

Fremtidens fitnessbrugere forlanger resultater – kan du levere?

Servicevirksomheder som eksempelvis fitnesscentre, hvis hovedprodukt ikke er et fysisk produkt, har det langt fra let, når de skal godtgøre at kunden modtager en kvalitetsvare. Træning kan være en u håndgribelig størrelse og ifølge tidligere undersøgelser er en del fitnesskunder skuffede over, at de ikke i egen optik har fået de ønskede resultater.

Hvordan kan man som træningsudbyder, personlig træner eller fitnesscenterleder, kvalitetssikre træningen og træningsoplevelsen, så fitnesskunderne i højere grad bliver tilfredse?

Oplevet og faktisk kvalitet

Skal træning virke efter hensigten, skal den være af en vis kvalitet. For at kunne forbedre kvaliteten og lave kvalitetssikring, må man kende til den overordnede definition og karakteristik:

Ordet kvalitet kommer af latin *qualitas*, der betyder beskaffenhed, og *qualis*, af en eller anden beskaffenhed; egenskab, god egenskab; dygtighed. Kvalitet kan ydermere defineres som forholdet mellem forventningen til og oplevelsen af en serviceydelse, eventuelt af særligt god udførelse.

Ifølge Dansk Standard er kvalitet: *"Grad af et sæt af iboende karakteristikas opfyldelse af krav"* og disse krav kan eksempelvis være branchestandarder. *"Det er god kvalitet, hvis karakteristika overstiger kravene, kundens behov og forventninger."*

Kvalitet kan desuden beskrives som 'faktisk' eller 'oplevet':

Faktisk kvalitet er baseret på, hvordan ydelsen lever op til og kvalitetsmål og er tæt forbundet med specifik kvalitetssikring og personalets faglige kompetencer. Uddannelse, erfaring og opdateret brancheviden er essentielle faktorer.

Oplevet kvalitet har at gøre med kundens oplevelse af, om ydelsen lever op til forventningerne. Oplever kunden – eventuelt uafhængigt af den faktiske kvalitet – efter egne normer god, kan det betyde at kunden melder sig ind i fitnesscenteret.

Ønsker man i fitnesscentre derfor at forbedre kundens oplevelse, bør man gå ud fra en undersøgelse af kundens behov og systematisk kvalitetsarbejde med afsæt i de behov.

At kvalitet også handler om forholdet mellem forventningen til og oplevelsen af ydelsen har en vigtig konsekvens: Nemlig at fitnessudbydere skal leve op til kundernes forventninger – og gerne overgå dem.

I den forbindelse gælder det om, at undgå at skrue forventningerne i vejret ved at love kunderne guld og grønne skove. For eksempel kan det være ualmindeligt svært at leve op til annoncer i stil med *"Danmarks allerbedste absolut mest effektive træning med lynhurtige resultater"*.

Hvad fitnesskunder ønsker

Fitnesskunder møder meget ofte op med diffuse ønsker som *"jeg vil i bedre form"* eller *"jeg vil være sundere"* og uden specifikt kendskab til faktisk fitness kvalitet; om træningen eksempelvis er anatomisk og fysiologisk hensigtsmæssig. Det betyder, at fitnessansvarlige skal være dygtige til at tale med kunderne, spørge ind til deres forudsætninger og præferencer og på den måde sammen med hver enkelt kunde afdække behovene.

Som supplement til de daglige samtaler er årlige spørgeskemaundersøgelser nærmest obligatoriske i systematisk kvalitetsarbejde. I ForeningsFitness er det direkte et krav i forbindelse med certificering af centeret. Spørgeskemaundersøgelser – eller fokusgruppe interview – gør det nemlig muligt at indsamle værdifuld viden om, hvad kunderne ønsker eller ikke ønsker.

I fitnessregi er den oplevede kvalitet, at kunden føler at *"træningen kan mærkes"*, *"der er en god stemning i centeret"* og *"instruktøerne motiverer mig"*, i høj grad årsag til kunderne melder sig til.

Til gengæld kan den faktiske kvalitet være afgørende for at kunden ikke bare hygger sig, men reelt får en træningseffekt og holder ved i længden.

For derfor at forbedre kundefastholdelsen, *retention*, skal programmer og øvelser baseres på viden om anatomi, fysiologi, træningslære og motivationspsykologi, så tilbuddene passer til målgruppen og formålet, det øger chancen for positive resultater.

Uanset hvor god den faktiske kvalitet er, nytter det desværre ingenting, hvis den oplevede kvalitet, kundens opfattelse af træningen og effekten, er dårlig. Så både faktisk og oplevet kvalitet spiller en rolle og med den viden er det lettere at arbejde med kvalitetsforbedring.

Fitnessoplevelsen

Træning er ikke længere nok. Træning skal være (del af) en motiverende totaloplevelse.

Træningskvaliteten er det, der i sidste ende giver kunderne resultater, men det kræver dog at kunderne bliver ved med at træne!

Derfor skal træningsudbydere holde knivskarpt fokus på hele processen inklusive procedurer (modtagelse, indmeldelse og udmeldelse), planer (holdskemaer og træningsprogrammer) og de fysiske rammer (her under også åbningstider og adgangsforhold):

Alle elementer bidrager til at kundens fitnessoplevelse og motivationsniveau. Derfor kan man ikke diskutere eller levere fitness træningskvalitet uden at overveje rammerne.

Fitnessudbydere får flere, mere tilfredse og vedholdende kunder ved løbende at tjekke og forbedre de tre indsatsområder i Fitness Excellence modellen: Organisation, Motion og Kommunikation, dvs. ikke bare træningen, men også de fysiske rammer og alt hvad der siges, skrives og vises.

Forskning viser at træningsfaciliteterne har betydning for motivationen. Det drejer sig ikke nødvendigvis om at have de største og mest eksklusive faciliteter med det største udvalg af de nyeste redskaber. Selv små faciliteter med begrænset udstyr kan tilbyde træning af høj kvalitet.

Spørger man kunder i centre i begge ender af spekteret, low budget og high end, er noget af det, de går mest op i, "rengøring" og "udstyr, der fungerer" (i højere grad end masser af udstyr). Så det handler ikke bare om økonomi og investeringer, men om at skabe en kultur, hvor personalet hjælper hinanden med at holde orden, fjerner snavs når man ser det og rapporterer, hvis noget skal repareres. Simple ting som at alle lægger vægte og greb på (rigtigt) plads gør en stor forskel; det ser ikke alene mere velorganiseret ud, det letter også træningen og sparer tid.

Ydre faktorer kan selvfølgelig betyde, at eksempelvis maskinreparation tager tid, men hvis fitnesspersonalet lytter opmærksomt til kunderne, reagerer hurtigt på henvendelser og løbende informerer, fremmer det oplevelsen af god kvalitet på trods af eventuelle problemer eller mangler.

Service og atter service

Man kan ikke få for meget af en god ting, slet ikke af god service, men eftersom der ikke findes formelle branchestandarder, men blot nogle generelle anbefalinger, afhænger servicekvaliteten af hver enkelt fitnessansvarliges egen opfattelse af hvad det begreb omfatter:

"Uddannet personale med masser af erfaring, god service, lange åbningstider, masser af socialt, rart sted at komme, mange spændende hold og selvfølgelig god træningseffekt".

"Samme instruktør fra gang til gang, som i behandlingsforløb inden for sygehusvæsenet, faglig kompetence, personligt forhold til kunden."

"At man altid kan få en god service. Der er altid én klar med en hjælpende hånd. Rart sted at komme, pænt og rent".

"At kunderne får det, de forventer. At der er samme kvalitet[sniveau] om det er mandag eller søndag, sommer eller vinter."

Alle er altså enige om, at der skal være god service. Mere konkret handler det både om faglighed, personlig kontakt, hjælpsomhed og tilfredsstillende ensartet kvalitet i service og træning. Hvad

angår det sidste, er der øjeblikket for store udsving – måske på grund af stor personaleudskiftning og vidt forskellige uddannelser.

I dag oplever kunder alt fra fantastisk kvalificeret service til ringe uvidende, uengageret service. Fantastisk er fint, mens bare en enkelt ringe oplevelse kan ødelægge et ellers godt helhedsindtryk. I kvalitetssammenhæng er det fundamentalt, at kunden ved hvad han/hun kan forvente. Derfor bør stabil kvalitet være et indsatsområde for fitnessansvarlige. Et klassisk redskab i den forbindelse er en personalehåndbog med generelle retningslinjer for daglige procedurer, service og træning.

Sund eller usund fitness

For en del år siden gennemførte Forbrugerstyrelsen en 'Test af fitness- og motionscentre' (2007); mere specifikt handlede det om fitness introduktionstimer, og ikke faciliteter, service eller hold. Hovedkonklusionen, som stadigvæk visse steder er aktuel, var: *"Foruroligende mange centre tilbyder træning, de ikke har kompetencer til"*, fordi de undersøgte centre udbød træning til personer med forskellige diagnoser uden at have sundhedsfagligt personale ansat.

For at sikre troværdighed og kvalitet er et af de første krav, at man holder sig inden for det fagområde, man er uddannet til. Det burde være en selvfølge, også i fitness-sektoren.

Fitnesscentre varetager træning af raske og er almindeligvis ikke gearede til personer med særlige behov eller syge med mindre der er ansatte eller samarbejdspartnere med de kompetencer.

Alligevel bør fitnessansvarlige være vidende om andre områder end almen fitness: Da mange danskere desværre lider af en af de otte folkesygdomme, hjerte-karsygdom, sukkersyge (type 2 diabetes), cancer, osteoporose, muskel-skeletsygdomme, overfølsomhedssygdomme, psykiske lidelser eller kronisk obstruktiv lungesygdom (KOL), bør instruktører have et vist kendskab til disse. Nogle kunder har en diagnose og træningsanbefalinger fra lægen eller en fysioterapeut, mens andre kunder kan have ikke-diagnosticerede sygdomme, hvilket betyder at førstegangstræning bør gå ud fra forsigtighedsprincippet.

Som standard bør instruktører

- 1) orientere sig om, hvorvidt nye kunder har en sygdomsdiagnose eller risikofaktorer og
- 2) i de tilfælde henvise til et relevant alternativ eller en anden fagperson og i øvrigt
- 3) udvise særlig opmærksomhed over for alle nye kunder.

Fitness for alle

Forbrugerstyrelsens test konkluderede heldigvis, til trods for at der blev konstateret en lang række fejl og mangler (utilstrækkelig kommunikation og øvelsesdemonstration) at fitness instruktører generelt er kompetente til at instruere raske. Et held for branchen, men det må ikke være en sovepude, fordi instruktion og træning kan stadig blive bedre og mere strømlinet.

I øjeblikket kan det forekomme i et og samme fitnesscenter, at to venner der får instruktionstimer med to forskellige instruktører, oplever, at den ene får 45 minutters coaching, mens den anden får 1½ times instruktion, med henholdsvis maskinøvelser og frivægtstræning trods samme forudsætninger.

Man kan diskutere, hvilken model, der er bedst. Til gengæld er det uden for diskussion, at det er ikke smart med så stor variation i det, der burde være samme produkt. Det kan få kunder til at spekulere på om der er forskelsbehandling.

Desværre viste Forbrugerstyrelsens test, at der rent faktisk er forskel på, hvordan fitnesskunder bliver behandlet. Især er der stor forskel på, hvordan unge og ældre bliver behandlet; hvad de bliver spurgt om og hvilken træning de modtager.

Den tendens kan skyldes, at instruktørerne antager, at der med alderen følger mere erfaring, større krav og en øget forekomst af livsstilssygdomme. Det er en rimelig antagelse, men det samme kan gælde for yngre. Derfor bør der stilles ensartede og fordomsfri afklarende spørgsmål.

Generelt har unge, voksne og ældre jævnfør de officielle anbefalinger gavn af stort set samme grundtræning, så selvom der kan være små forskelle i dosis og metodik, bør det være begrænset.

Kvalitet i træningen

Overordnet handler fitness kvalitet om at ydelserne skal svare til det annoncerede produkt og for træningen betyder det, at den varighed og det indhold, niveau og formål, som der loves på hjemmesider, foldere og samtaler, skal leveres i praksis:

- Tider og planer overholdes
- Officielle træningsanbefalinger følges
- Træningen er sund, sikker og virksom (fx tilstrækkelig opvarmning og nedvarmning)
- Træningen tilpasses til person eller målgruppe

En metode til at sikre en gennemgående kvalitet og træning på et vist niveau er, at de(n) træningsansvarlige udstikker en rammeplan for instruktionstimer, førstegangstræning, og for holdtræning (ikke-koncept hold); en struktur der sikrer kvalitet og samtidig en vis fleksibilitet.

Alle fitnessansvarlige skal arbejde ud fra, at det første træningsbesøg er helt centralt; det er her kunderne vindes eller tabes – enten øjeblikkeligt eller efter et stykke tid. Derfor skal alle sejl sættes til for at træningen er af en tilfredsstillende kvalitet.

Nye kunders førstegangstræning, instruktionstimer, bør være ensartede med hensyn til:

- 1) velkomst/introduktion
- 2) varighed
- 3) struktur
- 4) indhold
- 5) afrunding/afsked

Det betyder langt fra at alle programmer skal være identiske, for der vil altid være individuelle forhold at tage hensyn til, men at hver nybegynder får omtrent samme form for grundprogram.

Hvem skal bestemme indholdet i et fitnesscenters grundprogrammer? Det bør ledere og instruktører aftale indbyrdes i centeret, så alle er informerede og enige. Ønsker fitnesscenteret at sikre en vis kvalitet; at der tilbydes evidensbaseret træning med henblik på signifikante træningsresultater, så bør instruktionstimer i udgangspunktet baseres på de internationale retningslinjer (ACSM) og ikke personlige meninger om diverse metoder og øvelser.

Mere komplet individuel træning

En introduktionstime i styrketræning kan foruden øvelsesgennemgangen anses for en præsentation af alsidig fitness grundtræning og kan derfor med fordel bestå af:

- 1) Opvarmning (giver en forsmag på kredsløbstræning)
- 2) Styrketræning
- 3) Nedvarmning (udspænding)

Hvorfor ikke nøjes med styrketræning første gang? Kvalitetssikring; afbalanceret allround træning

- er den foretrukne metode i sundhedsfremmende øjemed (jf. Sundhedsstyrelsens anbefalinger)
- medfører et bedre selv vurderet helbred ifølge 'Sundhed for millioner medlemsundersøgelsen'
- tiltrækker flere kunder (ifølge europæisk branchemøde, EuropeActive)

I dag forekommer udspænding, eller strækøvelser, kun i begrænset omfang i instruktionstimer, og selvom det kan diskuteres hvordan, hvor længe og hvorfor, kan relevante stræk fungere som nedvarmning og afspænding, der på passende vis afrunder en komplet træningsoplevelse.

Holdtræning der holder

Les Mills, Body Training Systems, så allerede tidligt, at det var smart at kvalitetssikre holdtræning, så træningseksperter stod for programudviklingen, mens instruktørerne blot stod for selve afviklingen. Det er der både fordele og begrænsninger ved, men forståeligt nok satser mange centre på forkoreograferet koncepttræning frem for ikke-koncept holdtræning. For holdtræning står og falder med ikke kun med indholdet, men med instruktøren, dvs. dennes uddannelse, erfaring, situationsfornemmelse, karisma og motivationsevne.

Ikke-koncept holdtræning kan være helt i top, træningen kan tilsvare eller være bedre end koncepttræning. Omvendt kan ikke-koncept træning og i højere grad end koncepthold være helt i bund; af en udtalt dårlig kvalitet.

Kvaliteten af ikke-koncept holdtræning kan dog med ganske få og enkle tiltag forbedres markant. Som i koncepttræning og i fitness instruktionstimer handler det om at 1) sørge for en ensartet, tilfredsstillende træning der som minimum opleves professionel og effektiv ved at 2) eliminere de generelle fejl og mangler, der stadig ses i en del holdtræning: Træningen starter og slutter ikke til tiden. Der mangler tilstrækkelig opvarmning og nedvarmning. Indholdet er ikke som beskrevet på hjemmesiden. Øvelser og serier lever ikke op til officielle retningslinjer for sund og effektiv træning.

En (fleksibel) rammeplan kan løse mange af problemerne og sikre en fornuftig træningsstruktur med virksomme øvelser i den rigtige rækkefølge og motiverende musik ved en sund volumen.

Snak med kunderne

I mødet med potentielle nye kunder er en åben, positiv dialog alfa og omega. Det starter allerede med den indledende telefonsamtale. Her bør der være en rutine, så den træningsansvarlige hurtigt og sikkert afklarer ønsker og behov. Samtidig skal der gives relevante praktiske informationer, så den potentielle kunde nemt føler sig tryk ved at komme til træning.

Ved ankomsten i centeret bør der også være en procedure for modtagelse og rundvisning, så den nye kunde føler sig velkommen og godt tilpas. Det skaber det bedste fundament for træningen.

I forbindelse med træningen kan der være forskel fra center til center; hvordan instruktører spørger og hvad de spørger kunderne om. Til gengæld er det essentielt for træningsvejledning og programlægning, at kunderne bliver spurgt om de faktorer, der påvirker træningen, blandt andre:

- 1) særlige behov, skader, skavanker eller sygdomme, der skal tages hensyn til
- 2) formål med træningen, eksempelvis muskelmasse, fedttab, stressreduktion, almen sundhed
- 3) forudsætninger for træningen, form og træningsbaggrund
- 4) motivation og tid til rådighed for træningen.
- 5) ønsker til træningen (instruktøren kan oplyse om forskellige træningsmuligheder)

Oplysning om fitnesscenterets træningstilbud, holdtræning såvel som individuel træning, forbedrer chancerne for, at kunden indmelder sig, og der ud over øger deltagelse i det rigtige træningstilbud sandsynligheden for, at kunden fortsætter med at træne ud over de første 4-6 uger.

Som afslutning bør instruktøren runde af med de sidste afklarende spørgsmål, så kunden føler sig hørt og instruktøren får mulighed for at samle op, hvis der er som kunden savnede eller fandt utilfredsstillende i forhold til forventningerne.

Der er ingen krav til hvad der kan eller bør spørges om, men det kunne eksempelvis dreje sig om:

- Generel tilfredshed med instruktionstimen (eller holdtræning prøvetimen)
- Kropsligt velbefindende eller følelse efter træningen
- Tilfredshed med træningsprogrammet (eller holdtræningen)
- Indfrielse af forventninger til instruktionstimen (eller holdtræning prøvetimen)

God fitness kvalitet handler om motivation, at kunden træner af lyst. Træningen føles bedre, når kunden oplever kompetence og indflydelse undervejs og den følelse understøttes ikke alene af den rigtige træning i de rigtige rammer, men også af velvalgte spørgsmål før, under og efter træningen.