod van de groepslessen?
- Welke groepslessen volgt u zoal?
- Wat vindt u van de kwaliteit van de groepslessen?
- Wat zijn de positieve punten van de groepslessen?
- Zijn er dingen die veranderd moeten worden aan de groepslessen?

Aanbod Fitness (apparatuur)

- Wat vindt u van het aanbod van de fitness apparatuur? Mist u dingen?
- Wat zijn de positieve punten in de fitnesszaal?
- Zijn er dingen die veranderd moeten worden aan de fitness?

■ Algemeen rapportcijfer dienstkwaliteit

Prijskwaliteit

- Wat voor abonnement heeft u?
- Wat vindt u van de prijs/kwaliteit verhouding van het abonnement dat u heeft?
- Als de wellness goedkoper zou zijn, zou u dan wel deze extra optie erbij nemen? En zo ja, welke prijs zou u er dan voor willen betalen?
- Wat zou u anders willen zien / verbeterpunten?

■ Algemeen rapportcijfer tevredenheid prijs

Tot slot ga ik nog een paar vragen stellen over de servicekwaliteit.

Servicekwaliteit

- Hoe ervaart u het contact met de Kenamju instructeurs?
- Heeft u het gevoel altijd terecht te kunnen met een vraag/opmerking bij de medewerkers van Kenamju? Waarom wel/waarom niet
- Hoe ervaart u het contact met de Kenamju medewerkers? Waarom?
- Wordt u goed geholpen in de fitness?
- Heeft u het gevoel dat u terecht kan bij de medewerkers indien u een vraag/opmerking/klacht heeft?

■ Algemeen rapportcijfer tevredenheid Service

Tot slot wil ik u vragen of u een rapportcijfer zou kunnen geven voor de algemene tevredenheid over het bedrijf.

- Rapportcijfer algemene tevredenheid
- Welke veranderingen zou Kenamju moeten doen om een hogere klanttevredenheid te krijgen volgens u?
- Welke punten/aspecten dienen zeker mee te worden genomen in de aanbevelingen aan Kenamju?

Afsluiting

Heeft u tot slot nog aanvullende vragen/opmerkingen?

Hartelijk dank voor uw medewerking.

Bijlage 3: Verbatim diepte-interviews

Deze bijlage bevat de uitwerkingen van de afgenomen interviews onder de respondenten.

Verbatim: Respondent 1

Datum: 2 mei 2018

Locatie: Kenamju, Haarlem

Dagdeel/duur: Ochtend, 30 minuten

Geslacht: vrouw

Leeftijd: 38 jaar

Interviewer: Bedankt dat u mee wilt werken aan dit interview. Voordat ik met de vragen ga beginnen wil ik allereerst graag weten wat uw leeftijd is.

Respondent: Ja geen probleem zeg maar je hoor, ik ben 38 jaar.

Interviewer: bent u allang lid bij Kenamju?

Respondent: Ja sinds oh ehm ik weet het niet eens meer, wil je het precies weten?

Interviewer: nee hoor ongeveer mag ook

Respondent: okee nou nu ongeveer 3 of 4 jaar zoiets.

Interviewer: okee en weet u ook hoe u hier terecht bent gekomen?

Respondent: ja ik ben hier een beetje raar terecht gekomen, ik was eerst lid met een aantal vriendinnen bij Achmea heette dat toen, het heet nu iets van lifefit of fitland ofzo. En daar een vast groepje met een instructrice drie keer in de week bodypump deed. De instructrice ging toen weg bij Achmea en is hierheen gegaan en daarom zijn wij toen ook over gestapt.

Interviewer: oh okee grappig

Respondent: en toen twee maanden later is zij hier gestopt, dat is een beetje jammer. En nu wordt de les bodypump ook niet meer aangeboden

Interviewer: oh echt huh Kenamju biedt toch wel bodypump nog aan of heb ik het mis?

Respondent: oh zei ik bodypump, nee ik bedoel bodycombat. Dat deden we daar altijd en hier doe ik nu dus elke week bodypump les.

Interviewer: okee nou dat is vervelend inderdaad, maar toen het hier gestopt was heb je niet zoiets gehad van dan kan ik weer terug naar achmea (lifefit) overstappen

Respondent: nee want het was een hele schone sportschool en leuke lessen alleen de bodycombat vond ik echt de bom

interviewer: okee en hier bieden ze helemaal geen bodycombat meer aan he, en dat is wel iets wat u echt leuk vond **respondent:** ja zeker ik vind het heel jammer.

Interviewer; welke groepslessen doet u nu dan voornamelijk?

Respondent: ik doe hier nu altijd bodypump, is ook leuk hoor maar is toch niet zo leuk als een ander. Maar ik wil hier eigenlijk niet weg want het ik het hier heel erg naar mijn zin.

Interviewer: sport u op bepaalde tijden

Respondent: Altijd op de woensdag en vrijdagochtend, want het is zo makkelijk dat er opvang is voor de kindjes. Want ik merk nu met 2 kindjes dat het lastig is om s'avonds te sporten. Dus ik ben heel blij met de opvang hier. En met Carin vooral haha

Interviewer: En Hoe ervaart u de contact met de Kenamju instructeurs?

Respondent: 2 mensen zijn dat Linda op de woensdag en vanaf deze week ook op de vrijdag zij is heel leuk ze geeft hele goede lessen en goede instructies. En ze let ook op ieder individu en ze kent ook iedereen bij naam. Dat maakt het heel persoonlijk en dat vind ik heel erg fijn. En uhm.. dat vind ik dus heel leuk en soms is er een invaller en die zegt dan soms nog net hoe ze heet maar verder is er geen persoonlijk contact en dat mis ik dan wel en dat maakt de les ook wel leuk dat als je er een keer niet bent dat ze je missen. Ben je een tijdje ziek geweest zo iets

Interviewer: okee en zou u een rapportcijfer kunnen geven over de servicekwaliteit hier. U gaf al aan dat de kinderopvang dat u dat een plus punt vindt hier.

Respondent: ja dan wel een 8, alleen de ruimte is hier misschien niet zo ideaal en zou wel wat schoner kunnen, maar hoe de medewerkers het doen ben ik heel tevreden.

Interviewer: Doet u wel verder aan fitness of

Respondent: Niet meer, ik ben dan net 2 keer zwanger geweest en ik kan daardoor niet alles meer doen. Eerst deed ik heel fanatiek TRX, maar dat lukt nu eigenlijk niet meer. Dat vind ik ook heel erg leuk. Ook veel bootcamp lessen gevolgd bij Kenamju voor mijn zwangerschappen, op de zondagochtend maar dat doe ik eigenlijk ook niet meer, omdat ik niet precies weet of ik alle oefeningen wel goed kan doen en dat is soms wel lastig omdat sommige instructeurs het vervelend vinden als je anderen oefeningen gaat doen uhm... dusja dat maakt het soms wel lastig ik kan niet alles maar wil toch wel graag een groepsles doen.

Interviewer: ja dat is vooral lekker buiten

Respondenten: ja vooral met het mooie weer en ik deed ook aan sportkarate bij Renee, maar dat lukt nu eigenlijk niet meer met mijn lijf. En ja ik weet niet in hoeverre je de diepte in wil met dit interview

Interviewer: je mag alles vertellen hoor,

Respondenten; nou wat ik daar jammer aan vind, het is een beetje te fanatiek zeg maar. Ik ben dus lid van de sportschool dus ik betaal contributie, en voor sportkaraate had je ook extra dingen nodig zoals een pak en een bitje, en dat is okee maar ze willen natuurlijk ook omdat Kenamju een hele goede karate achtergrond heeft, dat je karate wat extra ondersteund door extra dingen te kopen bijvoorbeeld, of nouja geld te financieren en dat nouja daar heb ik verder niet echt iets mee.

Interviewer: nee dat snap ik, vragen ze dan dingen

Respondenten: ja je kan dan een tas kopen of gewoon geld doneren en dat deed ik dan wel soms een tas kopen of iets maar of het laatst werd dat een beetje teveel.

Interviewer: u had dus meer het gevoel omdat ze karate en kenamju hoog willen houden dat het een soort verplichting werd?

Respondenten: ja en ik snap het natuurlijk wel, want dat heb je natuurlijk bij een voetbalvereniging ook maar omdat ik dan hier al lid ben en dat sportkarate is gewoon voor mij hetzelfde als de bodypump les, gewoon een groepsles. En ik heb geen kinderen die karate doen en de meeste mensen in die groep wel dus die financieren ook gewoon hun eigen kinderen mee dus dan is het sowieso anders. En je moet ook voor sommige lessen als je een zwarte band wilt halen nog iets van 10 euro betalen per les.

Interviewer: okee dat wist ik niet

Respondent: Ja dat is jammer maar het waren super goede lessen van Renee maar wel de reden dat ik ermee gestopt ben wat wel erg jammer is. Maarja dat is gewoon iets wat geweest is in mijn leven dat heb ik afgesloten leuk dat ik het gedaan heb maar ik ga nu weer op zoek naar anderen dingen.

Interviewer: nouja even kijken verder want u maakt geen gebruik van de fitnes verder he zoals u al vertelt had net.

Respondent: nee dat klopt

Interviewer: Zou u een rapportcijfer kunnen geven voor de aangeboden dienst die ze hier hebben? U gaf al aan dat u alleen maar groepslessen volgt.

Respondent: Ja ik geef dat wel een 7. Ik vind het aanbod hier goed, hoewel wat ik al aangaf dat de lessen soms opeens naar een ander tijd gaan of vervallen vind ik wel een nadeel.

Interviewer: okee wat voor abonnement heeft u?

Respondent: uhm ik betaal 32,50 per maand ik weet niet wat dat is.

Interviewer: ja dat is een abonnement voor 24 maanden

Respondent: ja ik heb het een tijdje geleden omgezet, ik denk ik ben hier al een paar jaar lid dan kan ik beter een abonnement van 2 jaar doen.

Interviewer: okee dat is fijn om te horen en dan zou ik je willen vragen om een rapportcijfer te geven over het aanbod van Kenamju?

Respondent: uhm het aanbod van ehm... dat vind ik denk ik wel een 8. Wat ik alleen wel jammer vindt is dat er nu bijvoorbeeld verdwijnt vanaf deze week de shape lessen die gaat dan naar 10 uur. En ik denk dat die straks gaat verdwijnen want die groep die nu om 9 uur is gaat denk ik wat anders doen. En dan vind ik het wel jammer dat ze die mensen die vast komen dat ze die niet even vragen of wat meer erin betrekken. Het wordt zomaar opeens besloten en als lid kan je daar weinig aan doen. Er zit wel een gedachten achter dat snap ik wel.

Interviewer: maar er zijn wel meestal een vaste groep mensen of was het zo dat de lessen steeds meer leeg werden?

Respondent: ja er is een vaste groep eigenlijk bij de meeste groepslessen die ik ooit wel een paar keer heb gevolgd is dat zo.

Interviewer: is het eigenlijk druk in de groepslessen?

Respondent: uhm bodypump is echt heel druk, te druk eigenlijk. Ja dat vind ik dus wel vervelend, dat het zo ontzettend druk is dat je je kont niet kan keren. Vandaag was het super rustig omdat het vakantie is natuurlijk maar normaal gesproken niet.

Interviewer: ja want dat is in de zaal hierboven toch de grote zaal?

Respondent: ja klopt

Interviewer: okee dan de volgende reeks vragen hebben betrekking op de prijs van de dienstverlening. Wat vindt u van de prijs/kwaliteit verhouding

Interviewer: En als u een rapportcijfer zou moeten geven over de prijs/kwaliteit verhouding van het abonnement dat u heeft wat zou dat dan zijn?

Respondent: Ik vind de prijs prima, ik krijg er veel voor wat ik al aangaf bijvoorbeeld de kinderopvang zit erbij, alle groepslessen kan je volgen en ook nog fitnessen. Dus qua cijfer zit ik hierbij wel op een 7.

Interviewer: dan heb ik nu nog een paar stellingen die ik wil voorleggen, het kan zijn dat het bij u niet van toepassing is dan kun je dat ook aangeven. Stelling 1: komen de medewerkers hun afspraken na? Heeft u het gevoel dat u vragen kan melden ergens bijvoorbeeld over de groepslessen van ja het wordt zomaar van het rooster afgehaald? Zegt u dat tegen de instructeur van wat is de reden dat het van het rooster wordt afgehaald/verschoven.

Respondent: ja dat heb ik deze keer toevallig niet gedaan. Omdat ik nog niet zo heel lang de shape les toendertijd deed dus ik voelde mij daar niet zo betrokken bij. Maar voor de rest van de mensen is het wel vervelend

Maar ik had wel eerder een probleem met een instructeur, en dat heb ik toen ook gemeld.

Interviewer: okee en bij wie heeft u dat gemeld en is er toen wel iets mee gedaan?

Respondent: ja ik heb het eerst zelf bij de instructeur gemeld dat ik het een beetje rare les vond, toen was er niks mee gedaan want de weken daarna was het nog precies hetzelfde. Daarna heb ik het nog een keer gemeld en werd er weer niks mee gedaan en uiteindelijk heb ik het bij iemand anders gemeld, aan Bram geloof ik en toen is er wel wat mee gedaan.

Interviewer: dus uiteindelijk is het wel opgelost?

Respondent: ja gelukkig wel, maar soms wel eens lastig hoor dan denk ik waar kan ik het nou melden. Bijvoorbeeld de kluisjes doen het heel vaak niet en dan meld ik het wel bij de receptie en geef ik de nummers van de kluisjes door. En bijvoorbeeld dat de lessen zo vol zijn waar moet ik dat dan melden. Ik weet niet of daar dan iets mee gedaan wordt of dat er iemand voor is die dit soort klachten/opmerkingen oppakt en iets mee doet.

Interviewer: is het dan ook erg druk met kluisjes?

Respondent: ja dat zeker, dan heb ik net al mijn spullen erin gedaan en wil ik hem dichtdoen en dan kom ik erachter dat die stuk is.

Interviewer: oh dat is wel vervelend inderdaad. En zijn er ook te weinig kluisjes of komt dat doordat ze stuk zijn?

Respondent: kluisjes zijn er genoeg alleen omdat er een aantal stuk zijn zijn het er niet genoeg. Ik heb nu al twee keer meegemaakt dat ik mijn spullen mee naar boven moest nemen omdat de kluisjes stuk en de rest vol waren.

Interviewer: okee dat is vervelend inderdaad, maar wel hopelijk in de toekomst te voorkomen

Respondent: ja dat is zeker waar

Interviewer: en belt u wel eens met Kenamju?

Respondent: ja zeker voor de kinderopvang moet je de kinderen die komen opgeven en dan bel ik ze dat ik bijvoorbeeld woensdagochtend kom met 2 kinderen.

Interviewer: okee en hoe ervaart u zelf de verbinding? Wordt er snel opgenomen of moet u altijd wachten?

Respondent: ja de verbinding is niet heel erg goed, hoewel dat ook aan mijn telefoon kan liggen want als ik bel heb ik wel een aantal keer gehad dat ik een fax geluid hoorde zoiets.

Interviewer: en kijkt u vaak op de groepslessen

Respondent: ja af en toe als de groepslessen gewijzigd zijn of ik kijk hier bij de bar meestal even en maak ik een foto zodat ik altijd kan kijken hoelaat en wanneer welke groepslessen zijn.

Interviewer: okee dus u neemt niet het papieren rooster mee naar huis?

Respondent: nee dat vind ik zonde want dat beland toch gelijk in de prullenbak

Interviewer: en zou u bijvoorbeeld liever hebben dat het op een scherm komt te staan hier bij de receptie in plaats van op een uitgeprint papier?

Respondent: ja dat zou ook wel handig zijn maar papier vind ik ook prima.

Interviewer: zijn er verder op de website nog dingen die opvallen of wat verbeterd zou moeten worden?

Respondent: om heel eerlijk te zijn kijk ik niet zo vaak op de website eigenlijk nooit tenzij ik vergeet een foto te maken van de groepslessen dan kijk ik er wel eens op maar verder niet.

Interviewer: okee dat is fijn.

Interviewer: Dan wil ik tot slot nog vragen of u een rapportcijfer wilt geven over de algemene tevredenheid over Kenamju?

Respondent: uhm... ja dat is dan toch wel een 7 denk ik, er zijn wel dingen die niet aanbod zijn gekomen die ik wel had willen vertellen.

Interviewer: dat is mooi want dat is ook mijn allerlaatste vraag: welke aspecten / punten zouden echt veranderd moeten worden

Respondent: uhm nou met je fiets hier vindt ik lastig om mijn fiets kwijt te kunnen. Toen had ik hem in het fietsenrek gezet en toen hebben de auto's hem helemaal ingeparkeerd waardoor ik er met mijn fiets niet meer uit kon. Ik zal het wel even laten zien want ik heb er een foto van gemaakt. Respondent laat foto zien.

Interviewer: ohja dat is aan de straat kan hierzo, en heeft u het gevoel dat deze auto's afkomstig zijn van mensen die hier sporten of dat het van het bedrijf hier tegenover komt?

Respondent: ja ik denk toch ook wel een deel de sporters zelf die de auto hier neerzetten aangezien er voor auto's niet genoeg parkeergelegenheid is op het parkeerterrein dus daarom zetten ze hem hier neer.

Respondent: ook vind ik trouwens de kleedkamers heel klein, te klein eigenlijk. En dat was dus bij de vorige sportschool echt veel beter. Vooral als er een les is afgelopen dan komen er 24 mensen opeens binnen hoewel niet iedereen naar de kleedkamer gaat zijn er toch ongeveer wel 20 mensen aanwezig terwijl. Ik wil altijd even douchen en ik moet soms wachten omdat ik er gewoon niet bij kan. En de ruimte die je hebt om je jas kwijt te kunnen met name in de winter ja er is niet genoeg plek gewoon.

Ondanks dat ze 2 kleedkamers hebben. Dat vind ik wel vervelend. De douches zijn wel heel erg koud en als je dan twee douches aanzet wordt ie wel warmer maar dat vind ik dan weer zonde van het water dus dat doe ik vaak niet want ik let toch wel heel erg op de energie die het kost en het water verbruik. En in de extra kleedkamer zijn de douches echt helemaal gewoon koud. Ik ben ook wel een koud kleun hoor. Ik ben misschien een zeur hoor.

Interviewer: nee hoor dit is juist precies de reden voor dit onderzoek, wij willen graag de ervaringen van de klanten weten en welke dingen in de toekomst kunnen worden verbeterd.

Respondent: okee en er is net ene nieuwe bodypump les uit en dan is de relise en nieuwe oefeningen en dan heb je heel veel gewichten nodig en dan kom je dus wel eens bij de les ik ben meestal net te laat, dan zijn de gewichten op omdat je bij deze heel veel gewichten nodig heeft. Je kan wel van elkaar lenen maar dat zorgt wel voor irritatie. De een doet wel zwaarder dan de ander maar toch.

Interviewer: okee want iedereen kan zelf aangeven hoeveel gewicht ze willen ofzo

Respondent: ja klopt dus de een traint zwaarder dan de ander maar alsnog zijn alle gewichten op. En ik heb ook een tijdje meegedaan met de spinning lessen en daar viel op dat de fietsen stuk waren en dat het heel lang duurde voor deze fietsen gemaakt werden. Dat maakt voor mij toch echt wel dat ik minder naar zo'n les ga, de vaste mensen die daar komen weten precies welke fietsen ze moeten pakken, die niet kapot zijn zeg maar, maar ik die af en toe mee doe weet dat niet en dat zorgt wel voor de nodige irritatie als mijn fiets het niet goed doet tijdens zo'n les. En dan heb je hem net goed ingesteld en dan blijkt het stuur het bijvoorbeeld niet te doen en dan moet je weer naar een andere fiets verhuizen. Dat zijn de ergernissen van de sportschool een beetje haha

Interviewer: okee bedankt voor uw medewerking, hebben uw kinderen hier trouwens ook gezwommen of dat niet?

Respondent: nee ik heb 1 keer ouder en kind zwemmen meegedaan en dat vond ik in verhouding met de gewoon vrij zwemmen erg duur daarom zwem ik nu tegenwoordig af en toe met de kinderen gewoon in een openbaar zwembad. Hoewel ik moet toegeven dat ik niet zo'n zwem type ben hoor.

Interviewer: okee en voor de zwemles zijn ze nog te jong neem ik aan?

Respondent: ja de oudste is nu 3 jaar maar gaat als hij 4 is wel op zwemles.

Interviewer: okee en gaat u dat dan hier volgen of ergens anders?

Respondent: nee ik denk dat ik dat wel hier ga doen want dan kan ik ondertussen ook lekker sporten dus dat is mooi meegenomen.

Interviewer: ja dat is zeker waar. Bedankt nogmaals voor je medewerking.

Respondent: tuurlijk geen probleem, ik hoop dat je er wat aan hebt.

Verbatim respondent 2

Datum: 5 mei 2018

Locatie: Kenamju, Haarlem

Dagdeel/duur: Ochtend, 44 minuten

Geslacht: vrouw

Leeftijd: 55 jaar

Interviewer: Fijn dat u even tijd wilde vrij maken om dit interview te doen. Ik had gehoord dat u van iemand anders had gehoord dat Kenamju ermee bezig was?

Respondent: ja ik hoorde in de kleedkamer dat iemand een interview had gedaan over de klanttevredenheid hier en dacht oh dat is leuk daar wil ik wel aan meedoen dus zodoende.

Interviewer: oh okee grappig, en heel fijn dat u mee wilt werken. Het gesprek wordt opgenomen heeft u daar bezwaar tegen? Dit is alleen voor mijzelf om het uiteindelijk op papier te zetten en daarna wordt het gesprek verwijderd. Verder komt u niet met naam in het interview en zal u dus anoniem blijft.

Respondent: nee dat is prima hoor.

Interviewer: okee dan gaan we nu beginnen met een paar algemene vragen over de sportschool.

Respondent: okee brand maar los

Interviewer: weet u hoelang u al lid van Kenamju?

Respondent: ongeveer ehm dat weten ik even niet meer. ik sporten hiervoor bij Pouw sport en dat was toen weer overgenomen door een ander bedrijf. Het was in een kerk daar, ik heb daar heel lang gesport en uhm nouja door de overnamen steeds en prijzen veranderde zonder dat ik daar bericht van kreeg en toen een paar keer geklaagt en toen had ik zoiets van ik ga op zoek naar een andere sportschool.

Interviewer: hoe bent u gaan zoeken naar een andere sportschool?

Respondent: dat is een goede vraag

Interviewer: of had u al via iemand anders van Kenamju gehoord

Respondent: Welk jaar zijn ze hier begonnen in dit pand.

Interviewer: in 2013.

Respondent: ja dan ben ik sinds 2013 overgestapt want ik heb nooit in de oude locatie gesport. en misschien via facebook of iets anders in een krantje en toen heb ik een proefles genomen volgens mij bij martijn, die hier nu nog rondloopt. Toen heb ik in de fitness rondgelopen en ik hou dus niet van fitness , toch nog wel een tijdje gedaan en toen ben ik toch alleen maar groepslessen gaan doen.

Interviewer: Okee dus helemaal geen fitness meer?

Respondent: nee

Interviewer: okee en welke groepslessen doet u?

Respondent: ik doe de shape les , en uhm ik probeer op dinsdagavond om 18.00 uur te komen. En anders vrijdagochtend om 09.00 uur. Maar die is nu helaas weggevallen. Ja daar baal ik enorm van, ik ben echt heel erg gewend om op vrijdagochtend te sporten. Ik heb wel eens een andere les gevolgd en gisteren ben ik bij de dojo les geweest voor crossfit voor het eerst. Er zijn nu namelijk 4 lessen op vrijdagochtend om 09.00 uur, poweryoga zou een keer leuk kunnen zijn maar is niet echt wat ik zoek in een sport, en uhm dan hebben ze crossfit en pump maar dat is voor mij , dat is alleen kracht en dat is niet wat ik zoek.

Interviewer: oh dat doet u niet

Respondent: nee ik heb het wel eens gedaan hoor ben wel eens bij een pumples geweest, om te onderzoek of dit wat is en ik weet dat die lessen heel erg populair zijn en dat dat de reden is waarom de shape les naar 10.00 uur is verplaats op vrijdagochtend en de pumples naar 09.00 uur. Maar uhm ja ik heb dan zoiets waarom zet je dat dan niet om 10.00 uur als het zo populair is.

Interviewer: maar is dat wel gecommuniceerd verder ?

Respondent: het is eehhh een mail over geweest maar die heeft mij niet bereikt, het heeft op facebook gedaan en de instructrice heeft het vermeld in de les maar pas eigenlijk nadat zij eigenlijk ook verrast was. En zij is er ook niet blij mee. Ik heb niet de indruk dat het in overleg is gegaan in elk geval.

Interviewer: nouja dat is wel belangrijk denk ik toch.

Respondent: ja dat vind ik wel, kijk ik snap de economische redenen van een bedrijf, als je ziet de de pumplessen heel populair zijn en dat je daarvan meer lessen wilt aanbieden maar als dat er aan de andere kant voor zorgt dat je dan anderen mensen minder tevreden of ontevreden houdt.

Interviewer: want het is nu verschoven naar 10.00 uur in plaats van 09.00 uur en was het altijd druk in de shape lessen?

Respondent: uhm we hadden zeker meer dan 10 mensen. Eigenlijk een vast clubje je merkt dat dat nu ook uit elkaar valt, en dat vind ik ook jammer.

Interviewer: want de shape les is alleen op vrijdag?

Respondent: nee hoor er zijn meer shape lessen, alleen wat je niet ziet in het rooster is welke instructeur de les geeft en daardoor is niet elke les hetzelfde. En de 09.00 uur les toen ik hier kwam werd gegeven door Bas, dat was echt zweten. En uhm daar hou ik van. Ik vind het leuk om pasjes en oefeningen te doen maar ik wil wel het gevoel hebben dat ik was gedaan heb. Ik ben astmatische en daardoor sport ik ook want dan hou ik mijn longen gezond. Maar dan niet alleen maar om aan gewichten te trekken want dan doe ik niks aan mijn longen. Kijk pump is ook heel statisch, daarom was ik benieuwd of die crossfit die ik dan gisteren heb gedaan of dat nou, is dat wat meer cardio.

Interviewer: en was dat zo of?

Respondent: ja wel iets meer cardio dan de pump lessen maar ik sport dan met een sporthorloge dan kan ik precies mijn hartslag zien en welke conditie zones ik gesport heb en dan zie ik gewoon dat ik geen piek belasting en geen snelheid af en toe was snelheid maar heel veel in de fat-burn.

Interviewer: ja en dat is dan minder dan de shape lessen die u altijd volgt?

Respondent: ja die shape les die ik op vrijdagochtend altijd volg

Interviewer: ja want dat verschilt dan ook per instructeur of de les voldoet aan alle dingen die u wilt bereiken door middel van uw sporthorloge?

Respondent: ja want om die reden ga ik naar dinsdagavond en dat is echt een andere les. En ik denk dat ze destijds toen Bas wegging dat ze express een instructeur hebben gekozen omdat die groep toen ook gewend was.

Interviewer: en dat is nu dus Lotte die dat geeft?

Respondent: ja ze is dan een tijdje met zwangerschapsverlof geweest en toen kregen we steeds anderen maar okee we wisten dat ze weer terug zou komen dus toen dachten we okee, maar wat je nu merkt is dat ehm, wat Lotte heel goed deed en dat mis ik wel eens bij andere instructeurs. Wie is hier nieuw, dit is een shape les maar hou er rekening mee er zitten veel sport gerelateerde oefeningen bij zoals springen, maar let erop je kan het allemaal op je eigen niveau doen. Maar dan geef ik een alternatief aan. En dat is natuurlijk wel heel belangrijk en daardoor had je in die les wel verschillende niveaus had van mensen die wel sprongen en niet sprongen zodat iedereen op zijn eigen niveau toch kon meedoen. Ik vind dat ze dat heel goed doet,

Interviewer: ja Lotte doet het nog steeds toch maar dan om 10.00 uur

Respondent: ja nog steeds inderdaad en ik merkte wel dat toen in de Dojo daar circuittraining begon dat er mensen overstapten naar die groepsles. En dan denk ik ja dat is dan wel een lastige concurrentie die je daar op dat uur neerzet. Maar we hadden nog steeds ruim 10 mensen die er op dat uur stonden, en dan denk ik is dat dan het argument waarom je die Shape les naar 10.00 uur wordt verplaatst. Nee vind ik niet.

Interviewer: nee ik weet ook de reden niet

Respondent: nee dat maakt ook niet uit maar al pratende kom je er wel achter wat mijn motivatie is om hier te sporten en uhm en dat dus. Ik ga nu kijken naar de crossfit of dat was is maar er zit een duidelijk verschil in helaas.

Interviewer: ja inderdaad, maar er zijn geen andere lessen die ook aan uw verwachtingen voldoen?

Respondent: ja ik zoek wel andere Shape lessen, maar die zijn toch net iets minder. En ehm ja weet je ik denk dat als er heel veel mensen zijn die pump doen maar zorg dat je wel een diversiteit in je aanbod houdt. In het begin stond er nog wel vermeld welke instructeurs welke lessen gaven maar er zal een reden zijn geweest waarom ze daar mee gestopt zijn. Maar nu niet meer. Dan stond er achter de lessen wie die les op dat moment gaf. En dat stond er heel duidelijk bij waardoor je ook nog kon kiezen van okee ik kies bewust voor die les of die les.

Interviewer: want u sport 2 keer in de week?

Respondent: ja 2 keer in de week bij Kenamju en verder nog hardlopen. En ik ga ook niet naar de sauna of het zwembad, nee daar neem ik niet de moeite nog voor en de tijd ook niet haha.

Interviewer: En zou u een rapportcijfer kunnen geven over het aanbod van Kenamju? Dus de groepslessen in uw geval.

Respondent: Tja even denken want eerst was dat toch wel een dikke 8 hoewel ik het dus de laatste tijd minder vindt worden vanwege de verschuiving van de lessen dus nu zit ik op een 6.5.

Interviewer: Maarja lekker sporten is ook goed toch

Respondent: Ik moet wel zeggen ik vind mensen zijn heel vriendelijk hier en je wordt gegroet wat dat betreft vind ik sfeer heel fijn en tis schoon en fijn. En als je iets aangeeft van het is kapot of iets vies dan wordt daar wel op geacteerd. Boven in de zaal waar shape wordt gegeven is het wel heel lang heel

warm geweest. Ramen open en ramen dicht maar goed het is opgelost. Er hangt nu wel een airco en ik vind het te doen.

Interviewer: En gaat u na de shape lessen ook altijd naar de kleedkamers en maakt u gebruik van de douches of gaat u gelijk naar huis?

Respondent: soms wel soms niet, omdat ik zo dichtbij woon eigenlijk alleen als ik daarna niet naar huis ga. Maar op vrijdagochtend ga ik altijd naar huis en op dinsdagochtend niet want dan heb ik nog anderen dingen te doen en dan douche ik even snel en dat is prima.

Interviewer: En is het als de les is afgelopen dan niet heel erg druk?

Respondent: ja soms wel, maar in de douche nooit heel erg druk de meeste mensen gaan wel naar huis is mijn indruk in elk geval. Wat ik weet is dat er hier nog een kleedkamer is, en dan denk ik ja ik zou daarheen kunnen gaan want dat is rustiger maar meestal doe ik dat niet omdat ik automatisch naar de andere kleedkamer loop. Ik heb wel altijd zoiets van als ik maar wel een locker vindt. Want dat is soms wel een gedoe, er zijn er een aantal kapot en als het zo druk is dan moet je echt gaan kijken werkt deze locker want dan heb je alle spullen erin gedaan en dan kom je erachter dat die kapot is en dan moet je weer een ander zoeken en dan moet je nog opschieten voor de les anders ben je te laat.

Interviewer: en heeft u het gevoel dat als er iets is heeft u dat gemeld aan iemand?

Respondent: ja ik heb een mail gestuurd en daarop is wel gereageerd en dat vond ik heel netjes, weet je dat is verder prima opgevolgd het is alleen niet opgelost hahaha

Interviewer: nouja dat is natuurlijk denk ik wel belangrijk voor u?

Respondent: ja als je denkt dat je met je eigen argumenten dan is het voors en tegens. En als het tegenargument is dat er een extra pumples komt omdat deze zo populair is en als de spinning les weggaat komt omdat mensen nu buiten gaan fietsen dus die komen ook onvoldoende vol dus ik snap de redenatie wel.

Interviewer: maar zijn alle zalen nu vol om 09,00 uur vrijdagochtend?

Respondent: ja want de Dojo zaal is nu op vrijdagochtend bezet en de pump zit dan in de zaal waar anders de shape was en de yoga zaal waar yoga wordt gegeven en volgens mij is er nu in die andere zaal ook een bokszaktraining. Wel bijgekomen die was er eerst niet dus er zijn nu 4 lessen. Want ik zei toen ook nog waarom doe je dan tegelijkertijd de pump en de shape. Alleen liggen er van die matten in de bokszaal en die moeten ze dan weghalen en dat is best een klus dus dat vraagt tijd en vraag je dat aan je leden of zorg je dat dat van te voren geregeld is maar dan moet je daar wel weer meer mensen voor hebben. En dat kost ook weer extra geld.

Interviewer: want dan zou de shape les wel door kunnen gaan?

Respondent: ja dus dan zou die shape les naar de andere zaal kunnen verhuizen alleen dan zitten ze met die matten. Maar als je daar op wilt lopen dan is dat niet handig dus daarom moeten ze weg.

Interviewer: okee nee moet het even helder hebben dus op dit moment zijn er geen zalen meer beschikbaar

Respondent: nee want ze hebben nu een boksworkout training erin gedaan. Ik merk dan een beetje dat je een zaak draaiende moet houden maar wordt het nu zo'n eenheidsworst van zorg ik ervoor dat omdat het zo populair wordt of zorg ik ervoor dat de anderen populatie ook tevreden hou. Die ook

andere lessen willen volgen. En ik vroeg ook van na de zomer kom de shape les dan weer terug gewoon om 09.00 uur. Maar dat kan ik niet toezeggen zeiden ze. Maar ik merk wel dat dat voor mij wel van een soort, als er om 09.00 uur echt geen les is waar ik dat uithaal wat ik zoek dat dat een reden zou gaan worden om naar een andere sportschool ga kijken waar ze wel zo'n les op dat tijdstip kunnen aanbieden.

Interviewer: ja want zo'n shape les heb je bij meerdere sportscholen neem ik aan?

Respondent: ja maar dan ga ik wel even onderzoeken wat voor soort shape les het is. want ik begreep van Lotte dat dit Body attack eigenlijk is wat ze geeft maar die wordt onder licentie gegeven en daarom noemen ze het shape les omdat ze geen licentie ervoor hebben.

Interviewer: dus het is een body attack les?

Respondent: ja klopt, google maar eens op body attack het is volgens mij overgekomen uit Amerika. Het is heel erg met sport gerelateerde oefeningen, alsof je een basket gooit en schaats bewegingen dat soort dingen.

Interviewer: ja dus dat zou wel echt een reden voor u zijn om naar een andere sportschool te gaan?

Respondent: ja en dat miste ik ook wel in de dojo zaal en daar hangt geen spiegel en dat vond ik ook minder prettig want zo kan je jezelf niet corrigeren want een instructeur kan niet iedereen constant in de gaten houden. En ik vind het fijn om mijzelf te corrigeren.

Interviewer: En hoe ervaart u de drukte rondom de groepslessen? u gaf al aan dat u de shape lessen niet al te druk vond?

Respondent: ja mijn man sport hier ook en ik hoor wel regelmatig, die doet aan spinning, dat hij te laat was en zij oh ja de kaartjes waren op dus ik moest een anderen les volgen. En uhm ik hoorde ook verhalen in de kleedkamer dat die pumplesses snel vollopen en als je dan te laat bent ook geen kaartje hebt en van crossfit hoorde ik dat ook. Dus vandaar dat ik gisteren dacht van ik moet op tijd zijn anders ben ik te laat want dan beland ik toch weer bij de bodypump of yoga. Want de bokszak workout trekt mij niet heel erg hahaha.

Interviewer: en komt u hier altijd heen op de fiets of?

Respondent: ja ik kom met de auto, dinsdag kom ik altijd vanuit mijn werk bij schiphol hierheen en dan parkeer ik hier en bijna altijd heb ik wel een plekje en anders zet ik mijn parkmobile aan.

Interviewer: ja wat ervaart u dat als storend dat er niet genoeg parkeerplekken zijn?

Respondent: nee nouja dat is een keuze van mij geweest ik weet dat de sportschool midden in het centrum zit en meestal heb ik wel een plekje met de auto. Het is voor mij niet een reden om niet te gaan. Maar ik kan mij voorstellen dat mensen die denken ik betaal mijn maandabonnement en ik kies ervoor om op dat uur te sporten na mijn werk dus dan ga ik ook op tijd weg bij mijn werk om dan te kunnen sporten.

Interviewer: wat vind u van het aanbod van de groepslessen?

Respondent: nouja wat ik zei opzich goed zolang er ook maar de shape les met cardio blijven komen en niet teveel lessen die op pure kracht zijn gericht. En yoga is heel goed dat heb ik jaren gedaan en doe ik nu voor mijzelf thuis dus dat zoek ik hier niet. En ik kan mij voorstellen dat er nog andere vormen van lessen te bedenken zijn. Volgens mij is er ook wel een conditie training maar op heel

weinig uren. Als het nou een conditietraining zou zijn die mij hetzelfde zou geven als de shape les en kracht en cardio dus dan zou dat voor mij wel een alternatief zijn voor de shape les. Senioren fit vind ik nog een stap te ver hahahaha.

Interviewer: nee dat begrijp ik dat is nog lang niet voor u toch.

Respondenten: nee maar de conditietraining is echt op uren dat ik niet kan dus dat valt al af. En ik zag ook dat ze voor de zomer een bootcamp buiten doen dus ik dacht dat kan ook nog leuk zijn voor in de zomer dan. Maarja dat moeten we nog maar even bekijken. En dan hopen dat de shape les weer naar 09.00 uur gaat na de zomer.

Interviewer: nouja de drukte tijdens de groepslessen heeft u natuurlijk al gezegd net

Respondent: nouja dat wisselt dus heel erg per les.

Interviewer: en u was gisteren bij de crossfit? En hoe was het daar?

Respondent: ja bij crossfit die was wel redelijk druk, eigenlijk te druk. Het is een hele grote zaal er kunnen veel mensen in maar we stonden er wel ruim met 30 man. Het past wel maar als je dan vraagt heb je het gevoel dat je individuele aandacht hebt gekregen nou nee, en dat mis is dan. Dat is heel persoonlijk maar ik vind het heel belangrijk dat er gecontroleerd wordt dat ik geen blessure oploop. Inmiddels weet ik zelf wel heel veel dat wel maar dat is voor mij wel een onderscheidend iets in een sportschool als er instructeurs zijn die er aandacht voor hebben of als ze gewoon daar staan om hun lesje te draaien.

Interviewer: okee en dat is in de shape les wel?

Respondent: ja dat zeker in de shape lessen wordt daar heel keurig opgelet. En ook bij de shape les van dinsdag. En dat is voor mij echt een kritisch iets waar ik op beoordeel of ik lessen goed vind en dus ook of ik een sportschool goed vindt.

Interviewer: okee , heeft u het gevoel dat u altijd terecht kan als er een probleem of klacht zich voordoet?

Respondent: ja absoluut

Interviewer: Wat voor abonnement heeft u?

Respondent: ik heb een abonnement voor 24 maanden ik betaal geloof ik iets van €32 per maand.

Interviewer: Wat vindt u van de prijs/kwaliteit verhouding? Zou u een rapportcijfer daarvoor kunnen geven?

Respondent: Op zich prima gewoon, het is niet heel goedkoop maar ook niet heel duur dus in dat opzicht zal ik zeggen een 7.

Interviewer: zou u een rapportcijfer kunnen geven aan de algemene klanttevredenheid van de sportschool?

Respondent: een 7

Interviewer: en waarom een 7?

Respondent; het was een 8 maar door wat er nu met de les gebeurd zakt het naar een 7 en ik merk weet je, ik geef mijzelf de tijd om deze zomer te kijken vind ik daar mijn weg weer in zodat ik wel tevreden ben en anders ga ik weg niet omdat ik het opeens niet meer fijn vind maar omdat het niet meer biedt wat ik zoek. Maar verder vind ik het een prima sportschool en zou het zeker ook aanbevelen . heb ik

zelf al gedaan met een aantal mensen het is alleen meer dat dat wat je zelf zoekt opeens verandert. Het aanbod verandert. Maar niet in de klantenservice.

Interviewer: ja want u gaf al zelf aan ik vind het schoon in de kleedkamer, ze helpen mij altijd vriendelijke en beleefd, alleen de kluisjes dan?

Respondent: ja dat heb ik ook aangegeven. En ik vind de sfeer prima.

Interviewer: En als u een rapportcijfer zou moeten geven voor de servicekwaliteit hier? Zoals de beleefheid van het personeel, of ze uw vragen goed beantwoorden of dat u met problemen naar ze toe kan, wat zou dat voor cijfer zijn?

Respondent: Nouja wat ik inderdaad al zij ik vind dat er veel veranderd de afgelopen maanden alleen de klantenservice die ze bieden niet. Dus dat cijfer blijft zeker een 7,5 staan.

Interviewer: Als allerlaatste vraag welk punt vind u het belangrijkste wat er zeker in de aanbeveling zou moeten worden meegenomen voor het bedrijf?

Respondent: ik denk dat het heel goed is dat jij deze interviews doet, ook om zeg maar meer balans te hebben in de klanten wensen en ook het feit omdat je natuurlijk een winstgevend bedrijf moet hebben dat de balans daarin moet blijven. En ik denk dat dat belangrijk is omdat aan je klanten te laten zien dat je daar bewust mee bezig bent. Wat is jouw idee daarover, volgens mij is er aardig wat concurrentie in de sportwereld.

Interviewer: ja klopt de fitness branche is nog steeds groeiende en er openen nog steeds nieuwe sportscholen zich in Haarlem

Respondent: ja ik denk dat je jezelf als sportschool toch moet onderscheiden van de concurrentie en dat is vaak lastig.

Interviewer: ja daar ben ik het zeker mee eens. Ik wil u bedanken voor uw medewerking aan het interview.

Respondent: Geen probleem ik hoop dat je er wat aan hebt gehad.

Verbatim respondent 3

Datum: 7 mei 2018

Locatie: Kenamju, Haarlem

Dagdeel/duur: Middag, 19 minuten

Geslacht: man

Leeftijd: 58 jaar

Interviewer: Bedankt dat u even tijd wilde vrijmaken voor dit interview. Ik zal allereerst even wat vertellen waar ik mee bezig ben en wat ik doe. Ik ben op dit moment bezig met de opleiding Comemrciele Economie en voor deze opleiding ben ik nu bezig om een klanttevredenheidsonderzoek voor Kenamju te doen. Met dit onderzoek willen we kijken wat de wensen en behoeften van de leden en welke dingen er verandert kunnen worden aan de dienstverlening. Het interview wordt opgenomen indien u daar geen bezwaar tegen heeft? Het wordt alleen gebruikt voor de uitwerking van dit interview en daarna wordt het verwijderd. Heeft u daar problemen mee?

Respondent: Nee hoor absoluut niet

Interviewer: Okee dan gaan we beginnen met een paar algemene vragen. U bent al heel lang lid vertelde u net, hoelang bent u al lid ?

Respondent: vanaf de opening

Interviewer: Vanaf de opening van deze locatie of heeft u ook nog gesport bij de andere locatie?

Respondent: oh nee nee nee, bij de gedempte oude gracht heb ik ook al gesport.

Interviewer: Okee dus al vanaf het moment dat ze daar geopend zijn?

Respondent: Nee ik denk een jaartje of 8 dus niet vanaf het begin.

Interviewer: okee en weet u ook toevallig hoe u terecht bent gekomen bij Kenamju? Heeft u bewust hiervoor gekozen

Respondent: Nee via via, een goede kennis van mij sporten hier al. Toen ik gestopt ben met werken en toen zij iemand tegen mij je bent nu gestopt met werken en je moet uit die stoel komen en gaan sporten.

Interviewer: okee dus toen ben u gestart in het oude pand van Kenamju aan de gedempte oude gracht.

Respondent: ja en ben dus begonnen niet omdat het heel leuk is hoor sporten.

Interviewer: Oh ehm en sport u veel?

Respondent: ja 3-4 keer in de week

Interviewer: en doet u alleen fitness of ook groepslessen?

Respondent: 2 keer in de week personal trainer en verder zelfstandig **Interviewer:**
in de fitness dus alleen?

Respondent: ja

Interviewer: en sinds ze hierheen zijn verhuist, wat is uw algemene indruk ten opzichte van de vorige locatie.

Respondent: ehm , qua locatie is het een absolute verbetering qua mogelijkheden. Qua ruimte en qua licht. Het is gewoon nu een professioneel bedrijf geworden.

Interviewer: dat was daar toen minder?

Respondent: dat was daar meer een familie gebeuren, was kleinschaliger

Interviewer: en vind u dat jammer dat het familie gebeuren en hier een beetje vanaf is zoals u zei?

Respondent: uhm., nee ik heb hier niet meer het familie gebeuren het is dat het personeel (de jongens) kan ik het bijna allemaal heel goed mee vinden, en dergelijke maar verder vind ik het ja je kan er ook niet onderuit he dat je commercieel gaat worden en geld wil verdienen maar daarmee is de vriendelijkheid en alles wel verandert.

Interviewer: U gaf net al aan dat u alleen maar aan fitness doet en geen groepslessen. wat vindt u van het aanbod van het fitness?

Respondent: ik heb de mazzel dat ik altijd overdag kan, ehm dus dan is het over het algemeen wel rustig. Ik vind wel dat de organisatie ehm, meer op moet letten of dat ze meer ehm, als er fouten, het gebeurt regelmatig, dat apparatuur bezet wordt gehouden door groepjes jongeren of mensen die op hun telefoon zitten te kijken en dan het apparaat bezet houden en dan denk ik, vind ik, ik heb het wel eens eerder gehoord, dat diegene die dan door de zaal lopen dat ze hun mond open moeten trekken, want ehm je hoeft niet al die apparaten bezet te houden. Hoe ze dat moeten communiceren dat is aan hun, wat dat betreft vind ik diegene die hier rondlopen moeten misschien eens een keer een opleiding volgen hoe ze de klanten moeten benaderen.

Interviewer: ja want houdt u er zelf van om af en toe een praatje te maken met diegene die rondlopen in de fitness of wilt u dat juist niet?

Respondent: nee ik ken ze nu al zolang en ik lul wel met ze, maar ik vind dat ze ehm ook als het een professioneel bedrijf is wat ze uitstralen moeten ze dat ook in de fitnesszaal doen. Dus op het gebied van toestellen en mobiel kijken waardoor je toch een toestel bezet houdt, kleding, mobiel en niet bellen.

Interviewer: en met kleding bedoelt u?

Respondent: nou ehm geloof dat er bepaalde shirts die niet gedragen mogen worden en het is aan de jongens die hier in dienst zijn dat daarop gelet wordt. En dat gebeurt zelden tot nooit.

Interviewer: en het is ook de bedoeling volgens mij dat de apparaten schoon worden gemaakt na gebruik, hoe is uw ervaring daarmee?

Respondent: nee dat gebeurt niet, maar dat doe ik zelf ook niet hoor.

Interviewer: okee dat is dus niet een punt dat u denkt dat vind ik vervelend?

Respondent: nouja het gaat toch niet werken. Kijk bij de fietsen, en de loopband en cross trainer. Wordt het wel schoongemaakt door de gebruikers maar de andere apparaten niet. Ik weet niet hoe de staat van de hygiene hier is

Interviewer: twijfelt u wel eens aan de hygiene hier?

Respondent: nouja ik heb sterke twijfel aan de hygiene over het algemeen. Dat geldt zowel voor de kleedkamers als voor de zalen. Want over het algemeen moeten de jongens dat schoonmaken, achter die kar. Het zijn geen professionele schoonmakers, ze hebben er een spuughekel aan, zou ik ook hebben. Dan weet je zelf al hoe het eraan toegaat.

Interviewer: en qua drukte in de kleedkamer

Respondent: nee dat is prima, maar ook daar maken de jongens de kleedkamers schoon, ja het is niet hun hobby die gaan niet op hun knieën. En ik vind dat ook als professionele organisatie ga daar niet op bezuinigen dat is je uitstraling.

Interviewer: Zou u een rapportcijfer kunnen geven over het aanbod van de dienstverlening van Kenamju?

Respondent: nou qua aanbod vind ik het prima, alles wat je verwacht van een sportschool is aanwezig. Dus ik zou dat een 7 geven.

Interviewer: okee en hoe ervaart u het contact met de Kenamju medewerkers? U gaf al aan dat u de jongens al lang kende?

Respondent: goed

Interviewer: en u heeft wel het gevoel dat als u een klacht of probleem heeft dat u dan bij iemand terecht kan?

Respondent: nee ik stap zelf wel naar iemand toe die ik dan ken. Of er wat mee gedaan wordt dat betwijfel ik.

Interviewer: en weet u daar een voorbeeld van wat u onlangs toevallig heeft gedaan?

Respondent: ehm... even denken hoor, kom ik nu even niet in mij op. Eh eh jawel. Maar dat is algemeen de profesionaliteit van de boys en dames in de zaal. Dat heb ik al heel vaak aangekaart en dat geldt ook voor de ehm stagiaires die daar rondlopen.

Interviewer: en wat zou u daar verandert aan willen zien

Respondent: nouja kijk alle sportsscholen en ook Kenamju, die heeft een uitstraling wat ze zeggen er loopt altijd iemand rond en persoonlijke aandacht en kan altijd bij ons terecht. Dat is er gewoon niet. Ze willen dat uitstralen maar dat is het totaal niet. Absoluut niet

Interviewer: okee en dat is dus totaal niet het geval en doelt u dan op het verhaal uit de fitness zaal of alles in het algemeen?

Respondent: ja vooral in de fitnesszaal, het schoonmaken. Ik weet ook wel de reden daarachter. Want ehm het is natuurlijk niet leuk om door die zaal te lopen en kijken waar het fout gaat en misschien gebeurt er wel niks. En dan zie je een stagair door de zaal lopen een heel jong meisje van 40 kilo wat verveeld heen en weer loopt. En ik ben zelf geen trainer maar ik zie toch wel heel regelmatig dat mensen verkeerd trainen of te zwaar of teveel lawaai maken en dan moet je er dus voor deze mensen wat je probeert uit te stralen.

Interviewer: en bent u iemand die ervan houdt dat er een praatje met uw wordt gehouden

Respondent: ja maar dat komt inderdaad omdat ik ze bijna allemaal goed ken de jongens.

Interviewer: met andere misschien minder?

Respondent: nee met anderen inderdaad wat minder, ik ga met deze boys natuurlijk wel amicaal om. En daarom zeg ik ook ik heb regelmatig het erover gehad dat de uitstraling wat jullie zeggen te doen wordt niet waargemaakt. Oh ik weet nu nog een voorbeeld. Een paar weken geleden heb ik Hidde ook aangesproken toen was het redelijk druk en er waren 4 jongens van kenamju aan het sporten en nog 4 anderen jongeren en die hielden 4 toestellen bezet en een hoop lawaai, gegil en dergelijke en der liep verder niemand van Kenamju rond om sporters te begeleiden.

Interviewer: ja ze waren op dat moment niet aan het werk de jongens van kenamju neem ik aan? Want dan hebben ze namelijk hun eigen sportkleding aan en anders hebben ze de bedrijfskleding aan

Respondent: nee ze waren inderdaad in hun eigen tijd aan het sporten. En er waren 4/5 ouderen mensen die waren aan het sporten en ja als je die als lid wilt behouden dat is een belangrijke doelgroep dan moet je er ook op toezien dat de muziek niet te hard staat en dat je als medewerker zelf aan het sporten bent dus de uitstraling was echt een ongeorganiseerde bende.

Interviewer: okee ja dat snap ik. En als u een rapportcijfer zou moeten geven over de servicekwaliteit van de sportschool?

Respondent: Op dit moment ligt die echt op een onvoldoende bijna een 5.5. De professionaliteit ligt echt een stuk lager dan eerst.

Interviewer: En zijn er nog positieve dingen in de fitnesszaal?

Respondent: ja ansich de sfeer is goed, de locatie is mooi en het vele licht. Zijn over het algemeen zeer vriendelijk en kleedkamer groot genoeg. Ik ga met plezier hier naartoe. Alleen ik weet niet of het management precies doorheeft wat er speelt op de werkvloer.

Interviewer: okee

Respondent: Kenamju groeit als een dolle en ze hadden eerst we willen 2500 leden, daarna werd dat bijgesteld naar 3.000 leden toen naar 3.500 en nu zitten ze over de 4.000 leden. En 4.000 is het maximum en nu zitten ze daar ook al overheen. En dat vergt natuurlijk ook een misschien nog een professionelere aanpak en ook vanuit de directie. En die denken dat het allemaal wel loopt en zijn erg kostenbewust bezig vandaar ook goedkope stagiaires schoonmaak ploeg moeten ze allemaal zelf doen. Ik weet niet of jij dat weet of er s 'avonds ook wordt schoongemaakt?

Interviewer: ja volgens mij elke 2 uur.

Respondent: er moet gewoon een profesionele schoonmaak ploeg komen maarja dat kost geld he.

Interviewer: hebben de medewerkers de kennis om uw vragen te beantwoorden

Respondent: ja dat hangt helemaal vanaf met wie je praat, zo'n stagaire bijvoorbeeld helemaal niet maar de meeste wel.

Interviewer: okee en als u een rapportcijfer zou moeten geven over uw tevredenheid over de sportschool wat zou dat dan zijn?

Respondent: uhm, nou het is de laatste tijd wat aan het wegzakken, mag je ook gerust neerzetten. In het begin een 8 tot een 9

Interviewer: en dat was wel toen u al op deze locatie sportte?

Respondent: ja en nu vind ik het een nou 6/6.5.

Interviewer: en dat is dan voornamelijk vanwege de professionaliteit zoals u aangaf en de schoonmaak ploeg etc?

Respondent: ja stagairs en het loopt gewoon terug.

Interviewer: zou dat voor u wel een reden zijn dat u denkt ik ga eens rondkijken bij andere sportscholen?

Respondent: uhm ja, nee dat zou voor mij inderdaad een reden kunnen zijn. Kijk je wilt een professioneel bedrijf zijn en dat begrijp ik dat dat zo is.

Interviewer: okee bedankt voor uw medewerking en veel sportplezier.

Verbatim: Respondent 4

Datum: 8 mei 2018

Locatie: Kenamju, Haarlem

Dagdeel/duur: Ochtend, 22 minuten

Geslacht: man

Leeftijd: 66 jaar

Interviewer: Goedemiddag meneer, fijn dat u even tijd kon vrijmaken voor dit interview. Ik zal allereerst mijzelf even voorstellen en vertellen waar ik op dit moment mee bezig ben. Ik ben Larissa en ben op dit moment bezig met de opleiding Commerciële economie. Voor mijn afstudeerscriptie ben ik bezig met een klanttevredenheidsonderzoek bij Kenamju. Wij proberen via interviews erachter te komen wat de klanten positief ervaren en wat er verbeterd zou kunnen worden aan de dienstverlening. Ik ga u daarover wat vragen stellen. Is het goed dat ik het gesprek opneem? Dit is alleen voor mijn eigen uitwerking en de opname wordt daarna vernietigd.

Respondent: ja dat is prima hoor geen probleem.

Interviewer: okee dan gaan we beginnen met het interview. Hoelang bent u al lid bij de sportschool?

Respondent: ik ben al 5 jaar lid.

Interviewer: en weet u toevallig hoe u hier terecht bent gekomen?

Respondent: omdat de sportschool opnieuw werd geopend bij mij in de buurt 5 jaar geleden. En ik had voornamelijk interesse in het sauna gebeuren en het zwembegeuren. Dat trok mij op dat moment erg aan.

Interviewer: doet u alleen aan fitness of volgt u alleen groepslessen?

Respondent: ik was vroeger begonnen met groepslessen, duseh TRX onder andere en pump heb ik een periode gedaan en spinning heb ik een lange tijd gedaan. Daar begon ik ook mee.

Interviewer: okee en dat doet u niet meer nu?

Respondent: Nee dat doe ik niet meer, ik doe nog 1 keer per week spinning voor mijzelf maar niet meer in groepsverband. En de rest van de week doe ik pure krachttraining.

Interviewer: okee en dat spinning doet u nu zelf bij Kenamju in de sportzaal of gewoon in de fitnesszaal?

Respondent: Nee ik doe het nu gewoon in de sportzaal als er geen andere lessen zijn. Ik heb eerder wel spinning lessen meegedaan maar aangezien ik zoveel train wil ik niet meer op een gegeven moment geactiveerd worden door een begeleider. Ik heb namelijk wel op niveau gesport en gewieënd maar op een gegeven moment wilde ik mijn hartslag toch niet eerdere keer zo hoog laten worden. En in een groepsverband wordt vaak gezegd kom op je kan het, je kan het en dan wil je

eigenlijk mee doen en ga je de fiets steeds zwaarder zetten maar eigenlijk ben je jezelf dan overstuurt aan het fietsen.

Interviewer: ja en vind u het dan jammer dat u daarom niet meer de groepsles mee kan doen of vind u het juist fijn om zelf de spinning te doen?

Respondent: nou het is een keuze voor mijzelf voor de veiligheid van mijn eigen lichaam in feite, dat ik zeg nee ik ga hier niet verder mee door in groepsverband. Ik wil zelf gewoon bepalen wanneer ik mijn hartslag rustiger kan worden en sneller kan laten worden. En dan praat je natuurlijk wel over, het is niet gewoon spinning dat ik doe, als je op een gegeven moment de knop zo vaak zit en je zit op een zo hoge hartslag dan denk je bij jezelf dit wil ik niet meer want ik wil na het trainen thuis zitten en niet nog 3 uur op adem moeten komen. Want ik heb inmiddels de leeftijd van 66 jaar en dat vind ik een beetje te gek worden.

Interviewer: ja dat begrijp ik. Want u doet dus 1 keer in de week spinning en verder nog fitness?

Respondent: ja en daarnaast doe ik 6 keer in de week fitness. Ik heb daarvoor een programma en dan doe ik alle spiergroepen 2 keer per training en dat dan 6 keer per week en dan nog 1 keer per week spinning.

Interviewer: jeetje dat is wel veel

Respondent: ik ben iedere dag in de sportschool. Ik werk niet meer op maandag en donderdagen dus ik ben dan in de sportschool op maandag en donderdag om 3 uur. En de rest van de week om 7 uur s' ochtends tot kwart over 8 ben ik aan het trainen.

Interviewer: okee en als u dan op de sportschool bent, is het dan rustig?

Respondent: ja rond kwart over 7 is er vaak een vast groep mensen die altijd traint en op dat tijdstip is het heel erg rustig.

Interviewer: okee dus dat is prima te doen.

Respondent: ja het is niet zo van het is te druk dus ik kan niet bij de apparaten om te trainen.

Interviewer: okee

Respondent: Er is wel altijd een piek in de maanden januari en deze periode. Het lijkt wel of iedereen met mooi weer vroeg in de ochtend komt sporten. "maar normaal gesproken niet.

Interviewer: okee en wat vind u van het aanbod van de fitness? mist u bepaalde dingen?

Respondent: nee totaal niet, ik vind dat alles goed aanwezig is en uhm nee en er is voldoende aandacht voor je. En misschien als apparatuur stuk is, zou dat sneller vervangen kunnen worden.

Interviewer: okee want dat heeft u al eens meegemaakt dus dat er iets stuk was en dat het wel lang duurde voordat het vervangen werd?

Respondent: ja bijvoorbeeld op 1 artikel een touw. Daar kan je heen en weer slaan of rondjes slaan. Je hebt daarvan 3 varianten. Een smaller touw, een middel touw en een dik touw. En dat middelste touw sneuvelt nog wel eens want het slijt snel in het midden punt. Dus ja dat touw is het enigste puntje wat ik zou denken dat kan wel wat sneller vervangen worden. Maar de rest is het eigenlijk niet ter sprake. Als het touw dan mist dan denk ik ja ik doe daar 3 trainingen per week mee dus dat is een beetje jammer.

Interviewer: ja dat begrijp ik. En verder qua instructeurs in de fitness? Hoe ervaart u het contact met hun?

Respondent: heel goed, bijzonder goed. Er is wel een wisseling op het ogenblik steeds gaande. Die gaan weg maar de vast instructeurs vind ik heel goed.

Interviewer: dus u heeft wel het gevoel dat u terecht kan bij de medewerkers? Als u een vraag of een klacht heeft?

Respondent: ja niet bij alle, maar er zijn wel sommige waarbij ik specifiek eerder naar toe loop dan naar anderen. Er zijn bijvoorbeeld hele nieuwe mensen, en die zijn in het begin heel erg gericht op uh ja hun eigen waar maken heel erg aan het opletten op iedereen die maar een klein beetje verkeerd traint erop aan te spreken. En dat werkt avarechts dat hoor ik dan van mijn vrouw. Die vind het heel vervelend, want ze doet met haar 62 jaar bepaalde oefeningen omdat die andere pijn doen en dan is het vervelend als iemand zegt dat ze het niet goed doet.

Interviewer: nee dat begrijp ik ja.

Respondent: maar ik zelf ervaar met de mensen die ik dan ken en al langdurig daar instructeur zijn als zeer goed.

Interviewer: ja dus die hier al langer rondlopen en precies weten hoe ze met u moeten omgaan?

Respondent: ja die voelen dat ook aan en die corrigeren mij ook wel eens, want als je langdurig traint heb je ook wel eens dat je de fout in gaat en dan zeggen ze ook wel eens hallo even op en dat vind ik zelf wel heel erg prettig. Maar net wat ik zeg dat ik hoor van anderen dan als er een nieuw iemand komt die dan meteen denkt van zo ik ben hier instructrice en die zie je echt zo kijkend naar mensen toelopen dan zie je die mensen kijken van oeh wat gaat er gebeuren.

Interviewer: Zou u een rapportcijfer kunnen geven over het aanbod wat Kenamju aanbiedt?

Respondent: Ja dat is zeker wel een 8.5 Ik vind dat ze alles wat een sportschool zou moeten hebben ze hier onder één dak.

Interviewer: En even kijken want u heeft ook bewust een keuze gemaakt voor de wellness en het zwembad. Wat is uw ervaring daarmee?

Respondent: ja bijzonder goed, ik vind na het trainen is het bijzonder lekker om naar de sauna te gaan voor je spieren. En ik vind het voor een sportschool een uitgebreide sauna, want ze hebben een infrarood sauna, Turks stoombad en gewone sauna dan, en ik vind het heel prettig en dat kan ik ook combineren met een paar baantjes zwemmen. Dat is ook de reden om naar deze sportschool te gaan. Kan ik bijvoorbeeld een keer niet al mijn spieren trainen dan kan ik er nog voor kiezen om in plaats daarvan een paar baantjes te gaan zwemmen.

Interviewer: ja want u zwemt dan ook in de ochtend

Respondent: nee in de ochtend zwem ik niet. Ik zwem dan meestal op maandag en donderdag of in het weekend. Dan even een paar baantjes trekken.

Interviewer: wat vindt u van de prijs/kwaliteit verhouding van het abonnement dat u heeft? U heeft natuurlijk een wellness abonnement

Respondent: ik vind het zelf goedkoop. Ik betaal € 52,50 en daarvoor train ik dus 7 keer per week en maak ik veel gebruik van mijn wellness abonnement

Interviewer: u gaf aan dat u het goedkoop vond omdat u 7 dagen per week traint. Wat voor rapportcijfer zou u de prijs/kwaliteitverhouding geven?

Respondent: Ja dat geef ik dan een 8 omdat ik van alle faciliteiten gebruik kan maken de sauna, het zwembad en fitness.

Interviewer: en heeft u het gevoel dat het druk is als u gebruik maakt van de wellness en het zwembad?

Respondent: het is absoluut niet druk in de wellness. Met het zwemmen is het vaak wel vervelend dat er fysio gym voor senioren is. En daar staat niet een vast tijdstip voor. Dat zou misschien prettig zijn als dat meer naar voren geschoven kan worden. De zwemuren voor de kinderen is logisch dat staat duidelijk aangegeven, maar de fysio gym niet. Maar als je om 10.00 uur of om half 11 klaar bent met sporten dan moet je eigenlijk wachten want dan is de kans dat er fysio gym is is groot. Na 11 uur kan je dan wel weer zwemmen. En dan denk ik van ja voor verbeterpunt misschien van 09.00-10.00 uur want dan zijn de mensen ook allemaal in groepslessen bezig en dan kunnen die mensen na de groepslessen gebruik maken van het zwembad.

Interviewer: ja okee,

Respondent: dat is misschien het enigste wat nog een verbeterpunt is voor de organisatie. Want zo'n senioren zwemles, wij mogen wel gebruik maken van het zwembad dan maarja dan voel je je toch bezwaard om daar dan te gaan zwemmen terwijl die mensen bezig zijn met allerlei oefeningen met een bal in het zwembad. Niet alleen ik maar ik hoor dat om mij heen als je dan in de sauna zit dat er ook mensen zijn die dat ook vervelend vinden dat er dan fysio gym is.

Interviewer: okee en belt u wel eens op naar het bedrijf?

Respondent: ja ik bel wel eens naar het bedrijf

Interviewer: en vind u dat ze telefonisch goed bereikbaar zijn?

Respondent: ja vind ik goed bereikbaar. Ik bel namelijk wel eens voor de fysiotherapie.

Interviewer: okee dus u loopt ook bij de Kenamju fysiotherapie?

Respondent: ja er zit nu een nieuwe fysiotherapeut nu. Hiervoor hadden ze natuurlijk een contract met fysio 201. Die is toen weggegaan en nu zitten er dus nieuwe. En ik moet eerlijk zeggen, ik heb hele goede ervaring, ik loop pas 2 keer bij Martijn, die iets oudere jongen van 42, is niet oud maar een van de oudste en die martijn waar ik zelf al, nou ik kom uit een wielrenachtergrond, ik heb zelf op hoog niveau gewielrend en veel tegen de grond gelegen en liep bij een manueel therapeut. En die kreeg eigenlijk bepaalde klachten niet weg en ik loop bij hem en die krijgt het voor elkaar om na 2 keer al die pijntjes aan te pakken en dan denk ik ongelooflijk. Dus ik heb daar hele goede ervaringen mee. Het is eigenlijk een wonder hoe het na 2 behandelingen opgeknapt is eigenlijk.

Interviewer: ja dat is alleen maar fijn. Het is dus eigenlijk een verbetering van de fysio die er eerst zat, want u liep toen ook eerst bij fysio 201?

Respondent: ja daar liep ik ook mee met sommige dingen en daar moet ik eerlijk zeggen ze hadden wel naamsbekendheid alleen ik heb dat niet zo prettig nee. Ik heb daar shock pain therapie en heb daar een hele nare ervaring aan overgehouden denk ik zelf. En uhm nee er zijn wat dingetjes daar.

Interviewer: oh okee dus het is wel een goede vooruitgang?

Respondent: ja zeker weten.

Interviewer: Zou u nog een rapportcijfer kunnen geven over de service die Kenamju aanbiedt?

Respondent: Ja de service hier vind ik echt top! Ik geef dat een 9 omdat de dames bereid zijn wat extra's te doen, iedereen is vriendelijke en beleefd.

Interviewer: nouja zijn we alweer bij de laatste vraag welke punten/aspecten dienen zeker meegenomen te worden in de aanbeveling? U gaf al aan dat over het zwemmen met de fysio gym en over de artikelen die kapot zijn dat die wat eerder gemaakt kunnen worden.

Respondent: ja ik heb daar zelf niet zoveel mee, eigenlijk helemaal niets. Ik vind het dé perfecte sportschool die eigenlijk te goedkoop is.

Interviewer: want ook de kleedkamers en hygiëne en alles bent u tevreden over?

Respondent: ja ik vind de hygiëne en de instructeurs die zijn doelgericht bezig met het schoonmaken en het begeleiden van mensen. Ook mensen uitleggen dat er bepaalde groepslessen zijn. Ik vind dat bijzonder goed. En ook de TRX lessen worden goed gegeven. Ik vind het een hele goedkope sportschool.

Interviewer: dat is fijn om te horen, dat u in elk geval tevreden bent

Respondent: want ik denk aan de andere kant dat als je het iets duurder zou maken dat je ook een andere soort schifting aantrekt. Dat het dan wat minder druk is op bepaalde uren, want dat hoor ik ook wel eens. Zelf ervaar ik dat absoluut niet zo omdat ik natuurlijk of vroeg in de ochtend train om rond 3 uur middags. Ik betaal namelijk €52.50 euro inclusief sauna, met sporten omdat mijn vrouw daar ook traint. Als ik dat omreken voor zoveel ik sport en met sauna en zwemmen dan denk ik dat is nog harstikke goedkoop eigenlijk voor het hele gebeuren. De omgang en dat vind ik ook een heel groot pluspunt van deze sportschool. De omgang van de mensen onder elkaar. Of je nou zelf ook op niveau heb gesport dan kom ik laat maar zeggen een Henk grol tegen en die mensen zijn ook heel leuk tegen anderen mensen. Of een bekende DJ die lopen er ook en die zijn ook heel aardig tegen anderen dus de sfeer is gewoon super goed. Ontzettend leuk de toegankelijkheid. Dat is ook leuk van een sportschool dat straalt het dan ook uit. Dat de mensen die hier lopen heb ook gezien van haantjes gedrag nou die worden daar dan keurig op aangesproken en uhm op een gegeven moment slijt dat vanzelf en zie je die mensen niet meer in de sportschool. Gewoon een hele fijne sportschool

Interviewer: okee nou dat is toch ook om positieve dingen te vermelden in het rapport. En als u een rapportcijfer zou moeten geven over de algemene klanttevredenheid?

Respondent: eigenlijk vind ik alles dik een 9. Klantgerichtheid, dames achter de bar die s'ochtends moeten openen. Want de sportschool gaat officieel om 7 uur open en dan zijn ze er vaak al eerder en mag ik al naar binnen om 10 voor 7. Uhm ze zijn heel spontaan als je je koffie daar drinken, en heb je geen telefoon bij je en vraag je of je even mag bellen mag dat ook. Niks is daar te moeilijk. Ook die dames die daarachter staan en die instructeurs die daar lopen en aangestuurd worden. Je hoort ze ook onder elkaar gewoon leuk praten over de sportschool. Volop aan het schoonmaken en als je wat vraagt dat ze je meteen helpen met iets. Dus ik heb daar ook alleen maar een hoog cijfer voor over.

Verbatim: Respondent 5

Datum: 9 mei 2018

Locatie: Kenamju, Haarlem

Dagdeel/duur: Middag, 14 minuten

Geslacht: man

Leeftijd: 40 jaar

Interviewer: Bedankt voor u tijd, ik zal eerst even uitleggen waarvoor dit interview gehouden wordt. Ik ben op dit moment bezig met het schrijven van mijn scriptie en ben bij Kenamju aan de slag gegaan om de klanttevredenheid onder de leden te bepalen, om te kijken wat de wensen en behoeften zijn van de klanten.

Respondent: ik had het inderdaad al gehoord van Hidde, iets met marktonderzoek.

Interviewer: ik ben inderdaad bezig met een klanttevredenheidsonderzoek voor de opleiding commerciële economie. En hiermee willen we in kaart gaan brengen wat de klanten willen en wat de klanten missen in het aanbod dat kenamju nu aanbiedt.

Respondent: okee nou ik ben benieuwd.

Interviewer: nouja allereerst wil ik vragen wat uw leeftijd is?

Respondent: ik ben 40 jaar. En zeg maar gewoon je hoor.

Interviewer: okee ik zal mijn best doen haha. Hoelang ben je al lid bij Kenamju?

Respondent: ehm... even denken hoor haha, bijna 1 jaar.

Interviewer: En weet u toevallig hoe u hier terecht bent gekomen?

Respondent: nou ik ehm.. ik ken ehm ik werk wel eens met Elco samen.

Interviewer: okee dus zodoende bent u hier terecht gekomen. En doet u alleen aan fitness of ook aan groepslessen?

Respondent: met name fitness en cardio ik doe eigenlijk niet aan groepslessen.

Interviewer: wat vindt je van het aanbod van de fitness apparatuur?

Respondent: ja vind ik prima,

Interviewer: mist u dingen of zijn er

Respondent: nou goed het is ook mijn eerst sportschool dus ik heb ook niet echt ervaring daarmee. Maar voor mijn behoeftes is het prima.

Interviewer: okee dus u kunt natuurlijk niet vergelijken met andere sportscholen maar zou u toch een rapportcijfer kunnen geven over het aanbod van Kenamju?

Respondent: Ja dat vind ik wel een 8 waard. Ik heb eigenlijk alles wat ik nodig heb binnen deze sportschool is aanwezig. Kleedkamers, fitnesszaal eventueel groepslessen, een bar waar je wat kan drinken. Dat is allemaal prima in orde.

Interviewer: ja dat is voldoende gewoon. En heb je andere sporten gedaan?

Respondent: ja ik heb mijn hele leven gebasketbald.

Interviewer: Hoe ervaart u het contact met de medewerkers van Kenamju? Je gaf al aan dat dit je

eerste sportschool is. Vind u het juist fijn dat er veel persoonlijk contact is, of juist helemaal niet?

Respondent: ja ik vind het altijd wel leuk als je een beetje contact hebt met de mensen die daar werken. Dat wisselt wel per personeelslid de een heeft er ook meer zin in dan de ander.

Interviewer: en als je een vraag hebt, heeft u dan het gevoel dat je bij de medewerkers kan aankloppen of dat er niet echt naar je geluisterd wordt?

Respondent: ja ze helpen mij altijd als er dingen niet goed zijn bijvoorbeeld.

Interviewer: Zou u een rapportcijfer kunnen geven op basis van uw beoordeling van de service die Kenamju biedt?

Respondent: En bedoel je dan het personeel alleen of ook alle extra's die ze erbij geven zoals leuke clinics en dat soort dingen?

Interviewer: Ja het personeel en de extra service zoals kinderopvang, clinics etc.

Respondent: Ja dan geef ik de service ook een 8.

Interviewer: okee dat is fijn dan heb ik nu een paar vragen over uw abonnement. U heeft gewoon een basis abonnement.

Respondent: ja ik heb een abonnement met ook de wellness erbij

Interviewer: en zijn er in de wellness nog bepaalde punten dat u zegt van dat mis ik bij de wellness?

Respondent: nouja ik wist natuurlijk dat ik dit interview had dus ik heb er even over nagedacht en het zijn echt details alleen bij de sauna, eigenlijk zijn er alleen maar mannen die er komen. Niet dat dat het probleem is maar er liggen bijvoorbeeld bijna niks te lezen en wat er te lezen is zijn Linda's. en als er dan toch alleen maar mannen komen weet ik niet echt of de Linda nou echt een goed blad voor mannen is haha. Maarja wat ik al zei dat zijn voornamelijk details.

Interviewer: wat vind je zelf van de prijs/kwaliteit verhouding van het abonnement? U betaalt natuurlijk extra voor de wellness.

Respondent: het is niet de goedkoopste sportschool van Haarlem, maarja ehm dat zorgt ook wel voor een bepaald publiek dus dat vind ik prima.

Interviewer: Zou u een rapportcijfer voor de prijs/kwaliteit verhouding kunnen geven?

Respondent: ja natuurlijk ik zou denk ik dan een 6.8 geven. Wat ik al zei het is niet de goedkoopste sportschool maar dat zeg ik daardoor haal je wel een bepaald publiek die niet voor deze sportschool kiest buiten de deur.

Interviewer: ja want sport u vaak?

Respondent: ja ik ben wel redelijk fanatiek, ongeveer 2-3 keer per week.

Interviewer: En als je een rapportcijfer zou moeten geven voor de algemene klanttevredenheid, wat voor cijfer zou dat dan zijn?

Respondent: nou pff nou wel een 8,5/9 ofzo

Interviewer: Sport u meestal in de avond of in de middag of verschilt dat per week?

Respondent: Ja verschilt, ik ben freelancer. Ik ben redelijk onregelmatig vrij maar ik zorg meestal wel dat ik in de daluren ga sporten. Dus dat zorgt ook wel denk ik voor het hoge rapportcijfer, ik kan mij voorstellen dat als je na je werk gaat dat je dan misschien anderen ideeën hebt want dat weet ik niet want dan ga ik nooit.

Interviewer: ja de drukte bedoel je?

Respondent: ja ik ga meestal 's ochtends ook weer niet heel vroeg want dat is volgens mij ook een piek moment. Meestal even rustig na het ontbijt.

Interviewer: En het gebruik van de Wellness dan, dat is ook rustig dan?

Respondent: ja het is dan erg rustig. Ik ben eigenlijk altijd in de daluren.

Interviewer: ja inderdaad, nee er zijn natuurlijk ook zwemlessen en die zijn ook om bepaalde tijden in doordeweeks.

Respondent: ja daar ben ik volgens mij wel eens in beland. Dat het toen wat drukker was maar verder geen last van gehad. En volgens mij staat het ook op de website duidelijk vermeld wanneer de zwemlessen zijn dus dan kijk ik altijd even als ik laat in de middag ga sporten.

Interviewer: En bel je wel eens met het bedrijf zelf?

Respondent: Nee ik heb eigenlijk nooit gebeld

Interviewer: en ook op de website komt u niet?

Respondent: nee eigenlijk ook niet omdat ik geen groepslessen volg.

Interviewer: okee en welke punten of veranderingen zou u zelf vinden dat ze eigenlijk moeten toepassen om een hogere klanttevredenheid te verkrijgen? U gaf al een puntje aan in de wellness over het lezen.

Respondent: ja ik heb nog wel een puntje maar dat is ook gewoon een klein detail, als je kijkt naar het personeel, vind ik over het algemeen echt prima. Maar je ziet bij de wat jongeren, als ze hun taken hebben gedaan, dan staan ze maar een beetje te staan. En uhm en dat neem ik die jongens niet kwalijk. Dat deed ik ook toen ik mijn eerste baantje had en dacht nou klaar. Maar daar zou ik als management wat in investeren er is namelijk nooit niks te doen. Dat kreeg ik ook te horen vroeger toen ik op het strand werkte, er is nooit niets te doen. Ga eens een praatje maken, uhm ja iets doen. Volgens mij maak je het voor jezelf ook leuker.

Interviewer: Ja ik weet dat persoonlijke aandacht dat ze dat heel belangrijk vinden bij Kenamju.

Respondent: ja daar mogen sommige wel wat pro-actiever in zijn. Kijk toen ik net begon vond ik het heel prettig dat als ik een oefening aan het doen was, dat er dan iemand naar mij toekwam en zei van ja je doet het niet helemaal goed. Je bent je rug teveel aan het belasten. En daar is niet iedereen even pro-actief in.

Verbatim: Respondent 6

Datum: 12 mei 2018

Locatie: Kenamju, Haarlem

Dagdeel/duur: ochtend, 27 minuten

Geslacht: vrouw

Leeftijd: 26 jaar

Interviewer: bedankt dat u wilt meewerken aan dit interview. Ik ben op dit moment bezig om een klanttevredenheidsonderzoek te doen voor kenamju om zo erachter te komen of er dingen verandert moeten worden en welke dingen er juist niet verandert moeten worden. Ik ben op zoek naar een aantal respondenten in verschillende leeftijdscategorieën om zo iedere leeftijdscategorie te kijken wat de wensen en behoeften zijn. Ik neem het interview op voor mijn eigen uitwerking is dat een probleem?

Respondent: nee hoor zeker niet.

Interviewer: okee dan ga ik beginnen met wat algemene vragen. Wat is uw leeftijd?

Respondent: ik ben 26 jaar.

Interviewer: Hoelang bent u al lid bij Kenamju?

Respondent: ik ben nu ongeveer 1,5 jaar lid van Kenamju.

Interviewer: Hoe bent u bij Kenamju terecht gekomen?

Respondent: ik ben hier terecht gekomen via een vriendin van mij. Zij sportte hier al en zei tegen mij kom ook gezellig hier sporten dan kunnen we samen sporten.

Interviewer: okee dus je bent eigenlijk omdat een vriendin dat aangaf op de hoogte gebracht van het bestaan van Kenamju of kende je kenamju al?

Respondent: ja ik fiets hier altijd langs om naar mijn werk te gaan maar hoe het er van binnen uitzag wist ik niet echt.

Interviewer: okee en om welke reden sport je?

Respondent: voornamelijk om fit te blijven. Ik let heel erg op wat ik eet en daarbij vind ik bewegen heel belangrijk dus daarom ben ik gaan sporten.

Interviewer: okee en sport je hiervoor ook al ergens anders?

Respondent: nee ik doe aan hardlopen buiten maar verder niks. Ik heb vroeger wel op sport gezeten hoor maar daar ben ik sinds ik ben gaan studeren mee gestopt en toen heb ik een tijdje eigenlijk niks gedaan, nouja wel hardlopen dus maar niet echt ergens gesport.

Interviewer: okee en op welke dagen sport je meestal

Respondent: ik sport op maandagavond en op vrijdagochtend. Heel soms ook nog in het weekend maar meestal alleen als ik maandag of vrijdag niet ben geweest.

Interviewer: en doe je alleen groepslessen of ook fitness of beide?

Respondent: ik doe fitness en groepslessen. op vrijdagochtend ga ik altijd samen met een vriendin fitnessen en op de maandagavond doen wij de boksaktraining.

Interviewer: wat vindt je van het aanbod van de groepslessen?

Respondent: tja ik vind eigenlijk, hoewel ik dat niet echt kan vergelijken, maar er is echt een groot aanbod aan groepslessen. wij doen altijd op maandagavond boksaktraining maar hebben ook wel eens zitten kijken naar andere lessen die ons wel erg leuk leek.

Interviewer: en wat vind je van de kwaliteit van de groepslessen?

Respondent: ja je bedoelt de instructeurs of ?

Interviewer: ja of de instructeur de les goed geeft of dat er dingen zijn die minder zijn

Respondent: ja wij hebben altijd dezelfde instructeur, en zijn hier heel blij mee. We hebben wel eens een invaller gehad en dat is dan wel weer een iets andere les maar niet minder leuk daardoor.

interviewer: zijn er dingen die verandert moeten worden aan de groepslessen?

respondent: nee ik vind de groepslessen altijd heel leuk om heen te gaan. Soms zijn de lessen wel wat druk en waren wij te laat voor het halen van een kaartje. Dat was wel erg jammer maar toen zijn wij gewoon een uur gaan fitnessen zelf dus ja ik weet dat het risico bestaat dat als je wat later bent dat de kaartjes op zijn en je niet meer mee kan doen aan de groepslessen.

interviewer: okee en als je een rapportcijfer zou moeten geven aan de tevredenheid van het aanbod (dus bijvoorbeeld het aanbod van de groepslessen etc) wat zou dat dan zijn?

Respondent: ik zal dan zeggen een 8,5. Ik vind namelijk dat er erg veel wordt aangeboden. Wij zijn ook een keer op de dinsdagavond geweest bij een andere les omdat wij maandag toen niet konden en die les was ook heel leuk om mee te doen. En de instructeurs zijn ook allemaal heel enthousiast.

Interviewer: okee dan heb ik nu een aantal vragen over de fitness. Wat vindt je van het aanbod van de fitnessapparatuur, mist je dingen?

Respondent: of ik dingen mis in de fitnesszaal, mmm dat is een moeilijke even denken hoor.... Nee eigenlijk niet echt. Wat ik wel vind is ik heb nu een trainingsschema, en om de zoveel weken moet ik kijken of deze nog up to date is. meestal wordt ik dan aangesproken door een instructeur maar de laatste tijd zijn er wat wisselingen in instructeurs die rondlopen in de fitness zaal en deze zijn niet allemaal op de hoogte wanneer ik weer een nieuw programma nodig heb.

Interviewer: okee dus dat zou beter kunnen dat ze wat meer pro actief worden?

Respondent: ja maar ik snap wel dat als je net nieuw bent dat je nog niet alles weet van ieder lid en dat dat soms wel lastig kan zijn.

Interviewer: okee en werd je eerst wel goed geholpen in de fitness? Hou je ervan dat er juist veel aandacht wordt besteed aan je tijdens het sporten of heb je liever van laat mij maar mijn gang gaan?

Respondent: nou dat ligt er dus ook aan wie er staat. Ik ken wel een aantal mensen en die maken dan een praatje met mij, maar dat zijn meestal de jongens die zelf aan het sporten zijn en op dat moment niet aan het werk hier. Maar qua instructeurs in de fitness vind ik wel dat er wat meer aandacht kan

worden besteed aan de mensen om mij heen. Hoewel ik niet perse extra aandacht nodig heb tenzij ik een update van mijn programma wil.

Interviewer: en heeft u het gevoel dat als er een probleem is of u heeft een klacht dat u dan terecht kan bij de medewerkers?

Respondent: ja dat zeker maar wat ik al zei dat ligt echt aan diegene die er staat. Staat er iemand die ik nauwelijks ken dan spreek ik iemand aan die ik wel al wat langer ken.

Interviewer: en als u een rapportcijfer moest geven over de servicekwaliteit, wat zou je dan geven?

Respondent: ik geef dan een 7,5. Ik vind dat de medewerkers altijd vrolijk zijn en bereid zijn je te helpen. Als ik een vraag heb dan beantwoorden ze die gelijk of gaan het voor je uitzoeken.

Interviewer: Okee fijn en wat voor abonnement heeft u?

Respondent: ik heb nog een studentenabonnement. Ik betaal 32 euro per maand.

Interviewer: en wat vindt je van de prijs/kwaliteit verhouding van het abonnement dat je nu hebt?

Respondent: jawel okee, ik heb bewust ook hier gekozen, ook vanwege mijn vriendin, maar ook omdat ik weet dat dit toch een ander soort publiek aantrekt dan een keten zoals basic fit waar je voor 11 euro per maand kan komen sporten.

Interviewer: okee en wat zou je als rapportcijfer geven over de tevredenheid van de prijs?

Respondent: dan geef ik een 7. Ik vind de prijs prima .

Interviewer: nu heb ik wat vragen over de bereikbaarheid van het bedrijf. Belt u wel eens met Kenamju?

Respondent: nee eigenlijk nooit

Interviewer: en kijkt u wel eens op de website?

Respondent: ja maar ook niet zo vaak hoor, alleen als we besluiten om een andere groepsles te volgen dan kijk ik wel eens.

Interviewer: okee dan heb ik nog een laatste vraag, of je een rapportcijfer zou kunnen geven over de algemene tevredenheid, dus over het gebouw, de groepslessen, de

Respondent: uhm tja, dan zit ik toch wel op een dikke 7. Ik denk dat er altijd wel wat verandert kan worden.

Interviewer: ja dat denk ik ook, heeft u voorbeelden wat u denkt dat echt verandert zou moeten worden waardoor de tevredenheid van klanten omhoog zou gaan?

Respondent: nouja bijvoorbeeld de kluisjes, die zijn vaak stuk of buiten gebruik. En het probleem is dat je daar past achterkomt als je alles al geïnstalleerd hebt dus dat is wel erg vervelend. en het is soms heel druk in de kleedkamer. Gelukkig douche ik altijd thuis en pak ik eigenlijk alleen mijn spullen dus daar heb ik niet zoveel last van verder maar voor anderen die wel douchen kan ik mij voorstellen dat dat als niet prettig wordt ervaren. Hoewel ze natuurlijk wel meerdere kleedkamers hebben.

Interviewer: ja dat klopt inderdaad. Weet je toevallig of die kleedkamers dan ook vol zitten?

Respondent: nee dat zou ik niet weten sorry.

Interviewer: okee, dit waren de vragen. Bedankt voor je medewerking. Zou je nog interesse hebben om het rapport ook te lezen als het klaar is?

Respondent: nee hoor dank je wel, ik hoop dat je er wat aan hebt gehad.

Interviewer: ja dat zeker dank je wel!

Verbatim: Respondent 7 + 8

Datum: 12 mei 2018

Locatie: Kenamju, Haarlem

Dagdeel/duur: ochtend, 35 minuten

Geslacht: vrouwen

Leeftijd: 24 & 32 jaar (collega's)

Interviewer: wij hebben elkaar al telefonisch gesproken, en heb al het een en ander uitgelegd waarvoor het interview is. maar ik ga kijken naar de wensen en behoeften van de klanten van Kenamju.

Interviewer:: zijn jullie al lang lid bij Kenamju?

Respondent 7: Ja wij zijn al 2 jaar lid inmiddels.

Respondent 8: ja meer dan 2 jaar zelfs al denk ik

Respondent 7: ja ruim 2 jaar zijn wij lid

Interviewer: okee en hoe zijn jullie bij Kenamju terecht gekomen?

Respondent 7: ja wij hadden de rest van de sportscholen in Haarlem eigenlijk uitgesloten.

Respondent 8: wij trainde bij Fitland in Haarlem, maar dat was behoorlijk wat ouder publiek en niemand was fanatiek ofzo, en op een gegeven moment voelde wij ons niet echt meer thuis, dus toen gingen we op zoek naar een andere sportschool en we wilde wel met ze tweeën blijven. Dus hebben we ook gekeken qua locatie wat een beetje handig is voor allebei. Niet te donker, lekker licht. En eigenlijk door het aanbod en de groepslessen zijn wij hier terecht gekomen.

Respondent 7: ja wij vielen voor, de locatie was voor ons top, en het was dat het open en licht was. We zijn ook bij andere sportscholen geweest waar het heel donker was, of een waar je op een tribune staat te trainen. Dat vind ik ook heel ongemakkelijk. Dus hier voelde het gewoon goed, de sfeer was goed.

Interviewer: ja want jullie doen dus groepslessen en ook fitness daarbij

Respondent 7: ja

Interviewer: en doen jullie dat vaak?

Respondent 8: ja 4 keer in de week.

Respondent 7: ja 5 inmiddels

Respondent 8: ik in de zomer iets minder want ik ben meer buiten gaan sporten door het mooie weer.

Interviewer: en welke groepslessen doen jullie allemaal? Of hebben jullie één bepaalde groepsles?

Respondent 7: TRX altijd op de maandagochtend, uhm,, en ik doe spinning en circuittraining.

Interviewer: en circuittraining is dat....

Respondent 7: Ja in de Dojo zaal is dat altijd.

Interviewer: ja want jullie gaven al aan, dat dat ook ;één van de reden is dat jullie hierheen kwamen, voor het aanbod van de groepslessen.

Respondent: ja je kijkt natuurlijk af en toe wel eens om je heen in andere sportscholen of er iets is, maar in veel sportscholen hebben ze dat niet. En dat is tot nu toe ook nog de reden dat we nog steeds hier zitten vanwege het grote aanbod.

Interviewer: ja dat vond ik ook toen ik het rooster hier voor het eerst zag dat er veel verschillende lessen werden aangeboden.

Respondent 7: ja zeker sport je hier zelf ook?

Interviewer: nee dat niet, ik kom zelf uit haarlem zuid dus dat is niet echt praktisch voor mij.

Respondent: nee dat begrijp ik

Interviewer: en komen jullie hier altijd op de fiets of met de auto?

Respondent 7: nee de auto is volgens mij niet te doen hier. Ik ben wel eens een keer hierheen gegaan vanuit mijn werk en dat was om half 6 nou dat was echt verschrikkelijk.

Respondent 8: je hebt die bekeuring toen gehad.

Respondent 7: ja toen kwamen we hier voor intro, en toen had ik nog geen pasje voor op het parkeerterrein en ik dacht dat het geen betaalt parkeren was hier maar dat bleek dus wel zo te zijn. Maar wij komen eigenlijk altijd op de fiets. Maar ik denk voor mensen met de auto is het wel zo, dat kan je denk ik beter niet doen. Vooral met zwemles en judolessen dan is het gewoon zo druk op het parkeerterrein.

Interviewer: en qua fietsen?

Respondent 7: nee dat is eigenlijk ook een drama, ik zet hem aan de andere kant gewoon ergens neer met de fiets is dat toch wat makkelijker dan met de auto, maar toch zijn er te weinig fietsenstallingen om je fiets kwijt te kunnen.

Respondent 8: ik zet hem tegenwoordig gewoon hiervoor de deur neer, maar dan wordt ie verplaatst haha

Respondent 7: oh echt,

Respondent 8: ja van de week is ie ook verplaatst **Respondent**

7: ja?

Respondent 8: ja maarja goed het komt bijna tot de ingang alle fietsen.

Respondent 7: ja er staat ook geen fietsen plaatsen he op het bordje daar (wijst naar buiten)

Respondent 8: ohja haha nouja het eerste minpunten.

Respondent 7: ja haha wil je nog meer minpunten horen?

Interviewer: ja graag daarvoor zitten we hier natuurlijk, maar dat komt verderop in het interview nog aanbod verder. **Maar jullie doen dus ook aan fitness?**

Respondent 7 & 8: ja

Interviewer: Daar doen jullie een programma, zijn er dingen in de fitness die jullie missen qua apparatuur?

Respondent 7: nou wij doen niet heel vaak echt losse eh eh, wij doen meer losse circuittrainingen dus dan kan je alles gebruiken. Dus wat dat betreft hebben ze alle spullen. Maar ik weet, mijn vriend bijvoorbeeld, die wil niet hierheen omdat er af en toe gewoon apparaten missen. En vraag mij niet welke apparaten dat zijn, want die gebruiken wij niet.

Respondent 8: **nee dus voor ons is het okee qua aanbod fitnessapparatuur. Het enige wat ik irritant vind, is dat je een circuittraining hier hebt, dat je alle spullen daar moet halen. Dat zou wel handig zijn als ze daar in de Dojo zaal ook spullen kunnen opslaan.**

Interviewer: oh ja ik weet niet hoe dat werkt precies?

Respondent 8: ja dat moet dus allemaal uit de fitness worden gehaald als wij een groepsles in de Dojozaal hebben. Dus dan gaan wij met ze alle daarheen om die spullen te pakken, door de fitnesszaal om de attributen te halen en dan door naar de Dojo zaal.

Interviewer: Die spullen halen ze dus uit de 'tweede' fitnesszaal?

Respondent 7: **ja dat vind ik ook nog een punt, dat crossfit wordt daar gegeven. En als wij dan daar ook onze trainingen willen doen, en als blikke kunnen doden dan kan je daar beter niet naar binnen gaan tijdens zo'n crossfit training. Als er crossfit bezig is dan vinden ze het heel naar als je daar naar binnen loopt. Terwijl het wel gewoon een zaal is waar iedereen in mag trainen als je aan het fitnessen bent.**

Respondent 8: ja dan kan je eigenlijk, stel wij willen een schema'tje doen, toen hebben we dat speciaal niet gedaan omdat er toen circuittraining was, dat was op een maandagavond. Wij kunnen er dan gewoon niet meer bij dus dat is best wel irritant.

Interviewer: ja want is die crossfit les vaak in de week?

Respondent 7: ja volgens mij wel 4 keer in de week op een avond. Dat zit ook niet in je abonnement. Als je dat wilt moet je daar extra voor betalen. Nou is dat op zich niet zo'n probleem maar het neemt gewoon de helft van het hele fitnesszaaltje in. En als dan tegelijk een TRX training is, en mensen gaan daar spullen halen dan is het wel heel erg druk in dat zaaltje. Iedereen loopt daar met stangen te halen. En als je daar dan nog traint dan heb je weinig spullen omdat bijna alles wordt gebruikt voor de TRX training.

Respondent 8: nee dat is inderdaad niet zo handig.

Interviewer: **Zouden jullie allebei een rapportcijfer kunnen geven over het aanbod van Kenamju?**

Respondent 7: ja hoor ik geef dat een 6.8. Want ik vind toch die kleine dingentjes zoals zelf je spullen naar de andere zaal moeten brengen en als er dan een training is kunnen wij daar niet meer trainen dat vind ik wel echt een minpunt vandaar dit cijfer.

Respondent 8: ik geef het een 6 want ik vind inderdaad dat er echt nog wel wat punten zijn die beter kunnen in dat opzicht zoals misschien een kast plaatsen in de Dojo zaal voor de attributen.

interviewer: **Nee dat snap ik, en hoe ervaart u het contact verder met de medewerkers van Kenamju? Heeft u het gevoel dat u terecht kan als uw een klacht heeft bijvoorbeeld?**

Respondent 7: ja dat vind ik heel goed

Respondent 8: ja zeker, ze zijn allemaal even vriendelijk en ze weten er ook gewoon veel van. Je wordt ook wel gecorrigeerd enzo in de fitnesszaal als je een oefening niet goed doet. Vind ik heel fijn.

Interviewer: Zouden jullie ook een rapportcijfer kunnen geven over de service die Kenamju aanbiedt?

Respondent 7: De service vind ik wel echt een 8 waard. Ze zijn hier altijd vriendelijk en beleefd .

Respondent 8: ik geef ook een 8 en inderdaad ze zijn altijd vrolijk hier.

Interviewer: okee fijn om te horen, wat voor abonnement hebben jullie eigenlijk?

Respondent 8: ik weet alleen dat het 37,50 kost.

Respondent 7: ja ik heb een gold abonnement geloof ik voor 2 jaar.

Respondent 8: ja jij bent goedkoper

Respondent 7: ja ik betaal iets van 30 euro per maand.

Interviewer: ja je hebt inderdaad ook een upgrade van je abonnement, en zouden jullie een wellness abonnement nemen als het goedkoper zou zijn?

Respondent 7: nee als het in het abonnement zou zitten zou ik heel misschien er gebruik van maken maar ik denk het eigenlijk ook niet. En het is zeker niet iets waar ik extra voor zou gaan betalen nee.

Respondent 8: nee voor mij ook niet en ik vind 37,50 vind ik al duur , dus uhm nee...

Interviewer: Zouden jullie ook een rapportcijfer kunnen geven over de prijs/kwaliteit verhouding?

Respondent 7: ja ik vind het een prima bedrag dus ik zou zeggen een 6.8

Respondent 8: ik vind het wel echt aan de dure kant, ook omdat ik een ander abonnement heb natuurlijk dus ik geef als rapportcijfer daarvoor een 5.7.

Interviewer: nee want jullie hebben niet zoiets van na het sporten willen we gebruik maken van de sauna?

Respondent 7: nee want bij Fitland konden we wel gebruik maken van de sauna, maar echt nog nooit gedaan daar.

Interviewer: En als jullie uit de fitness komen, gaan jullie dan naar de kleedkamers?

Respondent 7: ja naar de kleedkamer en dat is de andere ergernis. De klote kluisjes,

Respondent 8: ja de kluisjes inderdaad, één er zijn er te weinig en twee is dat ze 9 van de 10 keer stuk zijn. Verder is het ook altijd erg benauwd in de kleedkamer. Dat je er bijna niet kan ademen.

Respondent 7: ik vind het ook erg klein die kleedkamers.

Interviewer: want merk je dan dat als je bijvoorbeeld uit de fitness komt dat het dan minder druk is dan dat je uit een groeples komt omdat er dan gelijk heel veel mensen staan.

Respondent 8: op maandagochtend als je dan uit de groeples komt is het inderdaad een hell om in de kleedkamer überhaupt te staan.

Interviewer: en vanuit de fitness is het dan minder druk?

Respondent 7: ja dat ligt eraan hoelaat, want als er net een groepsles is afgelopen dan is het alsnog druk.

Respondent 8: ja en inderdaad zo benauwd en als dan die schoolkinderen er zijn, dat is ook.

Respondent 7: dat heb ik al een tijd niet gehad.

Respondent 8: ja ik vorige week nog, ja dan is het nog drukker.

Respondent 7: nee ik ben natuurlijk er niet meer overdag dus dan zie ik dat niet

Respondent 8: nee het zijn middelbaar school kinderen die sporten hier dan, en dan is het helemaal druk in de kleedkamers.

Interviewer: oh ik dacht de kleine kinderen voor de zwembles die hebben dacht ik een andere kleedkamer.

Respondent 8: nee nee die niet echt middelbare scholieren.

Interviewer: Zouden jullie naar aanleiding van deze kritiek een rapportcijfer kunnen geven over jullie algemene tevredenheid?

Respondent 7: haha, ja een 7.5

Respondent 8: ja die had ik ook in mijn hoofd. Ja 7.5 denk ik wel ja

Interviewer: en waarom een 7.5

Respondent 7: ja vanwege het aanbod hier

Respondent 8: en de mensen hier, ik voel mij hier fijn, er hangt een fijne sfeer, ik vind de mensen heel prettig hier en voel mij op mij gemak hier en dat vind ik persoonlijk wel heel belangrijk in een sportschool.

Interviewer: En zijn er nog veranderingen/verbeterpunten die jullie vinden dat absoluut zou moeten worden meegenomen in de aanbeveling?

Respondent 7: ja wat ik vind, hoewel het niet echt van toepassing is op mij hoor want ik douche nooit hier maar in de kleedkamer, als je dan staat te douchen, en de deur gaat open dan kijkt iedereen gewoon de douche in. Er is gewoon niks aan privacy meer aan.

Interviewer: dus iedereen in de fitnesszaal kan naar binnen kijken zeg maar?

Respondent 7: nee niet in de fitness, maar in de gang. Die deur gaat natuurlijk continu open en dan kan je zo naar binnen kijken. En aangezien de mannenkleedkamer verderop in de gang is moeten die sowieso langs de dameskleedkamer lopen om naar hun eigen kleedkamer te gaan. Ik zou dat niet prettig vinden. Ik vind het gewoon heel onhandig gemaakt.

Respondent 8: En dat mensen bij die haakjes, als ze dan gaan douchen dan hangt daar ook altijd jassen of tassen zodat de mensen die gaan douchen niet hun spullen daar kunnen ophangen dat is ook wel vervelend. Ook nog een bron van ergernis.

Interviewer: ja en heeft dat volgens jullie echt te maken met dat de kluisjes stuk zijn of zijn de kluisjes niet groot genoeg?

Respondent 8: nee de kluisjes zijn prima qua grootte. Alleen doordat er zoveel kluisjes stuk zijn hangen deze jassen daar vaak.

Respondent 7: ja want wat het is, als de kluisjes stuk zijn, dan moet je je spullen wel meenemen want ik laat niet zomaar mijn sleutels en portemonnee liggen, maar als je gaat fitnessen is dat eigenlijk niet mogelijk om met al je spullen te lopen. Bij een groepsles neem ik meestal wel gewoon mijn spullen

mee dan kan ik die daar neerleggen maar tijdens fitnes steeds met je spullen heen en weer lopen is niks.

Interviewer: en zijn er verder naast de kluisjes en fietsen nog dingen dat je denkt ohja dat zijn nog wel eventuele verbeterpunten hier?

Respondent 8: ja ik vind vooral de hygiëne ook nog wel een puntje van kritiek. Vooral in de Dojo zaal dat is gewoon echt heel vies. Volgens mij wordt die zaal 1 keer per week schoongemaakt maar dat

zou echt wel 1 keer per dag minimaal moeten. Het plak namelijk altijd. En ook roeiapparaten worden slecht schoongemaakt.

Respondent 7: ik vind het klimaat niet lekker, want de deuren mogen niet open enzo, Het is echt een tropische klimaat ofzo. Het is zo warm. En dat is voor mij ook echt een punt waardoor ik denk om mij heen aan het kijken ben naar andere sportscholen die het beter hebben geregeld.

Interviewer: ja begrijpelijk en was dat dan op een dag dat het heel warm was of zoals nu is het niet zo zonnig en dan gaat het wel of dan ook niet?

Respondent 7: Nee maar het heeft ook wel te maken met dat het buiten warm wordt maar dan moet je dat kunne opvangen.

Respondent 8: nee als de zon schijnt is het hier eigenlijk niet meer te doen, vandaar dat ik ook buiten ben gaan trainen, hardlopen. Want dan kan ik gewoon beter ademen. Want ik was heel vaak op de loopband, en dan kreeg ik echt geen lucht.

Respondent 7: Nee inderdaad dat vind ik nog wel het belangrijkste punt denk ik, en dat het vies is, maar daar kan ik mij nog een soort van aan overgeven zeg maar, maar die warmte niet.

Respondent 8: er was vrijdag een circuittraining, en die was met der schoenen op het strand geweest. En toen dacht ik ook zo van nou dat is ook niet netjes.

Respondent 7: nee maar die kreeg ook echt bijna gelijk op haar kop dat dat niet was toegestaan.

Respondent 8: ja maar terecht, maar vind het niet netjes van haar zelf.

Interviewer: en op het roeiapparaat gaven jullie aan, want het is de bedoeling dat mensen zelf de apparaten schoonmaken?

Respondent 8: nee in de fitness is het wel redelijk. Maar doe het zelf ook niet echt. De loopband dan wel als ik daar lang op heb gestaan maar de andere apparaten ook niet.

Respondent 7: er wordt ook nooit gevraagd of je dat wilt doen en het staat ook nergens dus

Respondent 8: als ik een spinning les heb gevolgd dan is dat standaard. Dan moet na afloop iedereen zijn fiets schoonmaken. Maar dat is eigenlijk echt het enige gedeelte waarbij dat echt op gelet wordt.

Interviewer: en ervaren jullie dat als storend dan of denken jullie iedereen doet het dus laat maar?

Respondent 7 : Nee ik geef mij er wel aan over eigenlijk, hoewel ik soms wel denk bah, maarja dan thuis lekker douchen en dan is het alweer klaar.

Interviewer: okee dit was het interview. Hartelijk dank voor jullie tijd en meedenken over hoe Kenamju zich in de toekomst nog beter kan worden in haar dienstverlening.

Respondent 7 & 8: geen probleem, leuk interview bedankt.

Verbatim: Respondent 9

Datum: 18 mei 2018

Locatie: Kleverparklaan, Haarlem (bij klant thuis, woont om de hoek bij Kenamju)

Dagdeel/duur: middag , 27 minuten

Geslacht: vrouw

Leeftijd: 38 jaar

Interviewer: Hartelijk dank dat u wilt meewerken met dit interview. Ik ben momenteel bezig met een klanttevredenheidsonderzoek onder de leden van Kenamju. Met dit onderzoek hopen we meer inzicht te krijgen in de wensen en behoeften van de klanten van Kenamju. Is het akkoord dat ik het interview opneem, dit is alleen voor mijn eigen uitwerking daarna wordt de opname verwijderd.

Respondent: natuurlijk geen probleem

Interviewer: fijn dan gaan we nu beginnen met wat algemene vragen. Bent u allang lid bij Kenamju?

Respondent: nu 4 jaar. Toen mijn oudste kind 3 jaar werd heb ik hem ingeschreven voor tuimeljudo. En daarna hebben mijn man en ik ons ingeschreven voor de sportschool.

Interviewer: hoe zijn jullie hier terecht gekomen? Vanwege het tuimeljudo van uw zoontje of?

Respondent: ja dat was het ook en wij wonen hier om de hoek dus dat is ideaal. En ook nog later heeft hij hier zwemmen gedaan.

Interviewer: en wat is voor jouw/jullie de voornaamste reden om te gaan sporten?

Respondent: uhm wel echt om gezond en fit te blijven. Ik heb zo'n druk werkleven en naarmate je wat ouder bent wil je op een gegeven moment ook gewoon fit zijn. En ook voor de kids natuurlijk dat ze wat meer bewegen na school even lekker sporten. En hij doet nog steeds judo, hij wordt nu bijna 7. Echt heel leuk hij is begonnen bij elco en martijn. En nu alleen bij martijn en dat is dus echt zijn meester dus dat is prima. En toevallig heeft hij ook met zwemles martijn gehad dus dat was heel fijn. Dus met zwemmen ging het ook supergoed want het was een soort van thuiskomen.

Interviewer: en sport je vaak?

Respondent: nou ik ben sinds 2 jaar weer begonnen met werken. In die tijd dat ik een sabbatical had ging ik echt 5 keer per week elke ochtend mijn kindje op school droppen en met ons andere kind naar Kenamju. Dus die zit al vanaf baby af aan bij de kinderopvang daar. En nu ik weer werk probeer ik 3 keer per week te gaan. Vooral in het weekend en vrijdag is mijn vrije dag. En vooral ook vanwege de kinderopvang dat ik zoveel kan want dan kan ik de jongste meenemen en zelf lekker sporten.

Interviewer: En doet u alleen aan fitness of ook aan groepslessen?

Respondent: nee ik doe voornamelijk groepslessen, in het begin toen ik net begonnen was, deed ik wel fitness in de zaal met een schema'tje enzo en later heb ik die groepslessen ontdekt. En dat vind ik ook veel leuker om te doen. Want dan ben je veel gemotiveerder omdat je toch in een groep bent, en iemand die je aanwijzingen geeft en in de zaal ben je op een gegeven moment toch alleen dan doen je wel je oefeningen en hou je meer pauze. En ben je meer aan het smokkelen en bij de groepslessen kan dat gewoon niet. Dus dat werkt heel motiverend voor mij. En het leuke van de groepslessen is vaak dezelfde docenten en allemaal dezelfde mensen die er heen gaan. Je kent op een gegeven moment ook iedereen.

Interviewer: en welke groepslessen volg je zoal?

Respondent: ja ik doe vrijdagochtend de circuit les, ik doe zondagochtend de TRX les en ik doe maandagavond yoga. Ja ik ben dol op yoga. Als ik niet aan het reizen ben naar het buitenland dan doe ik heel graag op maandagavond de yoga les. Ik vind intensief in combinatie met relaxen een goede balans. Anders ben je echt alleen maar actief op conditioneel vlak.

Interviewer: okee en u heeft ook gefitnest?

Respondent: jajaja zeker,

Interviewer: en wat vond u van het aanbod van de fitness apparatuur?

Respondenten: ik fitneste wel maar niet heel intensief en de dingen die daar stonden was gewoon goed genoeg voor de beginnende en gemiddelde sporten. Mensen die heel intensief sporten dat weet ik niet maar voor mij was het echt meer dan voldoende.

Interviewer: en als je een rapportcijfer zou moeten geven over het aanbod van alles wat ze aanbieden wat zou dat dan zijn?

Respondent: dat vind ik een 8. Ze bieden qua groepslessen echt heel veel verschillende lessen aan. Ik maak dan gebruik van 3 lessen maar zou echt zoveel anderen lessen nog willen volgen in dat opzicht is het echt meer dan voldoende.

Interviewer: okee en wat voor abonnement heb je?

Respondent: ik heb een standaard abonnement, niet met wellness. Ik had graag wellness er wel bijgewild maar ik ga daar niet apart voor betalen. Ik kom bij sportcity vandaan en daar zat je wellness gewoon bij je abonnement in. Ik vond dat minder om daar apart nog een abonnement voor af te sluiten.

Interviewer: en als het goedkoper was zou je het dan wel overwegen om te nemen?

Respondent: uhm... nouja in je abonnement, maar misschien is het dan te druk. Dan had ik er waarschijnlijk wel gebruik van gemaakt maar nu niet dus.

Interviewer: maar mist u het wel of zegt u het is prima zo?

Respondent: ja in het begin miste ik het wel maar nu kom ik puur om te sporten dus misschien minder. Maar als het erbij inzat had ik zeker wel gebruik gemaakt van de sauna. En nu is het gewoon hard sporten en soms wel soms niet een koffietje drinken en dan naar huis en thuis lekker douchen.

Interviewer: want je gaat wel naar de kleedkamers daarna maar niet douchen?

Respondent: ja soms wel, alleen een tas in mijn kluisje. Alleen het is vaak heel erg druk en sommige kluisjes zijn bezet of kapot. En dan gooi ik mijn tas in de zaal gewoon. En douchen doe ik eigenlijk

nooit dat doe ik het liefst lekker thuis want het is vaak heel druk. Veel mensen douchen wel daar omdat die dan waarschijnlijk door moeten naar hun werk maar ik ben dan vrij dus ga lekker naar huis dan.

Interviewer: en als u een rapportcijfer over de prijs/kwaliteit verhouding zou moeten geven?

Respondent: ja dat geef ik dan een 7. Ik vind de prijs prima alleen ik mis inderdaad wel de sauna. Bij sportcity betaalde ik iets meer maar kon ik daarna wel in de sauna.

Interviewer: okee dan heb ik nu een paar vragen over de servicekwaliteit. Heb je het gevoel dat je terecht kan bij de medewerkers als je een klacht hebt?

Respondent: ja maar omdat ik daar zo vaak kom, maar omdat ik er zo vaak ben voelt het voor mij echt als een soort tweede huis. Dus ik kan makkelijk tegen de meiden achter de bar zeggen of tegen Hidde dat nemen ze goed op en als het nodig is zeggen ze dat gaan we even bekijken enzo. Nee ze zijn heel erg open voor opmerkingen of verbeteringen of iets. Ze hebben niet zoiets van we doen er niks mee ofzo.

Interviewer: En Kenamju doet ook veel uitjes en dat soort dingen. Vind u dat ook leuk of doet u daar bijna nooit aan mee.

Respondent: oh wat grappig ja dat mis ik dus allemaal die informatie. Ik weet niet hoe zij die informatie dan verspreiden

Interviewer: ja via facebook voornamelijk volgens mij

Respondent: ja ik heb geen facebook, ik maak er daarom geen gebruik van maar zou het wel super leuk vinden maar meestal vis ik net achter het net dan hoor ik dat het geweest is maar dan ben ik al te laat haha. Dus dat is denk ik nog een puntje beter communiceren zodat er meer mensen mee kunnen doen. In Kenamju zelf, op de tv scherm zoiets.

Interviewer: en kijkt u wel eens op de website van Kenamju?

Respondent: ja ik heb het rooster op mijn telefoon, en moet wel zeggen dat is prima alleen een pluspunt zou zijn als er in het rooster toch ook de docent vermeld werd van de groepsles. Dat zou zo fijn zijn en natuurlijk is het een keer mis dan want dan is er iemand ziek of op vakantie maar op de voorhand al een docent neerzetten dat is dan leuk als je een nieuwe les wilt proberen dat je weet wie de docent is. vroeger hadden ze het namelijk wel.

Interviewer: en als u een rapportcijfer zou moeten geven over de service, wat zou dat dan zijn?

Respondent: ja wel een 8.5. ik vind de medewerkers zijn altijd vriendelijk en aardig. De extra service van de kinderopvang vind ik een dik pluspunt en de uitjes zoals je aangaf hoewel ik daar niet veel van de op hoogte ben maar dat ligt misschien aan mij maar vind ik wel echt super leuk al die extra's.

Interviewer: En als u een rapportcijfer zou moeten geven over de algemene tevredenheid wat zou dat dan zijn?

Respondent: uhm zeker wel een 8. Er zijn natuurlijk wel een paar verbeteringen. Ik sport bijvoorbeeld heel veel in de Dojo zaal, en die matten daar ik weet niet of jij ze al eens goed heb gezien maar daar ligt nog wel een aandachtspuntje van het goed schoonmaken. Je loopt daar altijd op blote voeten en de kinderen liggen daar op de grond met judo en karate, die matten zijn soms zo vies dat als je zo vaak op je buik moet liggen dan zie je gewoon zand en haar en gewoon echt echt viezig. Ik denk

dat dat wel elke dag schoongemaakt en gedweild moet worden ik weet niet hoe vaak ze het doen maar volgens mij 1 keer in de week. Dat denk ik in elk geval.

Interviewer: En zijn er nog andere punten die aandacht verdienen?

Respondent: nouja de schoonmaak van de dojo zaal en ohja ook de toiletten bij de ingang van de kinderopvang die zijn ook wel vaak vies. En de anderen toiletten zijn verder wel prima maar dat ligt er dus denk ik aan hoe vaak ze gebruikt worden. Ik zou ook in het weekend wel wat meer groepslessen willen. En het weekend zijn ze tot 5 uur open en de laatste les is geloof ik al om 11 uur en dan voor de

rest niks meer. En wat ik wel als pluspunt vind is dat de kinderopvang wel bij je abonnement inzit. Ik

denk dat als mensen er extra voor zouden moeten betalen minder mensen er gebruik van zouden maken. Is extra een stukje service.

Interviewer: en als laatste pluspunt vind ik dat het een super goede combinatie is van sporten en ook fysio onder één dak. Dat is echt top. Hoewel ik wel twijfel of deze fysio net zo goed is als de vorige fysio. Maar dat kan ik niet zeggen want daar ben ik nog nooit geweest. Maar nu als je dan iets hebt kan je bij de balie een afspraak maken en misschien al gelijk over een uur terecht dat is echt top. Dus ik ben heel positief.

Respondent: okee ja dat is zeker fijn, dank u wel voor uw medewerking.

Verbatim: Respondent 10

Datum: 20 mei 2018

Locatie: Phoenixstraat 13, Haarlem

Dagdeel/duur: ochtend , 20 minuten

Geslacht: man

Leeftijd: 42 jaar

Interviewer: Hartelijk dank dat u wilt meewerken met dit interview. Ik ben momenteel bezig met een klanttevredenheidsonderzoek onder de leden van Kenamju. Met dit onderzoek hopen we meer inzicht te krijgen in de wensen en behoeften van de klanten van Kenamju. Is het akkoord dat ik het interview opneem, dit is alleen voor mijn eigen uitwerking daarna wordt de opname verwijderd.

Respondent: ja natuurlijk geen probleem hoor, ik heb niks te verbergen haha

Interviewer: okee dan gaan we beginnen met eerst wat algemene vragen. Hoelang bent u al lid van Kenamju?

Respondent: ik ben lid geworden 3 maanden na de opening van dit pand, dus dat is 5 jaar nu.

Interviewer: okee en hoe bent u bij Kenamju terecht gekomen?

Respondent: ehm ja via een vriend van mij, hij sportte hier en toen ik zelf besloot te gaan sporten ben ik hier een kijkje gaan nemen dus zodoende.

Interviewer: en wat was de voornaamste reden waarom u voor Kenamju hebt gekozen? U gaf aan dat u via een vriend heeft gehoord van het bestaan van Kenamju?

Respondent: ja dat klopt, ik heb toen een rondleiding gekregen en eigenlijk zag ik alleen maar pluspunten. Allereerst natuurlijk de uitstraling, ik vind de sportschool er super mooi uitzien van binnen, het gehele pand is mooi eigenlijk. In de fitnesszaal vond ik vooral door de ramen dat er veel licht binnenkwam dat viel mij gelijk op. Verder hadden ze alles wat ik zocht dus ben ook niet meer verder gaan kijken naar anderen sportscholen.

Interviewer: okee en doet u alleen aan fitness of ook aan groepslessen?

Respondent: ik fitness 2 keer per week en 1 keer per week doe ik een groepsless spinning.

Interviewer: Wat vindt u van het aanbod van de groepslessen?

Respondent: ja prima moet eerlijk bekennen dat ik niet echt kijk naar de groeplessen ik volg altijd maar een groepsles en zou deze les ook niet willen ruilen voor bijvoorbeeld een andere groepsles.

interviewer: Zijn er dingen die veranderd moet worden aan de groepsles spinning?

Respondent: nou niet echt, ik vind het een leuke les en iedereen kan meedoen op zijn eigen niveau. Wel is er wel eens een fiets stuk maar ik weet inmiddels welke fietsen dat zijn en ik zorg ervoor dat ik op tijd binnen ben zodat ik een goede fiets kan uitkiezen.

Interviewer: en wat vind u van de les zelf?

Respondent: ja die is prima, leuke les en doe dit al een tijdje en ga nog steeds met veel plezier naar deze les toe.

Interviewer: en u gaf aan dat u ook 2 keer in de week aan fitness doet, wat vindt u van het aanbod van de fitnessapparatuur

Respondent: ik volg een trainingsprogramma in de fitness en alle toestellen die ik gebruik staan in de fitness. Dus ik vind het aanbod van de fitnessapparatuur prima.

Interviewer: zijn er dingen die veranderd moeten worden aan de fitness?

Respondent: nou wat ik wel vind, en met mij vele anderen want ik hoor dit regelmatig voorbij komen in de fitnesszaal, dat zoals nu is het heel erg warm. Doordat het gebouw veel ramen heeft komt er ook veel zonlicht doorheen, daardoor wordt het heel snel erg warm en benauwd binnen. Ze hebben dan wel zonnewering maar dat werkt niet echt tegen de warmte helaas.

Interviewer: en als u een rapportcijfer zou moeten geven over de tevredenheid van het aanbod wat Kenamju biedt?

Respondent: pff dat is een lastige, ik geef het aanbod een 7,5. Wat mij betreft is alles aanwezig wat je van een sportschool zou verwachten. Kleedkamers zijn groot, voldoende fitnessstoestellen, er zijn meerdere zalen voor groepslessen, nee dat is allemaal prima in orde.

Interviewer: okee dan heb ik nu wat vragen over de prijs/kwaliteit verhouding. Wat voor abonnement heeft u?

Respondent: ik heb een abonnement van 12 maanden en betaal 37,50 per maand.

Interviewer: okee en wat vindt u van de prijs/kwaliteit verhouding van het abonnement dat u heeft?

Respondent: ja ik vind het een prima prijs/kwaliteit verhouding. Je kan voor die 37,50 per maand gebruik maken van zowel de groepslessen als de fitness. Je kan je eigen trainingsprogramma samenstellen met een fitness instructeur is allemaal goed geregeld. Echter vind ik wel ze bieden geloof ik een extra abonnement aan voor leden die ook gebruik willen maken van de sauna en het zwembad. Nou heb ik op zich geen behoefte aan het zwembad maar een sauna op zijn tijd zou wel lekker zijn. Ik weet toevallig dat andere sportscholen dit vaak wel in hun kleedkamer hebben en dat mis ik hier wel een beetje.

Interviewer: ja dat kunt u inderdaad als extra optie nemen, dat kost €17,50 volgens mij

Respondent: ja precies en dat vind ik het gewoon niet echt waard.

Interviewer: En als het wellness abonnement goedkoper zou zijn zou u er dan wel gebruik van maken?

Respondent: pff ja dan wel denk ik, maar vanaf welke prijs geen idee. Misschien 39,50 voor mijn abonnement inclusief sauna dan. maar ik snap wel dat ze een afweging hebben gemaakt voor de

mensen die dit abonnement hebben, sommige mensen komen echt alleen om de sporten en in de kleedkamers is eigenlijk geen ruimte om nog een sauna neer te zetten.

Interviewer: okee en als u een rapportcijfer zou moeten geven voor de prijskwaliteit van Kenamju wat voor cijfer zou dat dan zijn?

Respondent: dan zou ik zeggen een 6,8. Ik vind de prijzen voor de abonnementen op zich prima alleen wat ik al aangaf die €17,50 extra voor sauna/zwembad vind ik het niet waard.

Interviewer: okee dan heb ik nu nog een aantal vragen over de servicekwaliteit van Kenamju. U gaf aan dat u zowel groepslessen als aan fitness doet, hoe ervaart u het contact met de instructeurs in de fitnesszaal?

Respondent: ja goed , ik vind ook één van de plus punten hier is persoonlijk contact. Alle medewerkers zijn altijd behulpzaam en aardig tegen je. Als je een vraag hebt dan proberen zij het op te lossen en altijd vrolijk wordt je begroet als je binnenkomt. Ook in de fitness staan de instructeurs altijd klaar om je vragen te beantwoorden.

Interviewer: Okee dus u heeft wel het gevoel dat als u een vraag/opmerking heeft dat u terecht kan bij een van de medewerkers hier?

Respondent: ja dat zeker alleen ik vraag mij wel eens af of er wat aan gedaan wordt. Zoals ik al eerder aangaf die hitte hier is echt bijna niet te houden om dan te gaan sporten. Dit hoor ik ook echt zo vaak om mij heen, en dan denk ik, ik ga vroeg sporten maar zelf dan is het echt heel erg warm al. En heb al menig leden gehoord die om die reden dan niet naar de sportschool komen en gaan buitensporten bijvoorbeeld. Ik heb dit wel eens aangegeven over de hitte maar heb niet echt het idee dat er wat mee gedaan wordt en dat is jammer want ik denk dat dit uiteindelijk wel leden gaat kosten. Sommige mensen zien dit echt als een grote ergernis.

Interviewer: okee en u zelf ook of heeft u er wel vrede mee?

Respondent: nouja ik vind het op zich wel vervelend maar het is voor mij geen reden om naar een andere sportschool te gaan. Tenzij het opeens in Nederland bijna elke dag dit weer wordt dan denk ik wel okee misschien toch maar op zoek naar een sportschool waarbij het minde warm is.

Interviewer: en als u een rapportcijfer zou moeten geven over de servicekwaliteit van Kenamju?

Respondent: Ja dat vind ik dus wel echt een dikke 8. Wat ik al aangaf ze zijn altijd beleefd, vriendelijk, bereid om je te helpen. Nee dat vind ik echt super

Interviewer: okee dan heb ik tot slot nog een vraag of u een rapportcijfer zou kunnen geven over de algemene tevredenheid hier.

Respondent: ja dan geef ik toch ook een 8. Ik vind het een super fijne sportschool, de sfeer is goed. Lekker veel ruimte en licht dat is echt prima allemaal.

Interviewer: okee en welke veranderingen zou Kenamju volgen u moeten doen om een hogere klanttevredenheid te krijgen?

Respondent: pff tja voornamelijk de hitte wat ik al aangaf. Ik probeer zelf altijd de hitte te vermijden door s 'avonds laat of s 'ochtends vroeg sporten. Dan nog is het wel zweten maarja als ik over straat loop dan zweet ik ook met dit warme weer. Verder nog een klein minpuntje vind ik de parkeerplekken voor de fietsen. De fietsenrekken zijn eigenlijk altijd vol en iedereen plaatst daardoor hun fiets gewoon op de stoep waardoor je er bijna niet meer door kan.

Interviewer: okee bedankt voor u medewerking. Dan heb ik nog een allerlaatste vraag, zou u het rapport willen ontvangen op de e-mail?

Respondent: nee hoor bedankt ik hoop dat je er wat aan hebt en succes met je afstuderen.

Interviewer: bedankt!

Verbatim: Respondent 11

Datum: 21 mei 2018

Locatie: Phoenixstraat 13, Haarlem

Dagdeel/duur: middag , 27 minuten

Geslacht: vrouw

Leeftijd: 19 jaar

Interviewer: Heel erg bedankt dat u wilt meewerken aan dit onderzoek. Ik ben bezig met een klanttevredenheidsonderzoek voor de sportschool om te achterhalen wat de positieve en verbeterpunten van de sportschool zijn. Dit interview zal ongeveer een half uur duren en alles wat gezegd wordt neem ik op voor mijn uitwerking, daarna wordt de opname verwijderd is dat akkoord?

Respondent: ja zeker,

Interviewer: okee dan gaan we nu beginnen met wat algemene vragen. Hoelang bent u al lid bij Kenamju?

Respondent: ik ben nu bijna 1 jaar lid.

Interviewer: en hoe bent je terecht gekomen bij Kenamju?

Respondent: ik sportte hiervoor bij sportcity maar ik vond de locatie daar niet echt fijn. Het is daar heel donker je sport eigenlijk in een kelder en dat was eigenlijk voor mij een reden om op zoek te gaan naar een andere sportschool. Toen kwam ik Kenamju tegen op internet en als dat dan vergelijkt met Sportcity qua licht en alles is dit 10 keer beter.

Interviewer: okee dus dat is de reden dat je hebt gekozen om bij Kenamju te komen sporten?

Respondent: ja qua prijs was dit ongeveer gelijk aan sportcity en wat ze aanbieden is het ook ongeveer gelijk hoewel jullie hier geen sauna hebben en dat hebben ze daar wel, maar verder is alles qua aanbod hetzelfde.

Interviewer: okee en doe je alleen groepslessen of fitness of beide?

Respondent: ik doe alleen aan fitness. Ik heb wel eens een groepless uitgeprobeerd maar dat vond ik toch te heftig haha.

Interviewer: te heftig? Wat bedoel je daarmee?

Respondent: nouja heftig is misschien niet het goede woord maar ik sommige lessen moet je wel echt verschillende pasjes en alles doen en dat ligt mij niet zo. Ik ben meer zo van als iedereen rechts gaat ga ik links snap je. Niet zo'n goede motoriek heb ik.

Interviewer: oh ja ik snap het, en wat vind je van het aanbod van de fitnessapparatuur?

Respondent: ja prima alles wat ik nodig heb is aanwezig. Alleen vind ik het aanbod niet weinig maar het is gewoon soms te druk dan moet je best wel lang wachten voor je op een ander apparaat kan en dat is soms wel storend.

Interviewer: en als je een rapportcijfer zou moeten geven over het aanbod van de dienstverlening wat zou dat dan zijn?

Respondent: tja ik zou wel een voldoende geven rond een 7. Alleen de drukte vind ik echt een minpunt. Misschien ligt dat aan het moment dat ik sport hoor maar toch. Het lijkt wel of iedereen s'avonds komt trainen ofzo.

intervieweR: want wanneer train jij meestal?

Respondent: ja in de avond altijd.

Interviewer: okee dan heb ik nu wat vragen over je abonnement. Wat voor abonnement heb je

Respondent: ik heb een 2 jarige abonnement en betaal iets van 30 euro per maand geloof ik.

Interviewer: en wat vind je van de prijs/kwaliteit verhouding? Wat voor rapportcijfer zou je dat geven?

Respondent: ik vind de prijs aan de dure kant, hoewel ik bij sportcity dit ook betaalde alleen bij sportcity zat er wel een sauna bij en kon je onder de zonnebank (wel tegen betaling) maar deze extra's mis ik hier wel. Dus ik zou als cijfer een 6.5 geven.

Interviewer: ja er is hier wel een sauna aanwezig alleen moet je je abonnement upgrade en betaal je €17.50 per maand extra, daarvoor kan je gebruik maken van het zwembad, de sauna en het turk stoombad.

Respondent: oh dat meen je niet dat heb ik niet eens geweten joh. Nouja alsnog zou dat geen optie voor mij zijn want dan zou ik bijna 50 euro per maand kwijt zijn aan een abonnement dus nee dat zou ik er niet voor over hebben.

Interviewer: en als de wellness goedkoper zou zijn zou je er dan wel gebruik van maken?

Respondent: ja dat denk ik wel, ik zou denk ik max €5 extra per maand willen betalen om gebruik te mogen maken van het zwembad en de wellness. Dan zit ik op een maandelijks bedrag van 35 euro en dat vind ik dan prima.

Interviewer: tot slot ga ik je nog een paar vragen stellen over de servicekwaliteit. Hoe ervaar je het contact met de Kenamju instructeurs?

Respondent: ja heel fijn, de jongens die ik ken maken altijd wel even een praatje met je en vragen hoe het gaat. De mensen die ik niet ken spreek ik niet of nauwelijks eigenlijk.

Interviewer: en heb je het gevoel dat je terecht kan met een vraag/klacht/opmerking bij iemand?

Respondent: ja dat zeker wel, voornamelijk bij de mensen die ik ken hoewel ik niet echt het idee heb dat er wat mee gedaan wordt maar ze staan wel open voor feedback.

Interviewer: okee en waarom heb je het idee dat er niks mee gedaan wordt?

Respondent: nou laatst heb ik gemeld dat de kluisjes het vaak niet doen, en vervolgens kwam ik een paar weken laten weer en toen was het alsnog niet opgelost. Ook heb ik wel eens aangegeven dat de dameskleedkamer de privacy heel slecht is. de deur gaat namelijk constant open. En dat is op zich logisch alleen de laatste 2 douches kan je dan zo naar binnen kijken als iemand daar staat te douchen. Dat is voor mij echt een reden geweest om hier niet meer te gaan douchen dus tegenwoordig douche is thuis.

Interviewer: okee dat is vervelend inderdaad. En dat heeft u toen gemeld bij iemand maar er is niks mee gedaan?

Respondent: nee klopt dus daarom hoop ik na dit interview dat er wel wat mee gedaan wordt.

Interviewer: ja ik ga het allemaal opnemen in het rapport.

Interviewer: zou je nog een rapportcijfer kunnen geven over de service?

Respondent: ja valt daar dit ook allemaal onder? Want dan geef ik een lager cijfer natuurlijk haha?

Interviewer: nouja onder service valt natuurlijk wel het opnemen van klachten en dat soort dingen. En verder alles wat ze aanbieden extra zoals activiteiten en alles buiten de sportschool om.

Respondent: okee dan geef ik een 8.8. Want ze zijn wel bereid mij te helpen en nemen ook als ik een klacht heb dit serieus alleen dan wordt het uiteindelijk niet uitgevoerd dat is dus wel een minpunt.

Interviewer: okee en heb je verder nog dingen dat je denkt dat moet veranderd worden?

Respondent: even denken hoor, ik heb er al over nagedacht thuis natuurlijk en even kijken ik vind ook dat de ingang niet goed bereikbaar is omdat er teveel fietsen staan. En wat ik de laatste tijd heel erg storend vind is toch wel de extreme hitte binnen. Als het dan buiten al zo warm is, en je wilt gaan sporten dan is het binnen niet vol te houden eigenlijk.

Interviewer: okee kom je zelf ook op de fiets?

Respondent: ja ik kom zelf ook altijd op de fiets en die zet ik dan vlakbij de parkeerplaatsen neer omdat het hier altijd vol is dus dat is prima alleen sommige mensen willen blijkbaar niet even een klein stukje lopen maar moeten voor de deur staan en daardoor kunnen mensen slechter naar binnen. Terwijl er toch duidelijk staat geen fietsen plaatsen.

Interviewer: okee dan heb ik al laatste vraag nog of je een algemeen rapportcijfer zou willen geven over jouw tevredenheid van de sportschool?

Respondent: ik geef dan een 7.5. ik vind namelijk het gebouw is heel erg mooi, en de licht val. Misschien is dat ook de reden dat het er zo warm wordt maar in de herfst en winter heb ik daar geen last van. Verder vind ik het altijd gezellig druk als ik binnenkom hier aan de bar. Een soort klein huiskamer gevoel krijg je ervan. Dus ja ik ben op die andere puntjes na heel tevreden over Kenamju.

Interviewer: okee bedankt voor je tijd.

Respondent: geen probleem succes met het schrijven van je rapport.

Verbatim: Respondent 12

Datum: 21 mei 2018

Locatie: Phoenixstraat 13, Haarlem

Dagdeel/duur: middag , 22 minuten

Geslacht: man

Leeftijd: 22 jaar

Interviewer: Hartelijk dank dat u wilt meewerken aan dit onderzoek. Ik ben voor Kenamju bezig met een klanttevredenheidsonderzoek onder de leden.

Respondent: geen probleem hoor en zeg maar je.

Interviewer: okee nouja ik ga allereerst een paar algemene vragen stellen. Ik moet wel eerst even vragen of het akkoord is dat het interview wordt opgenomen. Dit is alleen voor mijn eigen uitwerking en wordt daarna verwijderd. Het interview is namelijk anoniem.

Respondent: ja hoor geen probleem.

Interviewer: okee dan gaan we beginnen met de algemene vragen. Hoelang ben je al lid van Kenamju?

Respondent: ik ben nu ongeveer 2 jaar lid van Kenamju.

Interviewer: okee en hoe ben je terecht gekomen bij Kenamju?

Respondent: ik ben gestopt met sporten en na een jaar vond ik toch wel dat ik weer wat aan sport moest doen. Toen ben ik op zoek gegaan naar een sportschool in de buurt en zodoende kwam ik terecht bij Kenamju.

Interviewer: okee en hoe ben je op de hoogte gebracht van het bestaan van Kenamju?

Respondent: eigenlijk gewoon via internet, en toen heb ik mij aangemeld en kreeg ik een rondleiding.

Interviewer: en doet u alleen aan fitness of ook groepslessen?

Respondent: ik doe alleen fitness in de fitnesszaal.

Interviewer: okee en wat vind je van het aanbod van de fitness?

Respondent: je bedoelt de toestellen die er zijn etc.?

Interviewer: ja alle apparatuur die er staat, mist u bijvoorbeeld dingen?

Respondent: Nee helemaal niet alles wat ik nodig heb staat er.

Interviewer: en zijn er nog dingen die verandert moeten worden in de fitnesszaal?

Respondent: nouja wat ik wel vervelend vind is dat het soms echt te druk is, vooral in de fitnesszaal dan moet je lang wachten tot je bij een apparaat kan en dat is soms wel vervelend. Verder vind ik dat er wel eens wat beter schoongemaakt mag worden in de kleedkamer.

Interviewer: en als u een rapportcijfer moet geven voor het aanbod? Wat zou dat dan zijn?

Respondent: uhm een rapportcijfer dan denk ik wel een 6 geef. alles is goed qua aanbod alleen de drukte en het schoonmaken van de fitnesszaal is wat minder daarom geef ik een 6. Een pluspunt vind ik wel het brede aanbod van de groepslessen, niet dat ik daar gebruik van maak maar toch is het wel een pluspunt voor mensen die wel groepslessen volgen.

Interviewer: okee ik ga nu wat vragen stellen over de prijs/kwaliteit verhouding.

Respondent: okee

Interviewer: wat voor abonnement heb je?

Respondent: ik heb een studentenabonnement en betaal iets van 30 euro per maand.

Interviewer: okee en wat vind je van de prijs/kwaliteit verhouding?

Respondent: ja op zich prima hoewel ik het niet super goedkoop vindt. Want een studentenabonnement is volgens mij niet veel goedkoper dan dat ik gewoon een abonnement zou afsluiten voor 2 jaar.

Interviewer: maak je ook gebruik van de wellness?

Respondent: nee ik heb alleen een abonnement voor het sporten.

Interviewer: Heeft het een reden dat je niet voor de extra upgrade van de wellness hebt gekozen?

Respondent: nouja meer omdat het extra kost en ik eigenlijk niet echt behoefte eraan heb ik kom hier om te sporten en ga daarna meestal gelijk naar huis.

Interviewer: Zou u nog een rapportcijfer kunnen geven over de prijs/kwaliteit verhouding?

Respondent: de prijs vind ik wel wat aan de hoge kant, zeker voor een studentenabonnement. Hoewel ik wel vind dat je voor die prijs wel veel krijgt (ik maak daar geen gebruik van allemaal maar toch). Als ik een cijfer zou moeten geven is dat een 6.

Interviewer: okee dank je wel, dan ga ik nu nog paar vragen stellen over de service kwaliteit. Hoe ervaar je het contact met de Kenamju instructeurs?

Respondent: het contact,, tja ik heb niet echt heel erg veel contact op zich. Ik sport hier en iedereen is altijd vriendelijk verder, maar verder train ik gewoon en dan ga ik naar huis.

Interviewer: en wordt u goed geholpen in de fitness of traint u altijd alleen zonder dat iemand een praatje met u maakt?

Respondent: ja ze komen altijd wel even vragen hoe het gaat, maar ik ken mijn trainingsprogramma en verder heb ik niet echt begeleiding daarin nodig.

Interviewer: en heeft u het gevoel dat, mocht u een klacht of vraag/opmerking hebben, dat je wel terecht kan bij één van de medewerkers?

Respondent: ja dat wel, de dames achter de bar zijn altijd vriendelijk en de mensen in de fitness ook. Mocht ik een vraag hebben zijn ze altijd bereid mij te helpen.

Interviewer: okee en zou je een ook een rapportcijfer kunnen geven over de servicekwaliteit?

Respondent: ik zou een 9 geven. Ik vind ze altijd vrolijk en vriendelijke tegen iedereen.

Interviewer: en zou je een rapportcijfer kunnen geven over de algemene tevredenheid van de sportschool?

Respondent: ja dan zou ik een 7 geven.

Interviewer: zijn er nog dingen Kenamju zou moeten verbeteren om een betere klanttevredenheid te krijgen?

Respondent: nouja de drukte is wel een dingetje, hoewel ik niet weet wat je daaraan zou kunnen veranderen. En verder de fietsenstalling is te klein waardoor alle fietsen nu op de stoep staan dat is ook wel irritant.

Interviewer: okee dank je wel, bedankt voor je medewerking.

Bijlage 4: Analyseschema's

Deze bijlage bevat de analyseschema's die voortkomen uit de verbatims.

Analyseschema a: dienstkwaliteit:

- **Wat vindt u van het aanbod van de groepslessen? Mist u dingen?**

Respondent	Label	Citaat of parafrasering
1	Positief	Het aanbod van de groepslessen vind ik heel breed. Ook de instructeurs doen het heel leuk, hoewel het verschilt per instructeur.
2	Positief	nouja wat ik zei op zich goed zolang er ook maar de shape les met cardio blijven komen en niet teveel lessen die op pure kracht zijn gericht. En yoga is heel goed dat heb ik jaren gedaan en doe ik nu voor mijzelf thuis dus dat zoek ik hier niet.
3	Nvt	Doet alleen aan fitness
4	Nvt	Doet alleen fitness
5	Nvt	Doet alleen fitness
6	Neutraal	Wel soms druk bij de groepslessen en daardoor kon ik de les niet meer in
7	Positief	Een reden om naar deze sportschool te komen vanwege het aanbod
8	Positief	Sporten hier vanwege het aanbod van verschillende lessen
9	Positief	Veel verschillende soort groepslessen. Doet zelf TRX, circuittraining en Yoga.
10	Positief	Prima maar doet maar één groepsles, dus heb geen ervaring met de rest.
11	Nvt	Doet alleen fitness
12	Nvt	Doet alleen aan fitness

- **Wat vindt u van het aanbod van de fitnessapparatuur?**

Respondent	Label	Citaat of parafrasering
1	Nvt	Doet alleen groepslessen
2	Nvt	Doet alleen groepslessen
3	Negatief	ik heb de mazzel dat ik altijd overdag kan, ehm dus dan is het over het algemeen wel rustig. Ik vind wel dat de organisatie ehm, meer op moet letten of dat ze meer ehm, als er fouten, het gebeurt regelmatig, dat apparatuur bezet wordt gehouden door groepjes jongeren of mensen die op hun telefoon zitten te kijken en dan het apparaat bezet houden en dan denk ik, vind ik, ik heb het wel eens eerder gehoord, dat diegene die dan door de zaal lopen dat ze hun mond open moeten trekken, want ehm je hoeft niet al die apparaten bezet te houden.

4	Positief	nee totaal niet, ik vind dat alles goed aanwezig is en uhm nee en er is voldoende aandacht voor je. En misschien als apparatuur stuk is, zou dat sneller vervangen kunnen worden.
5	Positief	Ik heb eigenlijk alles wat ik nodig heb binnen deze sportschool is aanwezig. Kleedkamers, fitnesszaal eventueel groepslessen, een bar waar je wat kan drinken. Dat is allemaal prima in orde.
6	Positief	Alles is aanwezig en zit er netjes en verzorgd uit.
7	Neutraal	Alles is er wel, alleen je moet steeds bij een groepslessen spullen uit de fitnesszaal zelf pakken en daarmee naar toe nemen.
8	Neutraal	Misschien kasten neerzetten in de Dojozaal
9	Positief	Doet nu geen fitness meer maar eerst wel, alle apparatuur is aanwezig voor beginnende en middel sporters. Voor intensief sporten zou ik het niet weten of er apparatuur ontbreekt.
10	Positief	Al het apparatuur wat in een sportschool hoort te staan is aanwezig.
11	Neutraal	ja prima alles wat ik nodig heb is aanwezig. Alleen vind ik het aanbod niet weinig maar het is gewoon soms te druk dan moet je best wel lang wachten voor je op een ander apparaat kan en dat is soms wel storend.
12	Positief	Alle apparatuur die in een sportschool hoort te staan is aanwezig, wel is het vaak heel druk.

Rapportcijfer Dienstkwaliteit

Respondent	Label/ cijfer	Citaat of parafrasering
1	7	Ik geef het een 7 aangezien ik de groepslessen die er worden aangeboden erg breed zijn. Ik hou heel erg van bodypump en deze les wordt veel gegeven. Maar ik denk dat er voor ieder wat wils is hier bij de sportschool.
2	6.5	Ik geef het een 6. Ik vond het eerst een 8 waard maar aangezien er de laatste twee weken veel wijzigingen in de groepslessen heeft plaatsgevonden geef ik het een 6. Ik vind namelijk dat er op een andere manier dit gecommuniceerd had moeten worden naar klanten.
3	7.0	nou qua aanbod vind ik het prima, alles wat je verwacht van een sportschool is aanwezig. Dus ik zou dat een 7 geven.
4	8.5	Ja dat is zeker wel een 8.5 Ik vind dat ze alles wat een sportschool zou moeten hebben ze hier onder één dak.
5	8.0	Ja dat vind ik wel een 8 waard. Ik heb eigenlijk alles wat ik nodig heb binnen deze sportschool is aanwezig. Kleedkamers, fitnesszaal eventueel groepslessen, een bar waar je wat kan drinken. Dat is allemaal prima in orde.
6	8.5	Enthousiaste instructeurs ook bij de andere groepslessen en een breed aanbod
7	6.8	Als er een circuittraining is kan je daar bijna niet meer trainen want mensen kijken je dan heel boos aan.
8	6.0	Kasten neerzetten om spullen op te bergen
9	8.0	Ze bieden qua groepslessen veel verschillende soorten lessen aan.
10	7.5	Kleedkamers zijn groot genoeg, voldoende fitnessstoestellen en meerdere zalen voor groepslessen.

11	7.0	Alleen de drukte vind ik echt een minpunt. Misschien ligt dat aan het moment dat ik sport hoor maar toch. Het lijkt wel of iedereen s'avonds komt trainen ofzo.
12	6.0	Vanwege de drukte in de fitnesszaal moet je soms lang wachten voor je op een apparaat kan en het schoonmaken vind ik wel een dingetje. Ik zie vaak dat er toch wel dingen vies zijn.

Analyseschema c: prijskwaliteit

□ Wat vindt u van de prijs/kwaliteit verhouding van het abonnement dat u heeft?

Respondent	Label/ cijfer	Citaat of parafrasering
1	Positief (8.0)	Ik heb een abonnement voor 2 jaar afgesloten en betaal 32,50. Eerst had ik een duurder abonnement voor 1 jaar en betaalde ik ...€ maar omdat ik al zolang hier sport ben ik overgestapt naar 2 jaar en heb daardoor minder maandelijkse kosten.
2	Positief (7)	Op zich prima gewoon, het is niet heel goedkoop maar ook niet heel duur dus in dat opzicht zal ik zeggen een 7.
3	-	-
4	Positief (8)	ik vind het zelf goedkoop. Ik betaal € 52,50 en daarvoor train ik dus 7 keer per week en maak ik veel gebruik van mijn wellness abonnement
5	Positief (6.8)	het is niet de goedkoopste sportschool van Haarlem, maarja ehm dat zorgt ook wel voor een bepaald publiek dus dat vind ik prima.
6	Positief (7)	Ik vind de prijs prima
7	Positief (6.8)	ja ik vind het een prima bedrag dus ik zou zeggen een 6.8
8	Negatief (5.7)	ik vind het wel echt aan de dure kant, ook omdat ik een ander abonnement heb natuurlijk dus ik geef als rapportcijfer daarvoor een 5.7.
9	Positief (7.0)	De prijs is prima, maar ik mis wel de sauna. Bij andere sportschool zat dat bij de prijs inbegrepen.
10	Positief (6.5)	Kan voor dit bedrag gebruik maken van de fitness en de groepslessen en kleedkamers etc. mis wel een sauna in de kleedkamer want vind het te duur om daarvoor een extra abonnement van 17,50 af te sluiten.
11	negatief (6.5)	ik vind de prijs aan de dure kant, hoewel ik bij sportcity dit ook betaalde alleen bij sportcity zat er wel een sauna bij en kon je onder de zonnebank (wel tegen betaling) maar deze extra's mis ik hier wel. Dus ik zou als cijfer een 6.5 geven.
12	Negatief	Studentenabonnement is bijna net zo duur als een gewoon abonnement.

Analyseschema d: servicekwaliteit

- Hoe ervaart u het contact met de Kenamju medewerkers? Heeft u het gevoel dat u altijd terecht kan met een vraag/opmerking/klacht?

Respondent	Label	Citaat of parafrasering
1	Negatief	Nee om eerlijk te zijn niet echt. Ik heb wel eens een probleem gehad en dit gemeld bij de desbetreffende docent, maar werd niks mee gedaan. Toen nog een keer gemeld, weer geen verbetering en later aan iemand anders gemeld en toen is het wel opgelost.
2	Negatief	Nee in dat opzicht zou ik niet weten waar ik mij zou moeten melden om een klacht of iets in te dienen. Toevallig wel laatste een mail gestuurd omdat ik een klacht had en kreeg toen wel antwoord alleen het was niet opgelost.
3	Negatief	Ja zeker, maar ik loop hier al wat jaren rond en ga heel amicaal om met de jongens hier. Ik meld vaak wel mijn frustraties maar heb wel het gevoel dat hier niet echt wat mee gedaan wordt en dat is jammer.
4	Positief	'dames achter de bar die s'ochtends moeten openen. Want de sportschool gaat officieel om 7 uur open en dan zijn ze er vaak al eerder en mag ik al naar binnen om 10 voor 7. Uhm ze zijn heel spontaan als je je koffie daar drinken, en heb je geen telefoon bij je en vraag je of je even mag bellen mag dat ook. Niks is daar te moeilijk'.
5	Positief	ja ik vind het altijd wel leuk als je een beetje contact hebt met de mensen die daar werken. Dat wisselt wel per personeelslid de een heeft er ook meer zin in dan de ander. En ze helpen je altijd als er dingen niet goed gaan in de fitnesszaal bijvoorbeeld.
6	Positief	Positief maar ligt er wel aan welke instructeur er staat. Sommige die ik minder goed ken spreek ik dan niet aan.
7	Positief	ja dat vind ik heel goed
8	Positief	ja zeker, ze zijn allemaal even vriendelijk en ze weten er ook gewoon veel van. Je wordt ook wel gecorrigeerd enzo in de fitnesszaal als je een oefening niet goed doet. Vind ik heel fijn.
9	Positief	Het voelt echt als een tweede huis, ik kan tegen de dames achter de bar of bij Hidde altijd zeggen als er iets niet goed gaat.
10	Positief	ja dat zeker alleen ik vraag mij wel eens af of er wat aan gedaan wordt. Zoals ik al eerder aangaf die hitte hier is echt bijna niet te houden om dan te gaan sporten. Dit hoor ik ook echt zo vaak om mij heen, en dan denk ik, ik ga vroeg sporten maar zelf dan is het echt heel erg warm al.
11	Neutraal	Heeft wel het gevoel terecht te kunnen bij de medewerkers met een klacht maar niet het gevoel dat er wat aan de klacht wordt gedaan.
12	Positief	Dames achter de bar zijn altijd vriendelijk en zeggen je gedag.

Analyseschema e: rapportcijfer servicekwaliteit

Respondent	Cijfer	Citaat of parafrasering
1	8.0	
2	7.5	Nouja wat ik inderdaad al zij ik vind dat er veel veranderd de afgelopen maanden alleen de service die ze bieden niet. Dus dat cijfer blijft zeker een 7,5 staan.
3	5.5	Op dit moment ligt die echt op een onvoldoende bijna een 5.5. De professionaliteit ligt echt een stuk lager dan eerst.

4	9.0	Ja de service hier vind ik echt top! Ik geef dat een 9 omdat de dames bereid zijn wat extra's te doen, iedereen is vriendelijke en beleefd.
5	8.0	Ja het personeel en de extra service zoals kinderopvang, clinics etc.
6	7.5	Hoewel ik geen gebruik ervan maak bieden ze wel heel veel extra dingen aan zoals de fysio en doen ze ook veel qua activiteiten.
7	8.0	De service vind ik wel echt een 8 waard. Ze zijn hier altijd vriendelijk en beleefd .
8	8.0	Ze zijn vrolijk en altijd bereid je te helpen indien je hulp nodig hebt.
9	8.5	Medewerkers vriendelijk, als extra service de kinderopvang en de uitjes die ze organiseren.
10	8.0	Zijn altijd bereid om je te helpen. Goede sfeer hangt hier.
11	7.0	Dan geef ik een 7. Want ze zijn wel bereid mij te helpen en nemen ook als ik een klacht heb dit serieus (ze luisteren in elk geval) alleen dan wordt het uiteindelijk niet uitgevoerd dat is dus wel een minpunt
12	7.5	Altijd vrolijk en vriendelijk tegen iedereen.

Analyseschema f: Rapportcijfer dienstkwaliteit, prijs, servicekwaliteit en algemene tevredenheid

Respondent	Dienstkwaliteit	Prijs	Servicekwaliteit	Algemene tevredenheid
1	7.0	8.0	8.0	7.0
2	6.5	7.0	7.5	7.0
3	7.0	-	5.5	6/6.5
4	8.5	8.0	9.0	9.0
5	8.0	8.0	6.8	8.5/9
6	8.5	7.0	7.5	7.0
7	6.8	8.0	6.8	7.5
8	6.0	8.0	5.7	7.5
9	8.0	7.0	8.5	7.0
10	7.5	6.5	8.0	8.0
11	7.0	6.5	9.0	7.5
12	6.0	6.0	8.8	7.0
Gemiddelde	7.2	7.2	7.6	7.5

☐ Hoe bent u bij Kenamju terecht gekomen?

Respondent	
1	overgestapt van Achmea naar Kenamju omdat instructrice hier ging werken
2	Niet meer tevreden over oude sportschool, via kennis bij Kenamju terechtgekomen
3	Via een vriend van mij, ik ben gestopt met werken en die zei tegen mij kom je moet weer gaan sporten.
4	omdat de sportschool opnieuw werd geopend bij mij in de buurt 5 jaar geleden. En ik had voornamelijk interesse in het sauna gebeuren en het zwembegeuren. Dat trok mij op dat moment erg aan.

5	Via Elco ben ik hier terecht gekomen, ik werk wel eens samen met hem
6	Via een vriendin van mij
7	Voelde zich niet meer thuis bij de oude sportschool, toen op zoek gegaan naar een nieuwe. En qua locatie was dit de beste optie
8	Viel voor de locatie, open en licht. Andere sportscholen heel donker die die vielen af.
9	Kind zit hier op judo sinds zijn 3 ^e en wij wonen om de hoek zodoende zijn mijn man en ik ook lid geworden.
10	Via een vriend van mij die hier al sportte ben ik hier terecht gekomen.
11	Ontevreden over andere sportschool toen via internet gekeken en kwam uit bij Kenamju
12	Via internet

- Welke veranderingen zou Kenamju moeten doen om een hogere klanttevredenheid te krijgen volgens u?
- Welke punten/aspecten dienen zeker mee te worden genomen in de aanbevelingen aan Kenamju?

Respondent	Citaat/paragrafen
1	- Kleed kamers te klein - Kluisjes vaak stuk - Fiets niet kwijt kan -
2	- Niet meer aangegeven op website welke instructeur de groepsles geeft - In de zomermaanden is het te warm, ramen kunnen wel open maar wordt vaak niet gedaan en dat werkt ook niet als de ramen openstaan tegen de hitte. - Lockers in de kleedkamer zijn vaak kapot
3	- Meer toezicht in de fitness, nu regelmatig gebeurt dat mensen apparatuur bezet houden terwijl ze op hun telefoon zitten te kijken. - Sterke twijfels over de hygiëne over het algemeen hier. Maar voornamelijk in de fitnesszaal en de kleedkamers - Stagiaires die rondlopen en eigenlijk niet veel doen -
4	- Apparatuur sneller vervangen als iets stuk is - Senioren zwem fit wordt niet op bepaalde tijden gegeven en is niet duidelijk wanneer dit is als ik gebruik wil maken van het zwembad, mag dat wel maar ik doe dat niet omdat er dan senioren bezig zijn met bepaalde oefeningen.

5	- Klein minpuntje is dat er bij de sauna alleen maar vrouwenbladen liggen zoals de Linda en ik hier voornamelijk alleen mannen zie. - Personeel voornamelijk de jongeren, je ziet dat die weinig zin erin hebben en zodra ze hun taken hebben voldaan gaan ze maar een beetje staan kijken, ze mogen wel wat proactiever zijn vind ik.
6	- Kluisjes stuk - Drukte in de kleedkamers -
7	- Te weinig parkeerruimte voor de fiets - Tijdens crossfit kan je niet achter in het zaaltje trainen - De kluisjes is ook een ergernis - Te kleine kleedkamers en te druk (vanwege middelbare scholieren) - Privacy in de dameskleedkamer is er niet, de deur gaat telkens open en iedereen kijkt naar binnen dan - Hygiëne in de Dojozaal - Te warm
8	- De kluisjes zijn of stuk en ze hebben er te weinig - Hygiëne in de gehele sportschool - Te warm
9	- Hygiene in de Dojozaal + toiletten naast kinderopvang - Kluisjes kapot of bezet - Instructeurs vermelden bij lesrooster
10	- Te warm
11	- Te warm - Kluisjes stuk - Privacy dameskleedkamer - Klacht niet serieus genomen
12	- Te druk in de fitnesszaal - Fietsenstalling
	- Schoonmaken van het gebouw

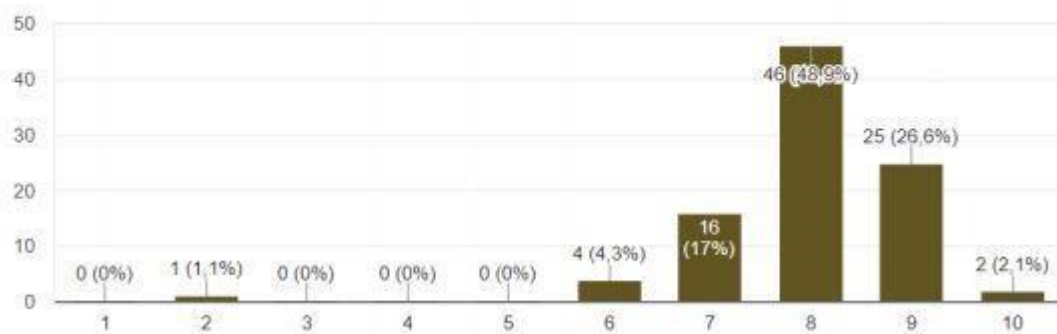
□ Wat waren de positieve punten die de respondenten aangaven?

Respondent	Citaat of paragrafiseren
1	
2	Vriendelijk personeel, sfeer is heel fijn en het is schoon
3	De sfeer is goed, de locatie is mooi en het vele licht. Zijn over het algemeen zeer vriendelijk en kleedkamer groot genoeg. Ik ga met plezier hier naartoe. Alleen ik weet niet of het management precies doorheeft wat er speelt op de werkvloer.
4	
5	
6	

Bijlage 5: Respons klanttevredenheidsenquête Kenamju

Welk cijfer geef jij sportcentrum Kenamju in het algemeen?

94 reacties



Bijlage 6: Logboek en planning

De planning van het afstuderen heeft 11 weken aangezien ik pas op 20 maart ben begonnen met mijn afstudeerstage (ik heb hiervoor overigens toestemming gekregen van meneer Schreurs om alsnog te starten met afstuderen).

Week	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Plan van aanpak											
H1 inleiding											
H2 probleemformulering											
H3 de organisatie											
H4 theoretisch kader											
H5 onderzoeksmethoden											
H6 analyse resultaten											
H7 conclusie en aanbeveling											
H8 implementatie											

Datum	Betrokkenen/locatie	Afspraken en besluitenlijst
20 maart 2018	Larissa de Groot , Elco van der Geest	Eerste sollicitatie gesprek Kenamju
26 maart 2018	Larissa de Groot	Begonnen op stage plek Kenamju + goedkeuring afstudeercoördinator
26 maart – 4 april 2018	Larissa de Groot	Probleemformulering + literatuurstudie begonnen
4 april 2018	Larissa de Groot & Tutorbegeleider	Plan van aanpak inleveren
10 april 2018	Larissa de Groot & Tutorbegeleider	Plan van aanpak besproken, nog aantal kleine wijzigingen
1 mei – 17 mei 2018	Larissa de Groot & respondenten	Interviews afnemen leden Kenamju
7 mei 2018	Larissa de Groot	Verbatims 4 interviews af
8 mei 2018	Larissa de Groot & Tutorbegeleider	Inleveren concept scriptie
10 mei -20 mei 2018	Larissa de Groot	Verbatims (8) + analyseschema's maken
14 mei 2018	Larissa de Groot	Feedback concept scriptie verwerken
20 mei – 3 juni 2018	Larissa de Groot	Conclusie schrijven + aanbeveling
3 juni – 7 juni 2018	Larissa de Groot	Implementatie schrijven
8 juni – 10 juni 2018	Larissa de Groot	Management summary, voorwoord + lay out nalopen
11 juni 2018	Larissa de Groot	Reflectieverslag schrijven
14 juni 2018	Larissa de Groot	Inleveren definitieve scriptie

Bijlage 7: Audit-trail interviews

2 mei 2018	11.00 uur	Vrouw	38 jaar	30 minuten	3-4 jaar	Kenamju
5 mei 2018	09.30 uur	Vrouw	55 jaar	44 minuten	5 jaar	Kenamju
7 mei 2018	14.00 uur	Man	58 jaar	23 minuten	8 jaar	Kenamju
8 mei 2018	10.00 uur	Man	66 jaar	24 minuten	5 jaar	Kenamju
9 mei 2018	13.00 uur	Man	40 jaar	22 minuten	1 jaar	Kenamju
12 mei 2018	08.30 uur	Vrouw	26 jaar	27 minuten	1,5 jaar	Kenamju
12 mei 2018	11.00 uur	Vrouw	24 jaar	35 minuten	2 jaar	Kenamju
12 mei 2018	11.00 uur	Vrouw	32 jaar	35 minuten	2 jaar	Kenamju
18 mei 2018	12.30 uur	Vrouw	38 jaar	27 minuten	4 jaar	Thuis bij klant
20 mei 2018	09.00 uur	Man	42 jaar	26 minuten	5 jaar	Kenamju
21 mei 2018	19.00 uur	Vrouw	19 jaar	27 minuten	1 jaar	Kenamju
21 mei 2018	15.00 uur	Man	22 jaar	22 minuten	2 jaar	Kenamju

*respondenten 7 & 8 zijn tegelijk geïnterviewd.

Bijlage 8: Reflectieverslag afstudeerperiode Kenamju

