

Basic-Fit fitnessclubs

22-04-2022 07:40



Met ruim duizend clubs verspreid over vijf landen en meer dan 2,2 miljoen leden mag Basic-Fit zich Europa's grootste sportschoolketen noemen. De keuze voor een sportschool is echter een lokale aangelegenheid. Leden willen graag binnen een straal van enkele kilometers van hun huis kunnen sporten. En dus bedachten we een oplossing voor specifiek én schaalbaar targeten op potentiële leden rondom clubs



Lokale elementen

Om dit te kunnen doen hebben we gebruikgemaakt van informatie als clubadressen en aanwezige diensten als personal training, fysiotherapie en 24/7-toegang die in de backend van Basic-Fit aanwezig is. Dit combineren we met, via de clubmanagers verkregen, gelocaliseerde input.

Deze informatie is verwerkt in dynamische tekstadvertenties die met behulp van Google My Business data binnen een vooraf bepaalde straal rondom een club zichtbaar werden in Google-zoekresultaten.

Unieke advertenties

Op basis van club specifieke eigenschappen zijn de advertenties uniek gemaakt. Wie bijvoorbeeld zoekt op de naam van een bepaalde club krijgt gelijk te zien welke bijzondere faciliteiten er aanwezig zijn. Op een true/false-gebaseerde beslisboom worden de specifieke kenmerken al dan niet getoond. En wie juist zoekt op basis van plaatsnaam, krijgt de dichtstbijzijnde club te zien en/of het aantal clubs in die plaats.

Écht omnichannel

Deze opzet zorgt er mede voor dat er inzicht is in de mate waarin online zoekers uiteindelijk lid worden bij een club. Het gros van de sporters wordt online lid en gaat daarna offline aan de slag. Toch is er nog een significant aantal mensen dat zich offline inschrijft. Om in kaart te brengen hoe die zich online oriënteren, voegen we die nu ook toe aan onze data. Op termijn geautomatiseerd. Waardoor we ook op hun signalen in kunnen spelen en écht volledig omnichannel werken.



Charissa van Haalem, Team Lead SEA

Abovo Maxlead



Ruben Huisman, Sr. Online Marketing Consultant

Abovo Maxlead