

## KORT OM STUDIEN

Studien bygger på 1000 intervjuer med ett slumpmässigt urval över Stockholmsregionen. Alla som använder ett träningscenter har fått frågor kring hur man upplever utbudet, personal, renlighet, medlemskap, prisvärdhet etc. Studien ger svar på vad som gör kunderna nöjda och lojala.

## KORT OM SVENSKT KVALITETSINDEX

Har sitt ursprung i ett forskningsprojekt på Handelshögskolan i Stockholm i slutet av 80-talet. Institutet för kvalitetsutveckling (SIQ) och EPSI Rating är våra huvudmän.

Utöver branschundersökningar gör vi även medarbetar-undersökningar, specialstudier och ledningsgruppsundersökningar.



### VID FRÅGOR:

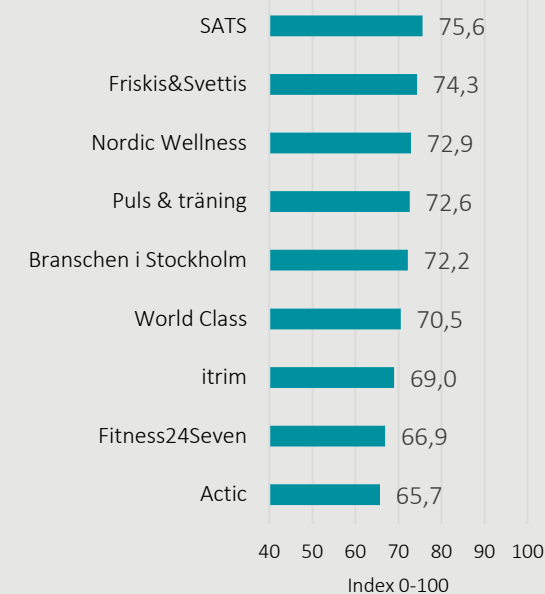
För ytterligare sammanställningar och kompletterande information, kontakta  
Adam Wrede  
adam.wrede@kvalitetsindex.se  
073-441 95 49  
www.kvalitetsindex.se

## Stockholmarna om sina träningscenter 2017

- **Vi gillar våra träningscenter men vi ser också över våra alternativ** Det sammanfattar kort kundupplevelsen inom träningscenter. Det är egentligen bara två aktörer som får lägre betyg och det är Fitness24Seven och Actic. Övriga aktörer får klart godkända betyg. SATS får högst betyg av sina kunder följt av Friskis&Svettis. Även om nöjdheten är hög är det viktigt att man som leverantör fortsatt spänner musklerna för att bibehålla sina kunder. Studien påvisar att det är låga trösklar för att byta.
- **Öppettider och digitala hjälpmedel får höga betyg men är inte avgörande** Det som avgör om kunderna är nöjda är om man upplever att utbudet matchar ens förväntningar och hur man upplever personal och instruktörer. I dessa områden är SATS väldigt uppskattade.
- **Mer än bara träning** Det som händer före och efter sin träning är minst lika viktigt som en bra maskinpark och pass. Möjlighet till social interaktion är något som uppskattas. Det är också minst lika viktigt att aktörerna hänger med i utveckling kring träning och hälsa.
- **Låga trösklar** 1 av 10 planerar att byta – för vissa aktörer så många som 2 av 10. Samtidigt så ser så många som 7 av 10 kunder minst ett alternativ till sin nuvarande leverantör. Vad som triggar ett byte varierar mellan aktörerna. En gemensam faktor är att man upplever det som dyrt men även sådant som bristfälligheter kring renlighet, utbud och personal kommenteras.
- **6 av 10 är trogna** I en fördjupad lojalitetsanalys av branschen så är det 60 procent som kan betraktas som trogna. De talar gått om sin leverantör och rekommenderar och betar sig även som lojala kunder. Av resterande så är hela 25 procent så kallade riskkunder. De talar inte gott om eller rekommenderar sin leverantör, de skulle inte välja om sitt bolag och de har heller inte förtroende för det. En sån här så kallad lojalitetskarta kan också tas fram för respektive aktör.

### Kundnöjdhet Träningscenter

SKI Kund 2017



I "Branschen i Stockholm" ingår gruppen övriga aktörer som i studien är relativt liten varav den inte särredovisas.

