



URBAN SPORTS CLUB

Quick Insights und Lessons Learned von Urban Sports Club

Wie hält man sein Abo-Modell fit?

Torsten Müller // Urban Sports Club
für MVFP

Urban Sports Club: Die ganze Welt des Sports in einer Mitgliedschaft

Mit nur einer Mitgliedschaft können Mitarbeitende das flexibelste und umfangreichste Sportangebot Deutschlands nutzen.



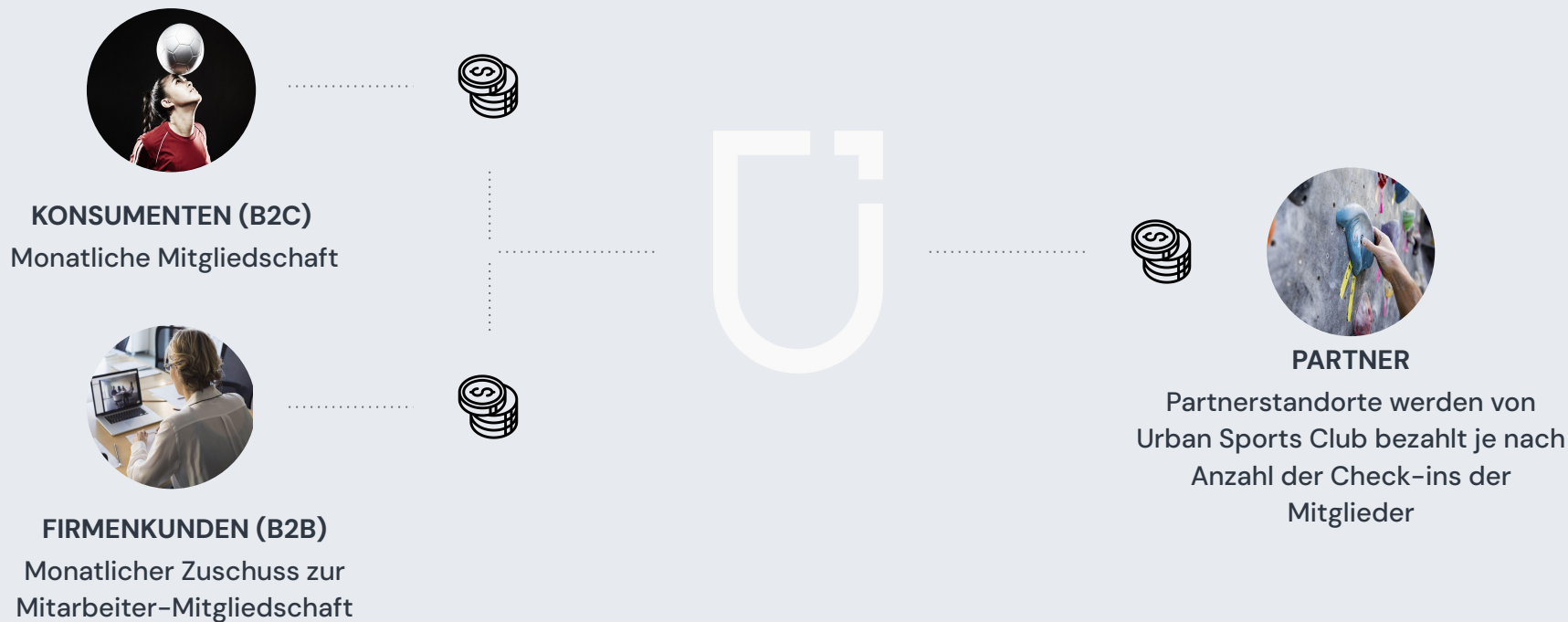
Für Firmen

Unternehmen fördern ihre Mitarbeitenden mit Firmenfitness und -wellness. Alles aus einer Hand.

Für Endkunden

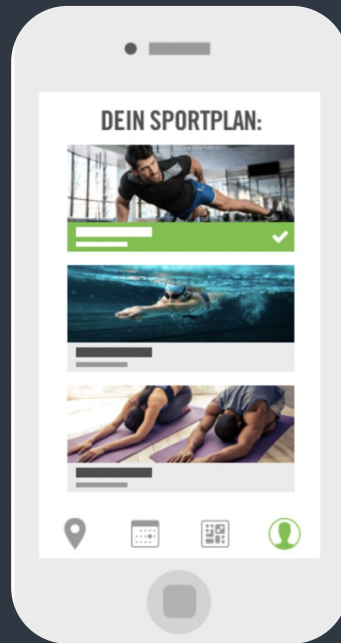
Mitglieder stellen sich ihren Sportplan flexibel und vielfältig zusammen und können monatlich kündigen.

Das Modell von Urban Sports Club



1.

Der Einstieg zählt: Onboarding Experience



(Data-driven) Personas

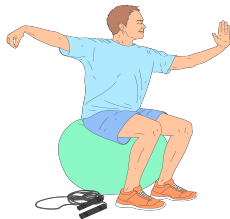
Wir nutzen datengetriebene Segmente

Boulderers



Bouldering, Climbing

Fit4Life



Fitness, Boxing,
Crosstraining,
Functional Training

MultiSportFit



Fitness, Wellness,
Yoga, Dance, EMS,
Swimming

FitSwimmers



Swimming, Fitness,
Water Sports

YogicFit



Yoga, Pilates,
Meditation, Fitness

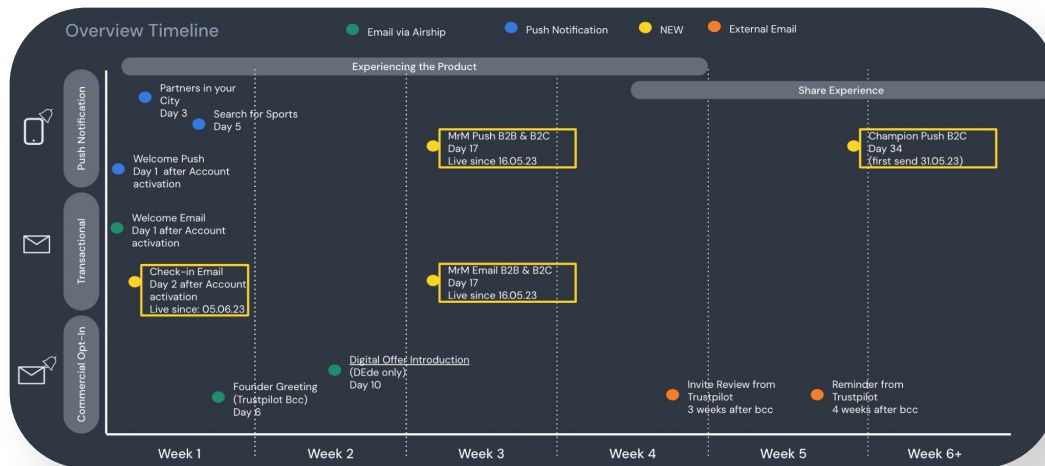
Customer Journey/ Lifecycle

Wir begleiten neue Nutzer:innen zu Beginn besonders eng

Beispiel: Onboarding

Insbesondere die Onboarding-Phase und die erste Produktnutzung sind entscheidend für die weitere Nutzung.

Die Kündigungsrate ist bei Nutzer:innen, die in den ersten Tagen und Wochen keinen Check-in machen, überdurchschnittlich hoch.



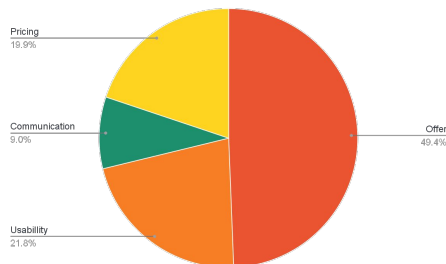
Surveys & NPS

Wir treffen Produktentscheidungen nicht ohne die Nutzer:innen

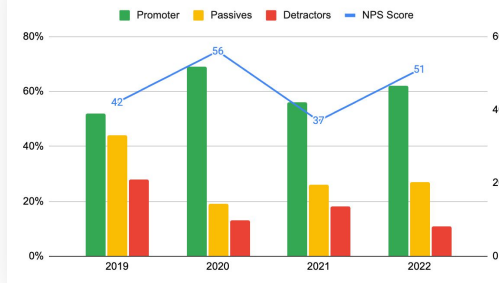
Produkt- und Service Feedback

Reguläre NPS-Abfragen helfen, das organische Wachstum zu beurteilen.

Entscheidungen können auf Basis des Nutzer:innen-Feedbacks getroffen werden.



Annual Member NPS over time



2.

Rep(etition)s für bessere Retention



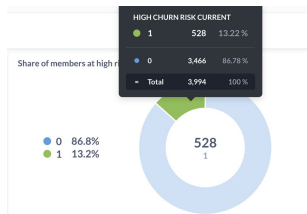
Churn Prediction & Prevention

Wir Machine Learning Kündigungen vorbeugen

“Sleeper”-Aktivierung

Regelmäßige Produktnutzung ist entscheidend für eine lange Kund:innenlebensdauer.

Ein sog. Churn Prevention Model dient uns als Basis für gezielte Kampagnen, um kündigungsgefährdete Nutzer:innen wieder zu aktivieren.



YOUR APP NAME ...

Make your week a sporty one!
How about some Fitness soon?

YOUR APP NAME ...

New month=new challenge
Discover something new this month

YOUR APP NAME ...

Time for BLN.Athletics?
Check out the schedule 📅

YOUR APP NAME ...

Feeling lonely while training?
Refer a friend and train together

YOUR APP NAME ...

Busy life? 🤖
An online Pilates class might be what you need!

YOUR APP NAME ...

Make your company pay your membership
Refer us now and get 3 months for free

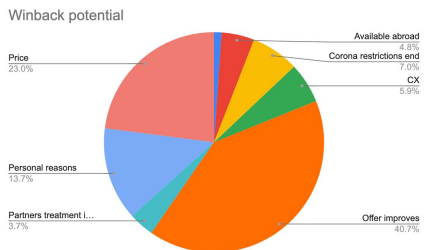
Reaktivierung

Wir versuchen Kunden zurückzugewinnen

Winback-Kampagnen

Basierend auf den Kündigungsgründen, lassen sich segmentierte Reaktivierungskampagnen spielen (Winback).

Die CACs bei Winback liegen ein Vielfaches unter denen für Neukund:innen.



Before you go...

We hope you've enjoyed doing sports with Urban Sports Club. Can you please tell us the reason you'd like to cancel to help us improve our product.

- ☐ I can't do sports at the moment (e.g. physical condition)
- ☐ Moving to a city where Urban Sports Club is not available
- ☐ I want to signup with one of your sports venues directly
- ☐ I want higher visit limits for my membership
- ☐ COVID-19 Pandemic
- ☐ I cannot use the additional Interfit offer anymore
- ☐ I only wanted to use Urban Sports Club for a limit period of time
- ☐ I do not use it enough
- ☐ I cannot afford it anymore
- ☐ A sports venue I liked was removed from the offer
- ☐ Others

Anything else that you would like to add? (Optional)

Pause membership

Will you give us another chance?

Hi,

Our product has changed a lot since you left. We believe these improvements might change your mind about our membership, because now our offer is more flexible than ever.

- We made our **cancellation policy** more flexible by decreasing the notice period to 3 days.
Read more [here](#).
- We upgraded our **digital offer** to include new formats and more content.
Check it out [here](#).
- We **improved our app** and its search function, with many more product improvements in the pipeline.
Check it out for [ios](#) and [android](#).

These changes have made our offer stronger than ever before – and we think you'll love it.



3.

Ausdauertraining mit CLTV Prediction

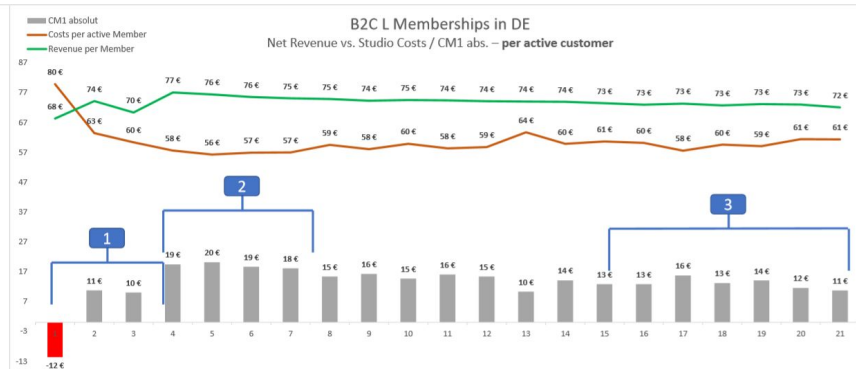
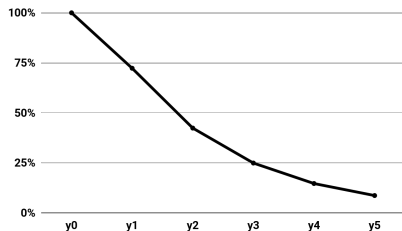
Customer Lifetime Value

Wir haben den gesamten Kund:innen-Lebenszyklus im Blick

CLTV Projektion

In der Kund:innenakquise hilft uns ein Customer Lifetime Value Prediction Model, Ausgaben für Marketing zu regulieren.

Anhand des Multiples von Akquisekosten (CAC) und CLTV steuern wir das Marketing aus.



Fazit

1

Kund:innen qualitativ und quantitativ analysieren

2

Die ersten Tage oder Wochen sind essenziell

3

Regelmäßiges und strukturiertes Feedback sammeln

4

Churn erkennen, vorbeugen oder Kund:innen reaktivieren

5

Akquise gezielt auf Basis der CLTV skalieren

Vielen Dank!



URBAN SPORTS CLUB



Torsten Müller

SVP Marketing & Communications, Urban Sports Club

torsten@urbansportsclub.com



[xing.com/profile/Torsten_Mueller37](https://www.xing.com/profile/Torsten_Mueller37)



[linkedin.com/in/torstenmarkusmueller](https://www.linkedin.com/in/torstenmarkusmueller)

