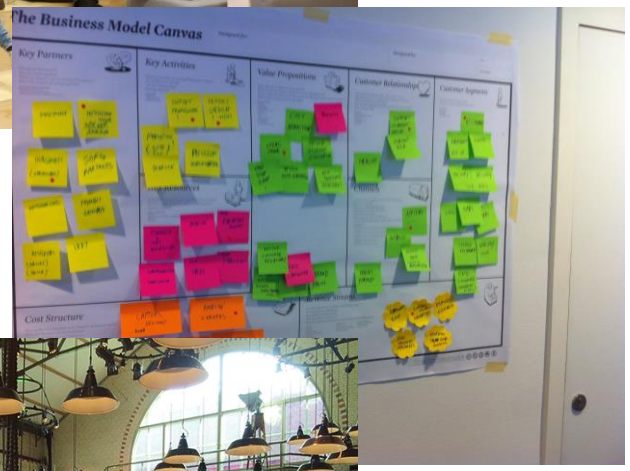
Uitwerking organisatie identiteit

CUSTOMERScope
ADVIES 3.0 IN KLANTLOYALITEIT

Eigendom CustomerScope. Niets uit deze publicatie mag worden gebruikt of wereldkundig gemaakt worden. Anders dan na goedkeuring door de directie van CustomerScope



De organisatie identiteit van deze fitness ondernemer is beschrijven m.b.v. het brand-key model

Waarom hebben we dit vastgelegd:

De organisatie identiteit van de fitness/wellness organisatie vertegenwoordigt de organisatie in het overbrengen van de “missie, kernwaarden, beloften en de merkessentie” in elk klantcontactmoment.

Als dit op een congruente manier telkens weer ervaren wordt door de klant, dan leidt dit tot meer herkenning, waardering en community engagement.

Doel was alle medewerkers hierin betrekken

Onze basiskracht

“Welke kracht zit in ons DNA”

Al 25 jaar bewijzen wij mensen te kunnen motiveren om te werken aan een gezonde leefstijl.

Wij zijn laagdrempelig, leden kennen wij bij naam en hebben het grootste aanbod in groepslessen.

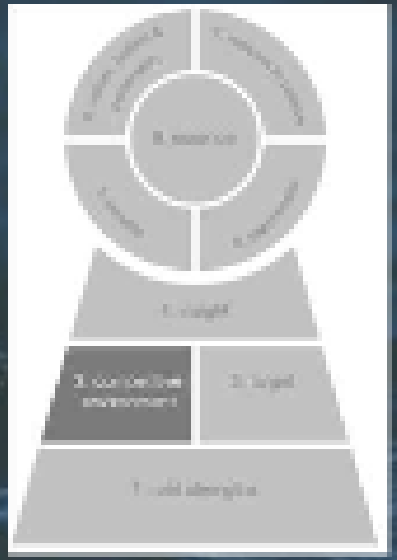
CUSTOMERScope
ADVIES 3.0 IN KLANTLOYALITEIT

De markt

“De keuzemogelijkheden gezien door de ogen van de consument”

De markt bestaat uit een breed aanbod van mogelijkheden om aan je gezondheid te werken. Van fitness aanbieders, personal trainers, sport verenigingen, voedingsadviseurs tot online zelf doen oplossingen.

Het is daardoor lastig een kwalitatief goede oplossing te vinden waardoor je je doelen realiseert en het blijft volhouden.

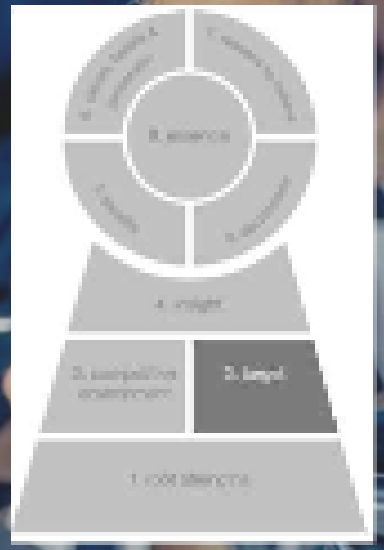


CUSTOMERScope
ADVIES 3.0 IN KLANTLOYALITEIT

Onze doelgroep

“Voor wie zijn wij altijd de beste keuze”

“Iemand die er iets voor over heeft om zijn of haar doel te behalen en daarvoor een professionele en pro-actieve begeleiding zoekt”. Dit in een toegankelijke, gezellige en open sfeer waar je jezelf kunt zijn.



CUSTOMERScope
ADVIES 3.0 IN KLANTLOYALITEIT

Ons klantinzicht

“Welk probleem, behoefte en/of beweegreden lossen wij op”

Ik weet dat ik me graag vitaal en energiek wil voelen, maar heb moeite me hiervoor te motiveren en daardoor zijn mijn inspanningen doorgaans voor niets.

Ik zoek daarom iemand die mij inspireert, motiveert en actief helpt om het langdurig vol te houden.

CUSTOMERScope
ADVIES 3.0 IN KLANTLOYALITEIT

Onze voordelen

“Wat zijn de centrale voordelen die wij klanten te bieden hebben”

Ik doe het zelf, maar sta er nooit alleen voor, omdat:

- ze uitblinken in persoonlijke aandacht en nooit concessies doen aan kwaliteit;
- alle leden van het team mij elke keer weer motiveren;
- ze een breed aanbod aan activiteiten en groepslessen hebben, waardoor ik mij aan peers kan optrekken;
- ze mij prikkelen om op mijn eigen wijze mijn doel te realiseren.

Ik ben hier altijd welkom en kan ik zijn wie ik ben.

Kortom de kans dat ik langdurig gestimuleerd wordt om vitaal te leven is het grootst.

CUSTOMERScope
ADVIES 3.0 IN KLANTLOYALITEIT

Onze waarden

“Door welke overtuiging, waarden en persoonlijkheidskenmerken laten wij ons leiden”

Wat is onze overtuiging
Je klant kennen is de sleutel tot het succes.

Waarden
Inlevend, Professionaliteit, Betrouwbaar

Persoonlijkheid
Gepassioneerd, Gezellig, Vernieuwend

CUSTOMERScope
ADVIES 3.0 IN KLANTLOYALITEIT

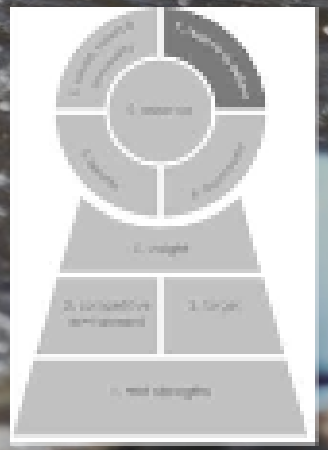
Geloofwaardigheid

“Waaruit blijkt dat wij waarmaken wat wij zeggen”

Ik sport hier, omdat….

ik word begeleid door gepassioneerde professionals die mijn behoefte kennen en dit vertalen naar een aanbod op maat.

Ik online en offline in nauw contact sta met een community, die mij inspireert en verbindt met anderen. Wij geloven dat als mensen het samen doen het makkelijker is om het vol te houden.



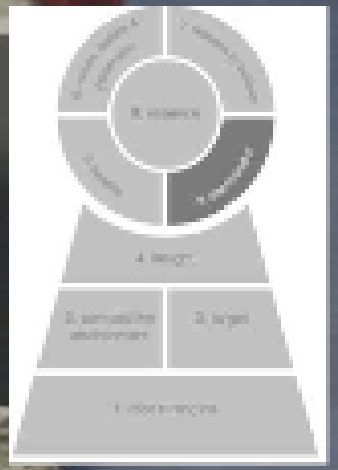
CUSTOMERScope
ADVIES 3.0 IN KLANTLOYALITEIT

Onderscheidende kracht

“Wat maakt ons daadwerkelijk anders dan anderen”

Alleen is uniek, omdat……

ze iedereen weten te motiveren om vol te houden.

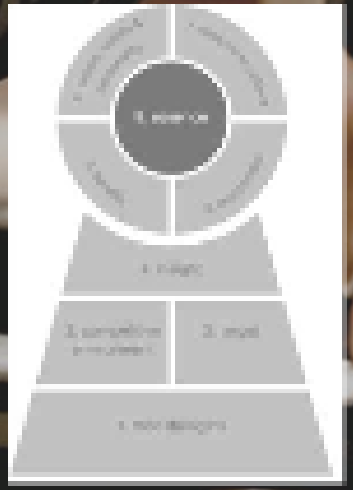


CUSTOMERScope
ADVIES 3.0 IN KLANTLOYALITEIT

Onze merkessentie

“Wat kenmerkt ons”

Klanten persoonlijk kennen



CUSTOMERScope
ADVIES 3.0 IN KLANTLOYALITEIT