

ZO HOUD JIJ JE LEDEN LANGER LID BINNEN 90 DAGEN

JARNO BANNING
DE GYM CONSULTANT



INHOUDSOPGAVE

1. Waarom dit boek geen overbodige luxe is

Het retentieprobleem waar elke gym mee worstelt

2. De 90-dagen realiteit

Waarom leden afhaken – en wat dat je echt kost

3. Gedrag begrijpen = gedrag beïnvloeden

De psychologie achter sportgewoontes en hoe jij daarop inspeelt

4. De eerste indruk: onboarding die werkt

Wat nieuwe leden écht nodig hebben in week 1 t/m 4

5. Het retentieplan: wat doe je op dag 1 t/m 90?

Een week-tot-week aanpak voor structurele groei

INHOUDSOPGAVE

6. De rol van je team

Hoe je van je personeel een retentiemachine maakt

7. Meten = weten

Welke cijfers je moet volgen – en hoe je ze slim gebruikt

8. Fouten die je moet vermijden

De zes valkuilen die je retentie onderuithalen

9. Gyms die het wél goed aanpakken

Drie cases uit de praktijk die bewijzen dat het werkt

10. Afsluiting: en wat jij nu kunt doen

Samenvatting, quick wins en de volgende stap met De Gym Consultant

Bonus: Werken met Jarno – jouw voordeel in de praktijk

Wat begeleiding door De Gym Consultant concreet oplevert

1. WAAROM DIT BOEK GEEN OVERBODIGE LUXE IS

Je kent het wel.

Nieuw lid.

Net binnen.

Vol goede moed.

Sportkleden nog splinternieuw.

“Dit keer ga ik het écht volhouden,” zeggen ze bij de inschrijving.

De eerste week zie je ze drie keer. Tweede week ook nog wel. Derde week... mwah. Vierde week? Foetsie.

En jij denkt: *Hè? Wat is er misgegaan?*

Nou, niks geks eigenlijk. Je bent niet de enige. In de fitnessbranche is het een bekend fenomeen: leden komen binnen met bakken motivatie – en verdwijnen net zo snel weer als die motivatie opdroogt.

Het is frustrerend.

Voor jou, als ondernemer die elke lead keihard binnenhaalt.

Voor je team, dat zich uitslooft.

En vooral voor je klant, die z'n doelen wéér niet haalt.

Maar hier komt het goede nieuws: je kunt hier iets aan doen. Sterker nog; jij kunt dit proces volledig omdraaien.

Dit boek gaat jou daarbij helpen.

WAAROM JUIST DIE EERSTE 90 DAGEN?

Omdat dat het kantelpunt is.

Als iemand binnen 90 dagen geen gewoonte van sporten maakt, is de kans groot dat hij/zij afhaakt.

Maar als het **wél** een gewoonte wordt? Dan heb je ze vaak voor maanden – of zelfs jaren.

Die eerste 90 dagen zijn dus geen 'opstartfase'. Het zijn de basis voor alles wat daarna komt.

Je zou het kunnen vergelijken met een relatie: als het in het begin niet klikt, gaat het niks worden. Maar als je in die eerste weken een sterk fundament legt, heb je iets moois in handen.

VOOR WIE IS DIT BOEK?

Voor gym owners, managers, coaches, kortom iedereen die verantwoordelijk is voor het binnenhalen én behouden van leden.

Je hoeft geen gedragswetenschapper te zijn. Geen marketeer. Geen techneut.

Als jij mensen helpt met sporten, en je wil dat ze ook écht blijven komen: dan is dit boek voor jou.

WAT KUN JE VERWACHTEN?

Je krijgt geen langdradige theorie.

Geen onzin, geen zweverige mindsetpraat.

Wat dan wel?

- Concreet inzicht in klantgedrag
- Duidelijke stappen die je kunt zetten vanaf dag 1
- Voorbeelden uit de praktijk
- Dingen die je vandaag al kunt veranderen
- En vooral: een week-tot-week aanpak waarmee jij retentie vanaf nu structureel verbetert

EVEN TUSSEN ONS...

Dit boek is gebaseerd op jaren ervaring in de fitnessbranche. Wat je hier leest is getest, gefaald, verbeterd en nog eens getest.

En ja – soms is het confronterend.

Maar altijd met één doel: zorgen dat jij je leden langer vasthoudt, betere resultaten boekt, en een gym runt waar mensen **willen blijven**.

Klaar?

Let's go.

2.DE 90-DAGEN REALITEIT

Laten we meteen eerlijk zijn: als jij nu in je CRM-systeem duikt en kijkt naar je nieuwe leden van de afgelopen drie maanden... hoeveel daarvan zijn nog actief?

Precies.

Het is vaak schrikken.

En nee, het ligt niet aan jou.

Niet aan je gym.

Niet aan je apparaten, je lesaanbod of de geur van het rubber op de vloer.

Het ligt aan gedrag – of beter gezegd: aan het ontbreken van routine.

“Nieuwe leden komen binnen met motivatie, maar zonder routine lopen ze net zo snel weer naar buiten.”

DE CIJFERS (WAAR JE NIET BLIJ VAN WORDT)

Uit onderzoeken binnen de fitnessbranche blijkt:

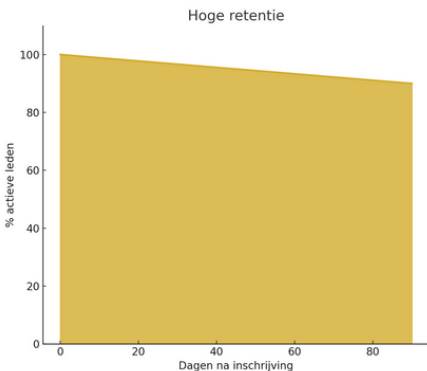
- Meer dan 40% van nieuwe leden stopt binnen de eerste 90 dagen (Wodify, 2021)

Niet zes maanden. Niet een jaar. Gewoon... in de eerste drie maanden.

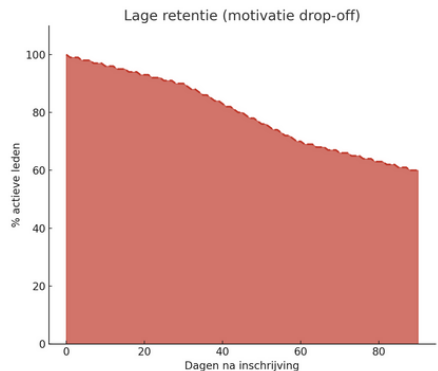
En vaak al in maand twee.

Wat nog frustrerender is: veel van die mensen hadden wél potentie. Ze wilden afvallen, sterker worden, fitter leven – maar ergens onderweg ging het mis. Ze kwamen niet meer. En uiteindelijk... zegden ze op. Of lieten hun abonnement gewoon doodbloeden.

Wat je wil:



Wat nu gebeurt:



WAAROM JUIST DIE EERSTE 90 DAGEN ZO BELANGRIJK ZIJN

Omdat het de periode is waarin een gewoonte wordt gevormd (**of niet!**).

Simpel gezegd:

- **De eerste 30 dagen:** alles is nieuw. Je klant is nieuwsgierig, maar ook onzeker.
- **Dag 31 tot 60:** motivatie zakt in. De eerste spierpijn is geweest. Het echte leven komt er weer tussen.
- **Dag 61 tot 90:** hier beslist het brein: "Is dit wie ik ben?" – of: "Laat maar zitten."

Dus als jij alleen maar bezig bent met *binnenhalen* van leden, en niet met wat er daarna gebeurt, dan mis je de boot. Of beter gezegd: dan verlies je de helft van je omzet zonder dat je het merkt.



WAAROM JUIST DIE EERSTE 90 DAGEN ZO BELANGRIJK ZIJN

Lid komt binnen.

Enthousiast. Krijgt een rondleiding. Betaalt. Klaar.

Klant komt paar keer trainen.

Niemand spreekt ze aan. Geen begeleiding. Geen opvolging.

Week 3: klant komt niet meer.

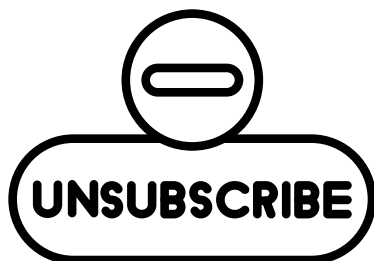
Geen appje. Geen mailtje. Geen contact.

Week 5: klant voelt zich schuldig.

Schaamt zich een beetje. Komt daardoor nóg minder.

Week 8: klant denkt “ik kap ermee.”

En jahoor. Weer eentje weg.



WAT ALS JE DAT OMDRAAIT?

Wat als jij die 90 dagen gebruikt als een strategisch traject?

Wat als jij vanaf dag 1 een plan hebt liggen?

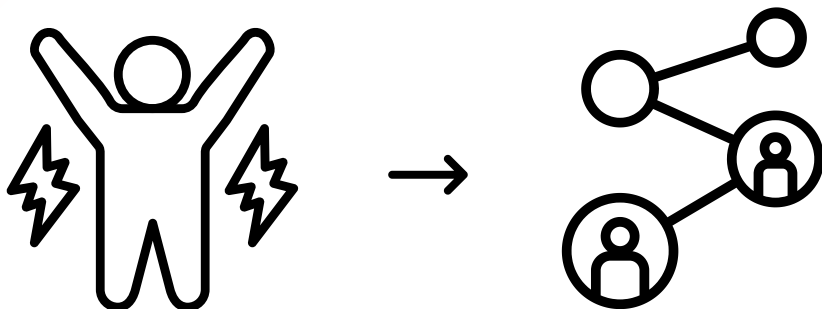
Wat als je precies weet wanneer en waarom je contact maakt?

Dan verandert alles.

- Minder opzeggingen.
- Meer betrokken leden.
- Meer doorverwijzingen.
- En belangrijker nog: leden die trots zijn dat ze het wél volhouden.

En daar gaan we in het volgende hoofdstuk mee aan de slag.

Want als je gedrag snapt... kun je het ook beïnvloeden.



3. GEDRAG BEGRIJPEN = GEDRAG BEÏNVLOEDEN

Oké, we weten nu: die eerste 90 dagen zijn allesbepalend. Maar dan komt de hamvraag: *wat moet je doen om mensen in beweging te houden?* Letterlijk én figuurlijk.

Het antwoord zit 'm in gedrag.

En geen zorgen – je hoeft geen gedragsexpert te zijn om dit te snappen.

Je moet alleen weten hoe mensen in elkaar steken.

En vooral: waarom ze niet doen wat ze zeggen dat ze willen.

**"MOTIVATIE IS WAT ZE BINNENBRENGT. GEDRAG IS
WAT ZE LAAT BLIJVEN."**

WAAROM MOTIVATIE OVERSCHAT WORDT

“Mensen moeten gewoon gemotiveerd blijven.”

Klinkt logisch, maar werkt zelden.

Motivatie is als een energiedrankje: even knallen, daarna inkakken.

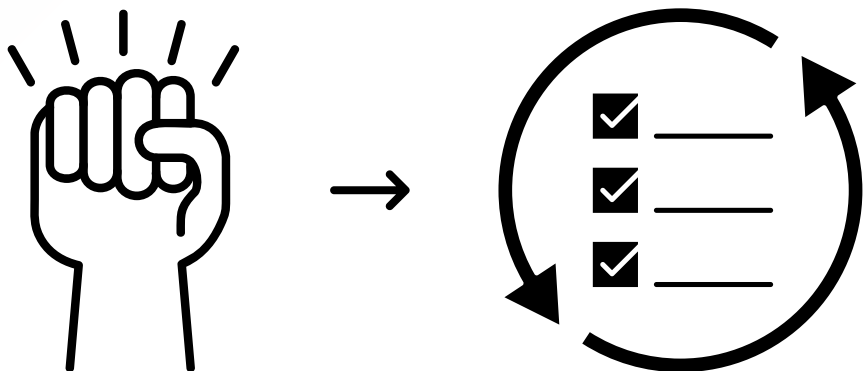
Wat werkt dan wél?

Structuur. Gewoontes. Bevestiging.

Mensen blijven ergens mee doorgaan als het:

- Makkelijk is
- Fijn voelt
- Of sociaal bevestigd wordt

Als jij sporten bij jou aan één (of liever meerdere) van die drie laat voldoen, dan ben je al een heel eind.



KLANTGEDRAG = VOORSPELBAAR (ALS JE EROP LET)

Nieuwe leden laten bijna altijd hetzelfde gedrag zien. Zie jij deze types ook?

- **De Vliegende Start**

Komt 3x per week in week 1, week 2 ook nog net. Week 3: een keertje. Week 4: niets meer. En dan... opzeggen.

- **De Twijfelaar**

Staat stil bij de toestellen. Twijfelt over alles. Gaat na 25 minuten weer weg. Ziet zichzelf niet als *"iemand die sport"*.

- **De Fanatiekeling**

Is overal, wil álles. Tot er een blessure komt, of het ineens allemaal teveel wordt. En dan hoor je niets meer.

Snap je hun gedrag? Dan kun je sturen. Niet met verkooppraatjes, maar door in te spelen op waar ze zijn, mentaal én fysiek.

*"ALS JE WEET HOE LEDEN STARTEN, KUN JE
VOORKOMEN DAT ZE STOPPEN."*

DE DRIE FASES VAN LID- GEDRAG

Gedrag van leden doorloopt meestal drie fases. En elke fase vraagt iets anders van jou:

Fase 1: Oriëntatie (week 1-2)

- Alles is nieuw.
- Ze zijn onzeker, zoeken bevestiging.
- Dit is jouw moment om zichtbaar en betrokken te zijn.

Wat jij doet:

- Persoonlijk welkom
- Korte uitleg over hoe alles werkt
- Eerste succesmomentje mogelijk maken

Fase 2: Gewoontevorming (week 3-6)

- Motivatie zakt.
- Twijfel slaat toe.
- Ze zijn één gemiste training verwijderd van afhaken.

Wat jij doet:

- Volg op: "Hé, hoe gaat het?"
- Zorg voor ritme (schema, vaste dagen)
- Blijf betrokken zonder te pushen

Fase 3: Identiteit (week 7-12)

- Dit is de fase waarin mensen zichzelf 'sporters' gaan voelen – of niet.
- Als ze blijven, ben je ze niet zomaar kwijt meer.

Wat jij doet:

- Geef erkenning: "Je bent er al 8 weken, top bezig!"
- Laat ze merken dat ze erbij horen
- Help ze hun progressie te zien (en te vieren)

KLEINE ACTIES = GROTE INVLOED

Gedrag beïnvloeden hoeft niet groot of duur te zijn.

Het zit in de simpele dingen:

- Iemand bij naam begroeten
- Even checken of ze nog op schema zitten
- Een beloning na 10 keer trainen
- Een persoonlijk berichtje na een gemiste week

Dat is geen kunstje. Dat is aandacht.

En dát onthouden mensen.

In het volgende hoofdstuk nemen we die 90 dagen onder de loep.

Niet vaag, maar concreet. Wat doe je op dag 1, dag 10, dag 45?

Je krijgt een praktisch plan dat je zo in je gym kunt toepassen.

4.DE EERSTE INDRUK: ONBOARDING DIE WERKT

Nieuwe leden binnenhalen is één ding.
Maar ze binnenhouden... dáár zit het echte werk.

En dat begint al op dag 1.

De eerste indruk bepaalt niet alleen wat iemand van jouw gym vindt, maar óók hoe serieus ze zichzelf nemen als sporter. En die eerste dagen zijn dus goud waard.

DE FOUT DIE VEEL GYMS MAKEN

Nieuwe leden schrijven zich in.
Er wordt wat uitgelegd, ze krijgen misschien een pasje,
een appje of een folder.
En dan...

Zoek het maar uit.

Het probleem?

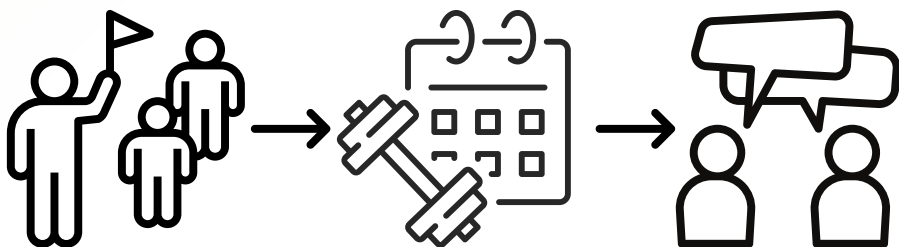
Jij kent je gym van binnen en buiten, maar voor een nieuw lid is alles nog onbekend. Als je die persoon aan z'n lot overlaat, dan verlies je 'm sneller dan je denkt. Niet omdat hij of zij niet wil, maar omdat het allemaal net te vaag, te onduidelijk of te onpersoonlijk voelt.

WAT LEDEN NODIG HEBBEN IN DE EERSTE WEKEN

Ze willen:

- Weten wat ze moeten doen
- Gevoel hebben dat ze gezien worden
- Snappen hoe het werkt
- En vooral: ergens bij horen

Dat betekent: **goede onboarding**. En nee, dat is niet één mailtje met 'Welkom bij onze gym'. Onboarding is een traject, "een beleving" en jij hebt daarin de hoofdrol.



Week 1 – Plan iets in

- Nodig ze uit voor een gratis introductieles, kennismaking met een coach of een korte uitleg van de app of het materiaal.
- Zorg dat ze een tweede en derde bezoek plannen (liefst meteen).

Week 2 – Geef bevestiging

- Herinner ze eraan dat ze goed bezig zijn.
- “Je bent lekker gestart, goed om te zien! Als je dit volhoudt, heb je over een paar weken al resultaat.”

Week 3 – De motivatiedip

- Hier beginnen veel leden te twijfelen.
- Stuur dus juist nu een bericht of spreek ze aan:
- “Je bent nu 2 weken bezig – dit is vaak het moment dat mensen afhaken. Jij niet hè? Je bent super op weg!”

Week 4 – Eerste evaluatie

- Vraag: “Hoe gaat het?”
- Geef ruimte voor feedback.
- Vraag wat ze nodig hebben.
- Geef kleine sturing. Geen uitgebreide intake meer – gewoon: contact.

BONUS: 3 DINGEN DIE ONBOARDING STERK MAKEN

1. **Persoonlijkheid**

Spreek mensen bij naam. Laat ze zich welkom voelen. Zet net dat stapje extra.

2. **Laagdrempeligheid**

Maak het makkelijk om te starten. Geen overload aan informatie. Rustig, stap voor stap.

3. **Opvolging**

Houd contact. Niet elke dag. Maar wel net op het moment dat ze denken: "Zou iemand me eigenlijk missen als ik niet meer kom?"

Een goede onboarding is geen luxe. Het is pure noodzaak.

Als jij dit proces goed inricht, verdien je het dubbel en dwars terug in retentie, klanttevredenheid en doorverwijzingen.

In het volgende hoofdstuk pakken we het groots aan:

Een retentieplan van dag 1 t/m dag 90.

Drie maanden lang precies weten wat je moet doen – en wanneer.

5. HET RETENTIEPLAN: WAT DOE JE OP DAG 1 T/M DAG 90?

Oké. Je hebt een nieuw lid binnen.
Je bent blij. Zij ook. De sfeer zit goed.

Maar nu begint het echte werk: zorgen dat ze blijven.

Dat lukt alleen als jij de 90 dagen daarna bewust invult.
Met structuur. Met aandacht.
En met een plan.

WAAROM JE DIT PLAN NODIG HEBT

Omdat mensen *niet vanzelf* blijven komen.

Zeker niet in het begin. Ze moeten leren, wennen, vertrouwen krijgen. Zonder begeleiding vervalt 80% van je nieuwe leden binnen drie maanden in oud gedrag – en oud gedrag is meestal: *niet sporten*.

Een goed retentieplan zorgt ervoor dat:

- Je leden betrokken blijven
- Jij de controle houdt
- En je omzet veel stabiel wordt

Dus hier komt 'ie: een 3-fasenplan voor de eerste 90 dagen. Lekker praktisch.

FASE 1: WEEK 1 T/M 4 – GEWOONTE LATEN ONTSTAAN

Doel: Nieuwe leden helpen om ritme te vinden.

Gevaren: Overweldiging, twijfel, te weinig begeleiding.

Wat jij doet:

- Dag 1: Persoonlijke rondleiding + uitleg van jouw systeem. Vraag naar doelen en plan meteen de volgende afspraak.
- Dag 2-3: Stuur een korte check-in: “Alles duidelijk?”
- Week 1: Zorg voor de tweede en derde training (liefst ingepland).
- Week 2: Spreek ze aan in de gym of via de app: “Je bent goed bezig. Hou dit vast.”
- Week 3: Stuur iets motiverends. Een quote, succesverhaal of gewoon een bericht: “Dit is vaak het moment dat mensen afhaken. Maar jij niet, toch?”
- Week 4: Korte evaluatie – hoe gaat het? Wat gaat goed? Wat kan beter?

Extra's:

- Bied een gratis groepsles of korte coaching
Laat ze kennismaken met andere leden of het team

FASE 2: WEEK 5 T/M 8 – VOLHOUDEN EN VERSTERKEN

Doel: Van 'ik probeer dit' naar 'ik doe dit'.

Gevaren: Motivatie zakt, het nieuwe is eraf, externe afleidingen.

Wat jij doet:

- Week 5: Herinner aan het doel: "Weet je nog waarom je begon?"
- Week 6: Laat ze hun progressie zien (bijv. x aantal keer getraind, kilo's behaald, energie-niveau verbeterd).
- Week 7: Check: komt dit lid nog consistent? Zo niet: neem persoonlijk contact op.
- Week 8: Laat ze iets delen (op social media, met vrienden, binnen de gym) – het versterkt hun commitment.

Extra's:

- Bied een minichallenge aan (bijv. "5x in 2 weken")
- Organiseer een communitymoment – iets simpels als een kop koffie of gezamenlijke training

FASE 3: WEEK 9 T/M 12 – IDENTITEIT BEVESTIGEN

Doel: Leden gaan zichzelf zien als sporter.

Gevaren: Terugval naar oude patronen, routine wordt saai.

Wat jij doet:

- Week 9: Vier dat ze er al 2 maanden zijn. “Je bent serieus goed bezig.”
- Week 10: Vraag om feedback: wat vind je tof? Wat mis je nog?
- Week 11: Leg de link naar de langere termijn: “Wil je doorbouwen? Dit is het moment om doelen bij te stellen.”
- Week 12: Laat ze zelf kiezen: “Waar wil je naartoe in de komende 3 maanden?” (ownership = commitment)

Extra's:

- Bied een kleine beloning aan (merch, kortingscode, shout-out)
- Introduceer een vervolgaanbod (bijv. personal coaching, voedingsplan, buddytraining)

MAAK HET SCHAALBAAR

Je hoeft dit plan niet allemaal handmatig te doen. Zet het slim op:

- Gebruik e-mail of app-automatisering voor reminders
 - Plan vaste check-in momenten in je agenda
 - Laat je team meehelpen met aanspreken en motiveren
 - Werk met templates voor berichtjes (persoonlijk = top, maar herhaalbaar = key)
-

WAT DIT PLAN JE OPLEVERT

- Meer betrokken leden
- Minder opzeggingen
- Meer doorverwijzingen
- Een gym die voelt als een community

En het mooiste: het is allemaal te doen. Je hoeft niet harder te werken – alleen slimmer en bewuster.

In het volgende hoofdstuk gaan we het hebben over je team.

Want **jij kunt dit niet alleen.**

Als je je coaches, trainers en medewerkers meeneemt in dit plan, wordt alles makkelijker én leuker.

6. DE ROL VAN JE TEAM – JE RETENTIE IS ZO STERK ALS JE ZWAKSTE SCHAKEL

Laten we eerlijk zijn: jij kunt het niet allemaal alleen. Ook al weet je precies wat er moet gebeuren in die eerste 90 dagen – als jouw team het *niet ziet, snapt en doet*, dan is het plan gewoon een mooie PDF in een mapje.

Je team maakt of breekt je retentie.

IEDEREEN BEÏNVLOEDT GEDRAG

En dan bedoel ik niet alleen je personal trainers. Ook:

- De baliemedewerker die "Hoi!" zegt (**of niet**)
- De groepslesinstructeur die net even die nieuwe naam onthoudt
- De schoonmaker die vriendelijk knikt
- Jijzelf, als je even een opmerking maakt als iemand na een week terugkomt

Iedereen heeft invloed.

Iedere blik, elke begroeting, elk "goed bezig!" is een mini-moment van binding.

En juist in die eerste 90 dagen telt álles.

WAT JE TEAM MOET WETEN (EN VOELEN)

Je hoeft ze geen training klantpsychologie te geven. Maar er zijn wél een paar dingen die iedereen moet snappen:

1. **Nieuwe leden zijn kwetsbaar**

Voor jou is een sportschool je tweede thuis. Voor hen is het vaak spannend, ongemakkelijk of zelfs een beetje eng.

2. **De eerste weken zijn bepalend**

Eén slechte ervaring (niemand groet, geen uitleg, geen hulp) kan al genoeg zijn om weg te blijven.

3. **Ze willen gezien worden**

Niet gepusht. Niet lastiggevalen. Maar wel: *opgemerkt*.

Als jouw team zich daarvan bewust is, gaan ze automatisch anders reageren. En dat zie je terug in retentie.

"JE HOEFT NIEMAND TE OVERTUIGEN. JE MOET ZE ALLEEN LATEN MERKEN DAT ZE ER TOE DOEN."

HOE KRIJG JE JE TEAM MEE?

1. Houd het simpel

Vertel wat je wil zien in gedrag, niet in beleid. **Dus geen:**
"We moeten onboarding verbeteren volgens het retentieprotocol."

Maar wel:

"Als je een nieuw gezicht ziet, zeg even 'Hoi, ben je nieuw? Zal ik je ergens mee helpen?'"

2. Maak ze verantwoordelijk (maar laagdrempelig)

Geef ze kleine taken:

- "Jij checkt elke dinsdag of nieuwe leden er zijn."
- "Als iemand 3x geweest is, geef jij ze een compliment."
- "Jij houdt de eerste week van nieuwe groepsleden in de gaten."

Klein. Maar waardevol.

3. Deel successen

Laat je team zien dat het werkt:

- "We hadden vorige maand 20 nieuwe leden, en 18 zijn er nog!"
- "Jullie aandacht maakt echt het verschil."
- "Mensen noemen jullie naam in de reviews – nice!"

Dat geeft motivatie. En het maakt retentie iets waar ze trots op kunnen zijn.

TIP: WERK MET EEN KORTE CHECKLIST

Maak een simpel lijstje voor je team met dingen als:

- Nieuwe leden altijd begroeten
- Iemand aanspreken die je 3 dagen niet hebt gezien
- Elke week 1 positief berichtje sturen naar een nieuw lid
- Na 4 weken: vraag of iemand hulp nodig heeft

Liever 4 acties die gedaan worden, dan 40 op papier die nooit gebeuren.

JIJ ZET DE TOON

Als jij het goede voorbeeld geeft; contact maken, mensen leren kennen, even dat extra stapje zetten, dan volgt je team vanzelf.

Culture eats strategy for breakfast.

En **jij** bent de cultuur.

In het volgende hoofdstuk gaan we in op hoe je al dit gedrag en resultaat meetbaar maakt.

Want leuk hoor, al die acties, maar hoe weet je of het werkt?

7. METEN = WETEN – HOE JE CONTROLE KRIJGT OVER JE RETENTIE

e hebt nu een plan.

Je team is betrokken.

Je doet de juiste dingen op het juiste moment.

Maar...

Hoe weet je of het écht effect heeft?

Of het geen nattevingerwerk is?

Daarom: meten.

Niet om jezelf gek te maken, maar om overzicht te krijgen. Zodat je op tijd kunt bijsturen en gericht kunt verbeteren.

WAAROM DE MEESTE GYMS TE LAAT METEN

Veel gyms kijken pas naar cijfers als er een probleem is:
“Hm, de omzet loopt terug... hoeveel opzeggingen hebben we eigenlijk gehad?”

Maar dan ben je te laat. Dan is het al gebeurd.

Slimme gyms meten continu. Klein, eenvoudig, maar wél regelmatig. Denk aan maandelijks tijdens een management meeting.

WAT MOET JE METEN?

Hier zijn de basics die je sowieso wilt bijhouden:

1. Retentie na 30, 60 en 90 dagen

Hoeveel van je nieuwe leden zijn er nog na een maand, twee maanden, drie maanden?

Dit is dé kerncijfers van je onboardingstrategie.

Tip: houd dit bij in een simpel Excelbestand of in je CRM-systeem.

2. Bezoekfrequentie in de eerste weken

Gemiddeld geldt: hoe vaker iemand in de eerste maand komt, hoe groter de kans dat ze blijven.

Check dus: hoeveel keer is iemand in week 1 en 2 geweest?

3. Leden met 0 bezoeken in 7 dagen

Deze groep is 'stil aan het afhaken'. Als je dit signaleert, kun je nog iets doen. Een appje sturen, even bellen, of iemand aanspreken als je ze ziet.

4. Opzegredenen (vraag het echt!)

Laat niemand vertrekken zonder dat je weet waarom. Niet om tegen te houden, maar om te leren.

Houd het simpel:

"Mag ik vragen wat de reden is dat je opzegt? Geen verkooppraatje, puur om te leren."

Zodra je patronen ziet (bijvoorbeeld: 'ik voelde me niet echt thuis'), weet je waar je moet bijsturen.

HOE VAAK MOET JE METEN?

Hou het behapbaar. Bijvoorbeeld:

- Elke week: nieuwe leden checken op bezoekfrequentie
- Elke maand: 30-60-90 dagen retentie bekijken
- Elk kwartaal: analyse van opzegredenen

Geen dashboards, geen eindeloze rapporten.

Gewoon: regelmatig even checken of je nog op koers ligt.

TOOLS DIE JE KUNT GEBRUIKEN

- **Je CRM-systeem of ledenadministratie**
- Excel of Google Sheets (gewoon lekker simpel)
- Mailprogramma's voor automatisering en check-ins
- Of: laat je software automatisch waarschuwingen geven bij inactieve leden

Werk je liever oldschool? Een whiteboard met 'nieuwe leden deze maand' werkt óók. Als je het maar bijhoudt.

WAT JE MET DIE INFO DOET

- Zie je dat leden na week 3 afhaken? Dan weet je: daar zit een knelpunt in je onboarding.
- Zie je dat leden met 2+ contacten van het team langer blijven? Dan weet je: persoonlijk contact werkt.
- Zie je dat bepaalde coaches betere binding hebben? Dan weet je waar je kennis moet delen.

Meten is niet controleren. Het is sturen.

Je haalt de blinde vlekken weg, zodat je niet meer hoeft te gokken.

Volgende hoofdstuk: de dingen die je vooral **niet** moet doen.

De fouten die gyms maken waardoor leden juist afhaken.

8. FOUTEN DIE JE MOET VERMIJDEN – DINGEN DIE LEDEN JUIST WEGJAGEN

Je doet je best.

Je investeert in nieuwe toestellen, een strak logo, een mooie website.

Maar toch blijven leden niet lang hangen.

Hoe komt dat?

Vaak door dingen die je zelf niet meer ziet. Omdat je er middenin zit.

Daarom: hier een overzicht van veelgemaakte fouten – én wat je beter kunt doen.

1. ALLEEN FOCUS OP INSCHRIJVINGEN

Klassieker. Je marketing draait, je haalt leads binnen, je salesfunnel is strak... en dan?

Fout: Je denkt dat het werk gedaan is zodra iemand binnen is.

Gevolg: Na 3 weken hoor je niets meer van ze. En jij denkt: "Goh, raar."

Oplossing: Zie de inschrijving niet als eindpunt, maar als startpunt. Daar begint pas je werk. Elke nieuwe klant is een relatie die je moet opbouwen.

2. WELKOMSTMAIL = ONBOARDING

"Welkom bij onze gym! Veel succes!"

En daarna: niets meer.

Fout: Je stuurt één automatische mail en noemt dat onboarding.

Gevolg: Leden voelen zich aan hun lot overgelaten. Geen richting, geen houvast.

Oplossing: Onboarding is een serie van contactmomenten. In week 1, 2, 3 en daarna. Zorg voor opvolging, bevestiging en begeleiding.

3. TE VEEL INFO IN ÉÉN KEER

Nieuwe leden krijgen soms álles tegelijk:

- Inlogcodes
- Regels
- Schema's
- App-downloads
- Tarieven
- Algemene voorwaarden

Fout: Je gooit een berg informatie over ze heen.

Gevolg: Overweldiging = afhaakmoment.

Oplossing: Doseer je info. Eerste week: welkom & wegwijs. Tweede week: trainingstips. Derde week: schema of lesadvies. Rustig opbouwen.

4. GEEN PERSOONLIJK CONTACT

Alles is geautomatiseerd. Super efficiënt. Maar ook... kil.

Fout: Geen menselijk contact meer.

Gevolg: Leden voelen zich een nummertje. Geen betrokkenheid = geen binding = geen retentie.

Oplossing: Laat je team kleine dingen doen: naam onthouden, een oprecht compliment, een check-in. Dáár zit de magie.

5. TE LAAT REAGEREN OP AFHAAKGEDRAG

Iemand komt 5 dagen niet. Daarna 10. Daarna nooit meer. En jij merkt het pas als de opzegging binnenkomt.

Fout: Geen systeem om te zien wanneer leden afhaken.

Gevolg: Je mist het moment waarop je nog iets kon doen.

Oplossing: Check 1x per week wie niet is geweest in de afgelopen 7 dagen. Stuur iets kleins. "Gaat alles goed?" That's it.

6. GEEN FEEDBACK VRAGEN

Iemand stopt. En jij denkt: *"Ze hadden vast geen tijd meer."*

Maar je vraagt het niet.

Fout: Je zoekt de oorzaak van afhaken niet uit.

Gevolg: Je herhaalt dezelfde fouten.

Oplossing: Vraag altijd waarom iemand stopt. Je leert er áltijd iets van.

7. RETENTIE NIET ALS PRIORITEIT BEHANDELEN

Het klinkt goed: "Retentie is belangrijk."

Maar wat doe je ermee?

Fout: Geen duidelijk plan. Geen structuur. Geen verantwoordelijkheid.

Gevolg: Retentie wordt iets wat je 'wel een keer oppakt'.

Oplossing: Maak er een proces van. Met vaste acties, duidelijke rollen, en meetmomenten. Zie het als een salesfunnel, maar dan voor behoud.

DE BOTTOM LINE?

Leden haken niet af omdat jouw gym slecht is.

Ze haken af omdat ze zich vergeten voelen.

Of omdat het ze niet lukt om sporten in hun leven te passen.

En jij kunt daar **elke dag** invloed op hebben.

In het volgende hoofdstuk delen we een paar mini-cases: gyms die dit goed hebben aangepakt en laten zien wat er gebeurt als je het systeem wél serieus neemt.

*"JE HOEFT HUN MOTIVATIE NIET TE ZIJN. WEL HUN
REDEN OM TERUG TE KOMEN."*

GYMS DIE HET WÉL GOED AANPAKKEN

Laten we eerlijk zijn: als je ooit een case study hebt gelezen met teksten als *"Onze omzet groeide met 3000% in een maand"* dan weet je: dat slaat nergens op.

Daar heb je niks aan.

Daarom in dit hoofdstuk drie echte voorbeelden van gym owners en teams die met kleine aanpassingen grote stappen zetten. Geen wondermiddelen, maar gewoon slimme keuzes die jij ook kunt maken.

"SUCCESS IS GEEN GEHEIM. HET IS HERHAALBAAR GEDRAG."

CASE 1: DE KLEINE BUURTGYM DIE Z'N LEDEN VERDUBBELDE

Locatie: Zwolle

Type gym: kleinschalige gym met circuittrainingen en personal group training

Probleem: veel instroom via acties, maar niemand bleef hangen

Wat speelde er?

De eigenaar werkte keihard. Elke maand campagne draaien, social ads aan, instroom was geen probleem. Maar leden bleven gemiddeld maar 6 maanden. Daarna: stilvallen of opzeggen.

Wat ze veranderden:

- Geen focus meer op “altijd nieuwe leads”, maar op “de eerste maand is heilig”
- Iedereen die binnenkwam kreeg 3 vaste contactmomenten: intake, week 2 check-in, week 4 evaluatie
- Trainers kregen een lijstje met max. 10 leden die ze persoonlijk volgden
- WhatsApp werd het belangrijkste kanaal voor laagdrempelig contact

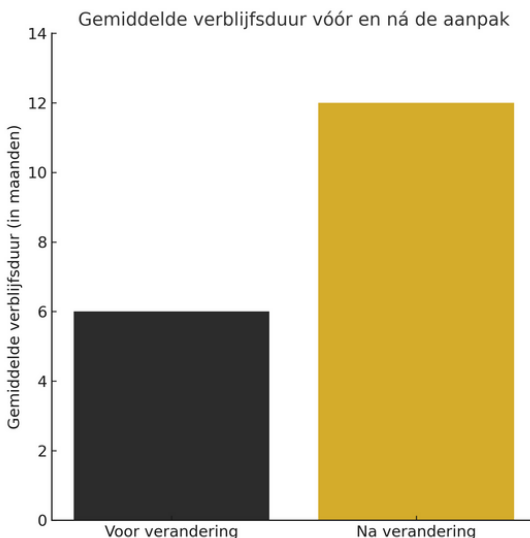
Wat het opleverde:

- Gemiddelde verblijfsduur steeg van 6 naar 12 maanden in 4 maanden tijd
- Minder druk op sales
- Meer doorverwijzingen (leden waren blij en vertelden dat)

Wat je ervan kunt leren:

Het is goedkoper om mensen te behouden dan steeds nieuwe leden binnen te slepen.

Geef de eerste maand volledige aandacht, ook als je klein bent.



CASE 2: DE KETENLOCATIE DIE COMMUNITY BOUWDE ZONDER TE VERANDEREN VAN SOFTWARE

Locatie: Rotterdam

Type gym: franchise club, veel groepslessen, flink aantal leden

Probleem: het voelde “onpersoonlijk”, ondanks goedlopende inschrijvingen

Wat speelde er?

Medewerkers kwamen en gingen. Leden kregen wel uitleg, maar voelden zich geen onderdeel van iets. Na 90 dagen was de uitval hoog. De eigenaar dacht eerst: ik heb betere software nodig, maar besloot eerst iets anders te proberen.

Wat ze veranderden:

- Instructeurs kregen training in micro-aandacht: bij elke groepsles 2 nieuwe mensen aanspreken
- Aan het eind van de les: “Heb je al andere lessen geprobeerd? Zal ik iets aanbevelen?”
- Eén teamlid kreeg verantwoordelijkheid voor nieuwe leden in hun eerste maand – inclusief simpele weekly check via mail of WhatsApp
- Er kwam een bord in de gym: “Nieuw lid van de week” (met foto en kort verhaaltje)

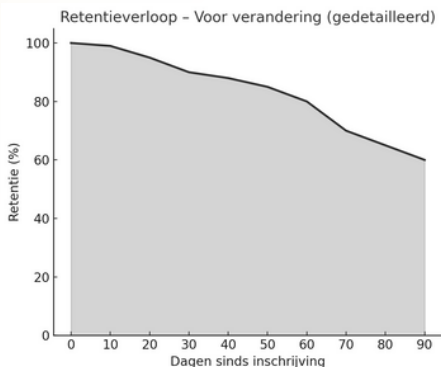
Wat het opleverde:

- 90-dagen-retentie ging van 60% naar 85% in de eerste 3 maanden
- Meer sfeer, meer interactie in lessen
- Klanten gaven in reviews aan: *"Het voelt veel persoonlijker nu"*

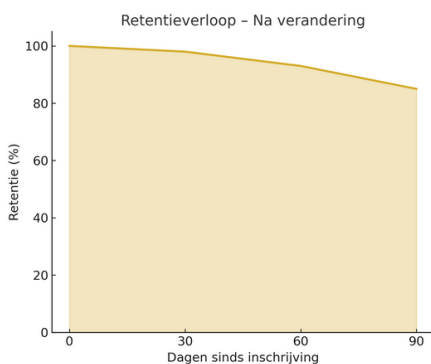
Wat je ervan kunt leren:

Het hoeft niet allemaal groots. Door simpele aandachtsmomenten voel je je gezien – en dat maakt dat mensen blijven.

Before:



After:



CASE 3: DE PERSONAL TRAINING STUDIO DIE GEEN SALES MEER DEED

Locatie: Breda

Type gym: high-end PT studio met max 80 klanten

Probleem: veel proeflessen, maar weinig duurzame klanten

Wat speelde er?

Ze verkochten trajecten van 3 of 6 maanden. Veel mensen begonnen enthousiast, maar haakten na 1-2 maanden alsnog af. De oorzaak bleek: té veel focus op binnenhalen, te weinig op binding.

Wat ze veranderden:

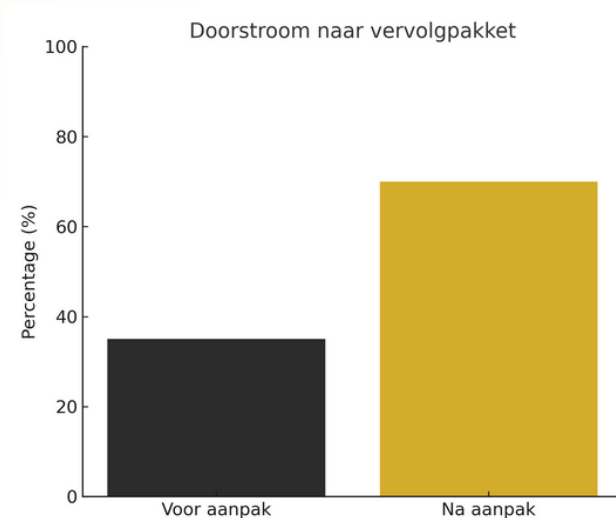
- Elke nieuwe klant kreeg op dag 1 een 'welkompakket' met o.a. hun persoonlijke doelen uitgeprint en de belofte: "Je coach spreekt je minimaal 2x per week actief aan."
- Elke klant kreeg in week 2 een kaartje per post: "Je bent super gestart."
- Coaches hielden wekelijks bij wie 3 dagen of meer niet was geweest – dan volgde direct een WhatsApp met een simpele check-in
- Er werden geen trajecten meer verkocht zonder kort doelgesprek vooraf

Wat het opleverde:

- Geen tijd meer verspild aan klanten die toch niet pasten
- Minder churn, meer tevredenheid
- Veel hogere doorstroom naar vervolgpakketten

Wat je ervan kunt leren:

Kwaliteit boven kwantiteit werkt. Zeker als je een high-touch model hebt. En kleine persoonlijke acties doen meer dan dure advertenties.



SAMENVATTING VAN DEZE DRIE CASES

Wat ze gemeen hebben:

- Focus op de eerste 30 dagen
- Kleine, persoonlijke contactmomenten
- Aandacht die oprecht voelt – niet als marketingtruc
- Retentie als onderdeel van de dagelijkse praktijk, niet als 'project'

Wat jij ermee kunt:

Je hoeft niet alles om te gooien. Begin met één simpele actie:

- Een wekelijks check-in moment
- Je team instrueren over nieuwe leden aanspreken
- Een micro-pilot doen met 5 leden die je persoonlijk begeleidt

Volgende hoofdstuk is de afsluiting: korte samenvatting én wat je nu concreet kunt doen.

10. AFSLUITING – EN WAT JIJ NU KUNT DOEN

Als je tot hier hebt gelezen: respect.

Je neemt je gym serieus. Je wil niet alleen leden binnenhalen, je wil ze ook houden. En daar begint het verschil tussen een druk bezochte gym en een bloeiende community.

Dus wat heb je geleerd?

SAMENGEVAT IN 5 ZINNEN:

- Je verliest leden niet na een jaar, maar binnen de eerste 90 dagen.
- Gedrag is te sturen, als je weet wat mensen nodig hebben.
- Onboarding is geen welkomsmailtje, maar een proces van weken.
- Jouw team is essentieel en elk contactmoment telt.
- Kleine acties, goed getimed, maken het grote verschil.

WAT KUN JE NÚ DOEN? (ECHT NU METEEN)

1. Kijk naar je huidige onboarding

Is het meer dan een welkomsmail? Nee? Tijd voor actie.

2. Check deze week wie 5+ dagen niet is geweest

Stuur een kort appje. Geen verkoop, gewoon: "Alles oké?"

3. Plan een teamoverleg over retentie

Betrek ze. Maak het simpel. Geef kleine verantwoordelijkheden.

4. Maak een lijstje met je nieuwe leden van deze maand

Zorg dat jij of je team minstens 2x contact met ze heeft binnen de eerste 4 weken.

5. Download of maak een basic retentie-checklist

Wil je 'm van mij? Let me know. Ik heb er eentje die je zo kunt gebruiken.

WIL JE DIT BOEK ÉCHT GOED TOEPASSEN? DAN HEB JE MÉÉR NODIG DAN ALLEEN EEN PLAN.

Veel gym owners lezen dit boek, raken enthousiast, maar blijven alsnog hangen in de waan van de dag.

Ze hebben het plan, maar missen:

- Tijd om het consistent toe te passen
- Inzicht in de echte knelpunten in hun gym
- Een team dat mee beweegt
- En vooral: een sparringpartner die structureel meekijkt en bijstuurt

Daar kom ik in beeld.

Met mijn begeleiding maken we van dit plan geen 'goed voornemen', maar een **dagelijkse realiteit**.

Denk aan:

- Een **1-op-1 deep dive** op jouw cijfers, CRM en klantgedrag
- Een **op maat gemaakt** retentieplan voor jouw gym, jouw team, jouw systemen
- Training & coaching van jouw personeel, zodat zij het plan dragen (niet jij alleen)

KLAAR VOOR DE VOLGENDE STAP?

Gemiddeld verhogen mijn klanten hun retentie met **15-30% binnen 90 dagen**. En dat zonder extra campagnes, advertenties of dure tools.

Zin om te sparren?

Bekijk de website op degymconsultant.com of [Plan hier een gratis strategiegesprek!](#)

Dan laat ik je zien waar jouw grootste winst ligt.

Tot slot: **bedankt.**

Dankjewel dat je de tijd hebt genomen om dit boek te lezen.

Ik hoop oprecht dat het je inzichten en inspiratie heeft gegeven om jouw gym sterker te maken.

En onthoud: **retentie is geen trucje. Het is een mindset.**

Als jij zorgt voor je leden, zorgen zij voor jouw groei.

Succes – en stay growing.

– Jarno Banning
De Gym Consultant


SCAN ME 

