



aGolf

När det är resultatet som räknas!

Golfforum, Tromsø 2014 -11-16

Stig Alfbecker

Remember without "customers", your business doesn't make any money.

And without money, there is no business...

You drive the customers; the customers drive sales.

Andi Deeks



- : Sales, Product and Marketing Management
- : Business development (1985)
- : Research business (1987)
- : Golf development (2010)
- : Owner of aGolf

Stig Alfbecker

aGolf - utvikle ditt golfanlegg

aGolf har utviklet informasjonssystemer og virksomhetsverktøy som trengs for å kunne bruke en golfbane. Støtte fra aGolfs informasjon og verktøy, vil gi deg grunnlaget for å opprettholde og øke antall medlemmer og besøkende. Du vil også være i stand til å øke inntektene fra greenfee spillere og gi klubbens partnere mer verdi for pengene.



Informasjon

aGolf har en komplett pakke av informasjon å tilby. Enten du trenger å vite hva dine medlemmer, gjester eller samarbeidspartnere mener, har aGolf den beste løsningen å tilby.



Trening

aGolf har over 20 års erfaring innen næringsutvikling, basert på den informasjonen vi gir.

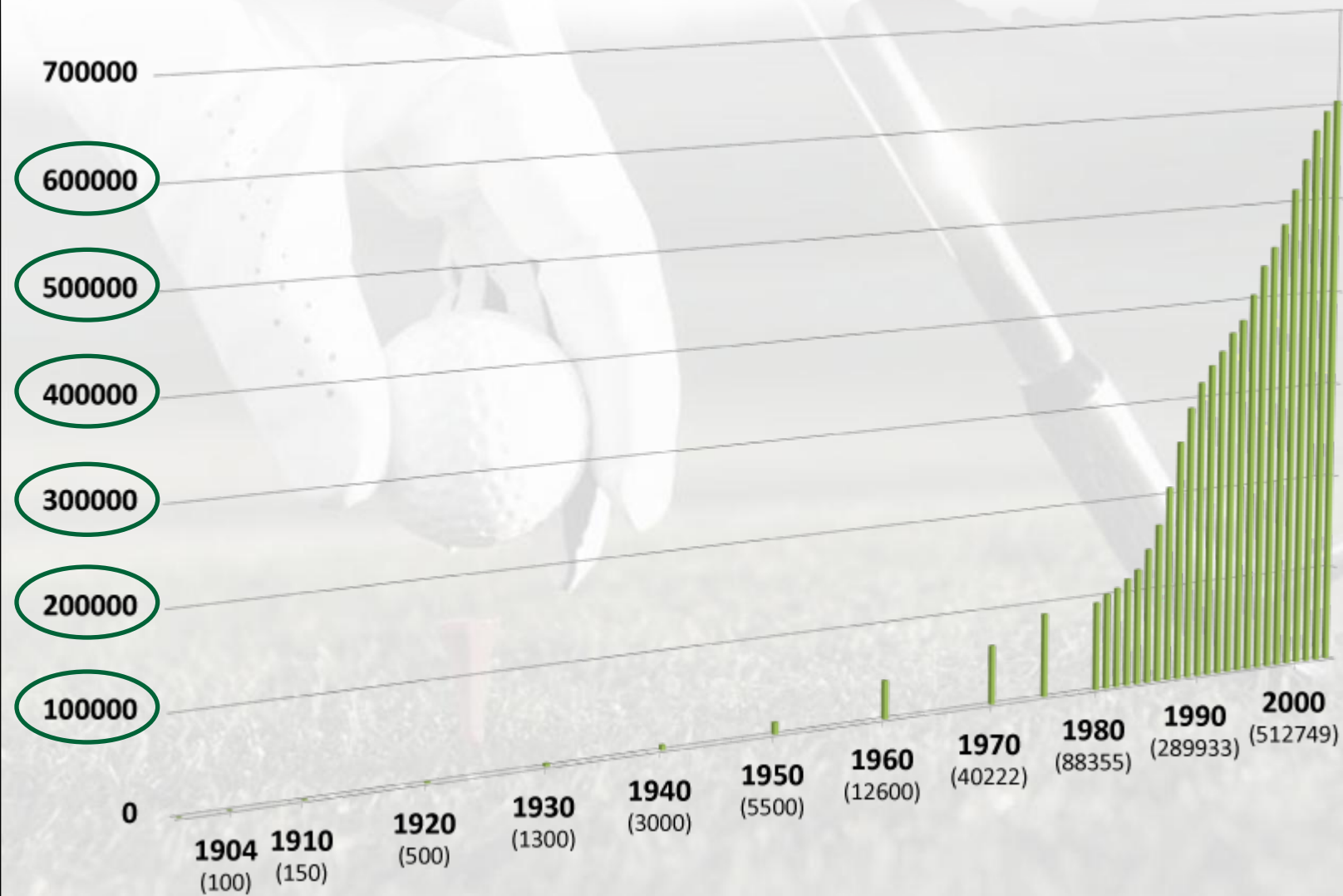


Forretningsverktøy

Vårt mål er at du alltid har de riktige verktøyene for å kunne utvikle virksomheten din på best mulig måte. Det nyeste tilskuddet til vår verktøykasse er aGolf nyhetsbrev, som gjør det enkelt å lage og sende nyhetsbrev til dine gjester, medlemmer og andre interessenter.

- : Trender i svensk golf
- : Årsaker til utviklingen vi har hatt den siste 10-års perioden i Sverige
- : Positive effekter av golfanlegg som startet arbeidet med nye metoder og ferdigheter

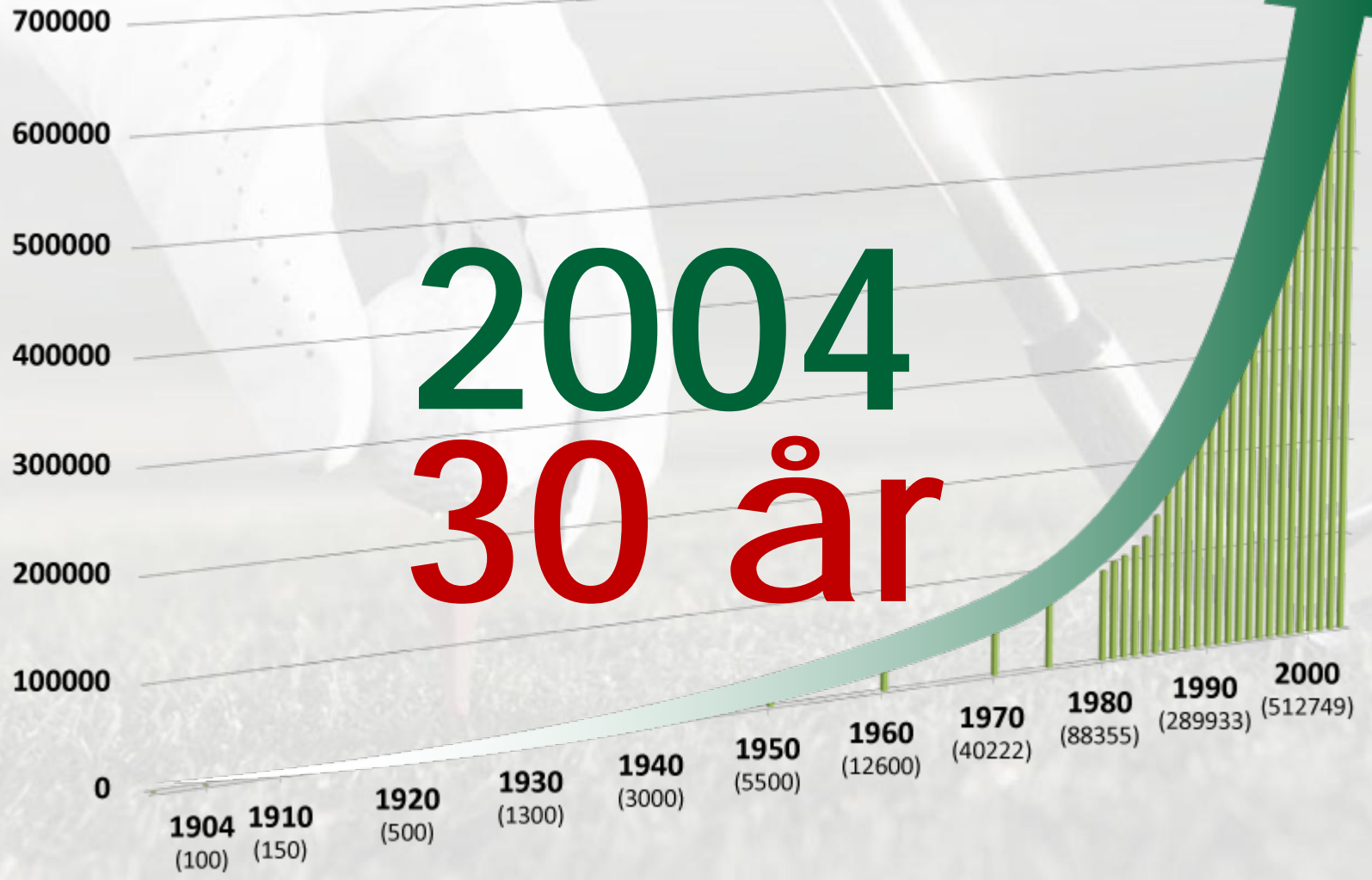
Antall spillere, utvikling i Sverige



Antall spillere, utvikling i Sverige

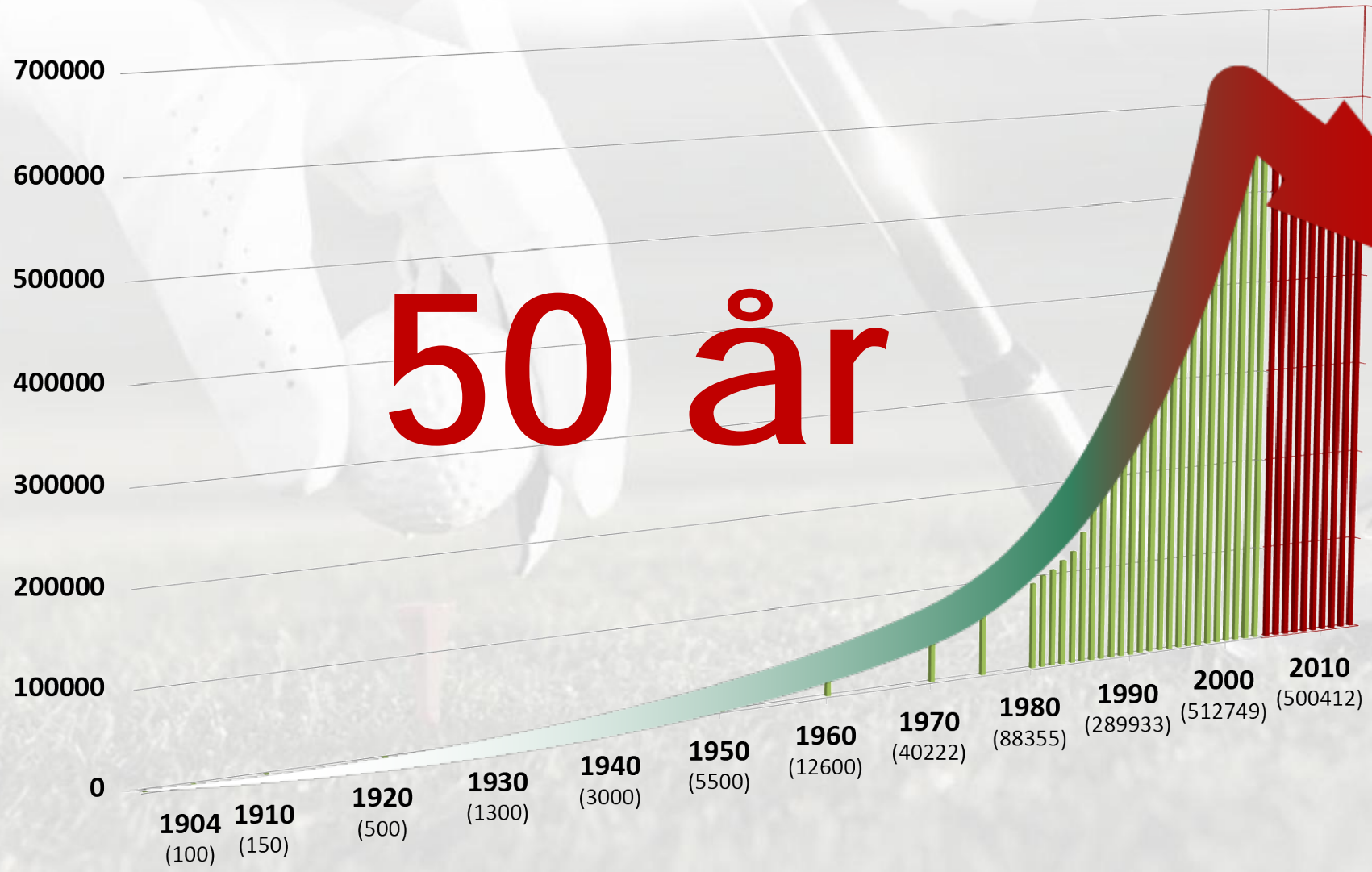
aGolf

2004
30 år



Antall spillere, utvikling i Sverige

50 år



Markedsverdi

4 231 millioner



3 223 millioner



Markedsverdi, minus – 1 008 millioner

2004

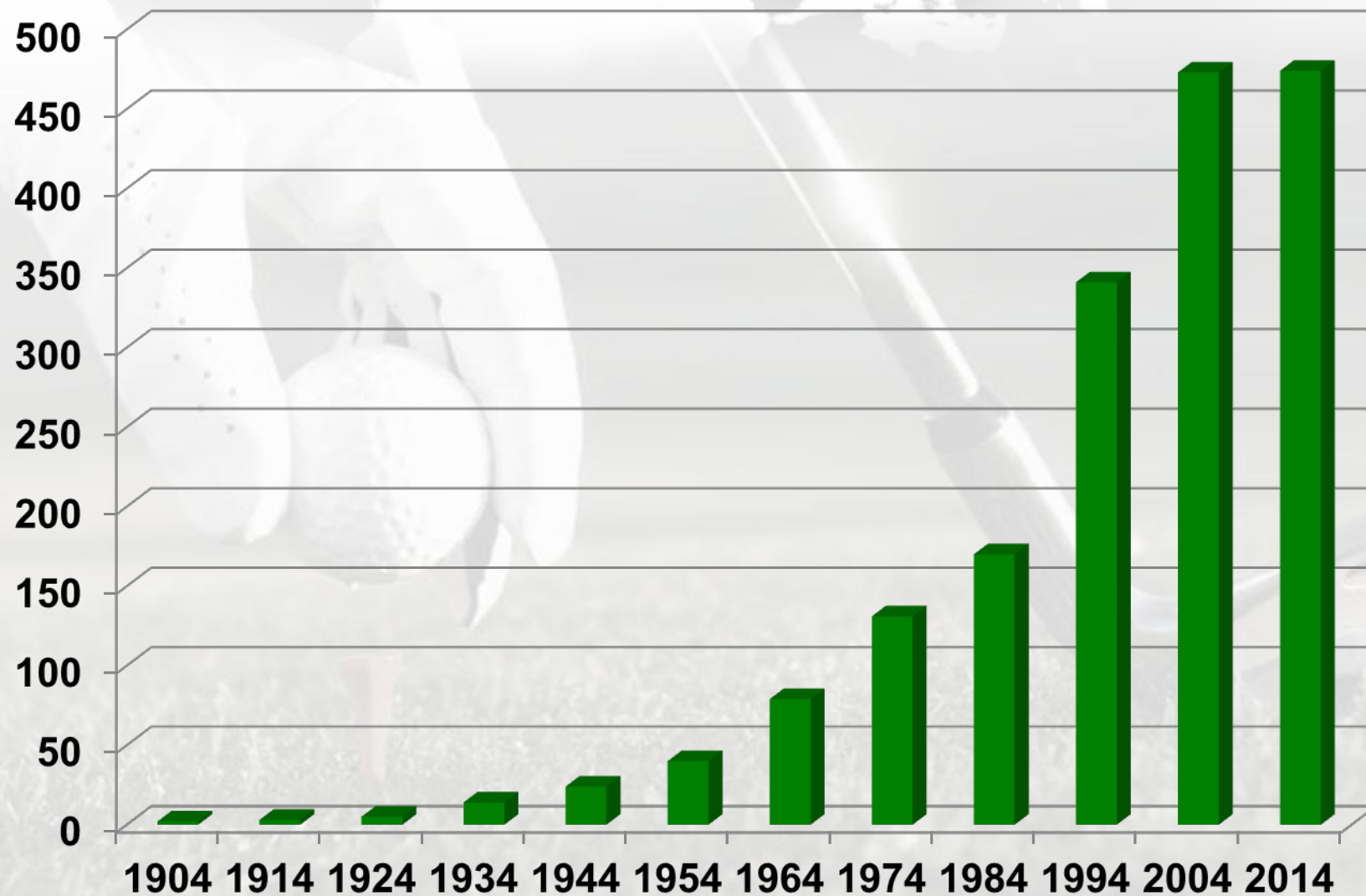
(604 466)

2014

(474 777)

Med en verdi på 7 000
SEK per spiller

Antall golfbaner i Sverige



Du holder fremtiden i hånden. Fremtiden er allerede her. Du kan velge å gjøre en eller flere av følgende tre ting:

- : Lær om viktige ting som skjer og som påvirker din klubbs fremtid
- : Gjør noe aktivt og bevisst med din kunnskap
- : Legge fremtiden til side og gå videre som om ingenting har skjedd

Hva skjedde

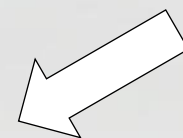
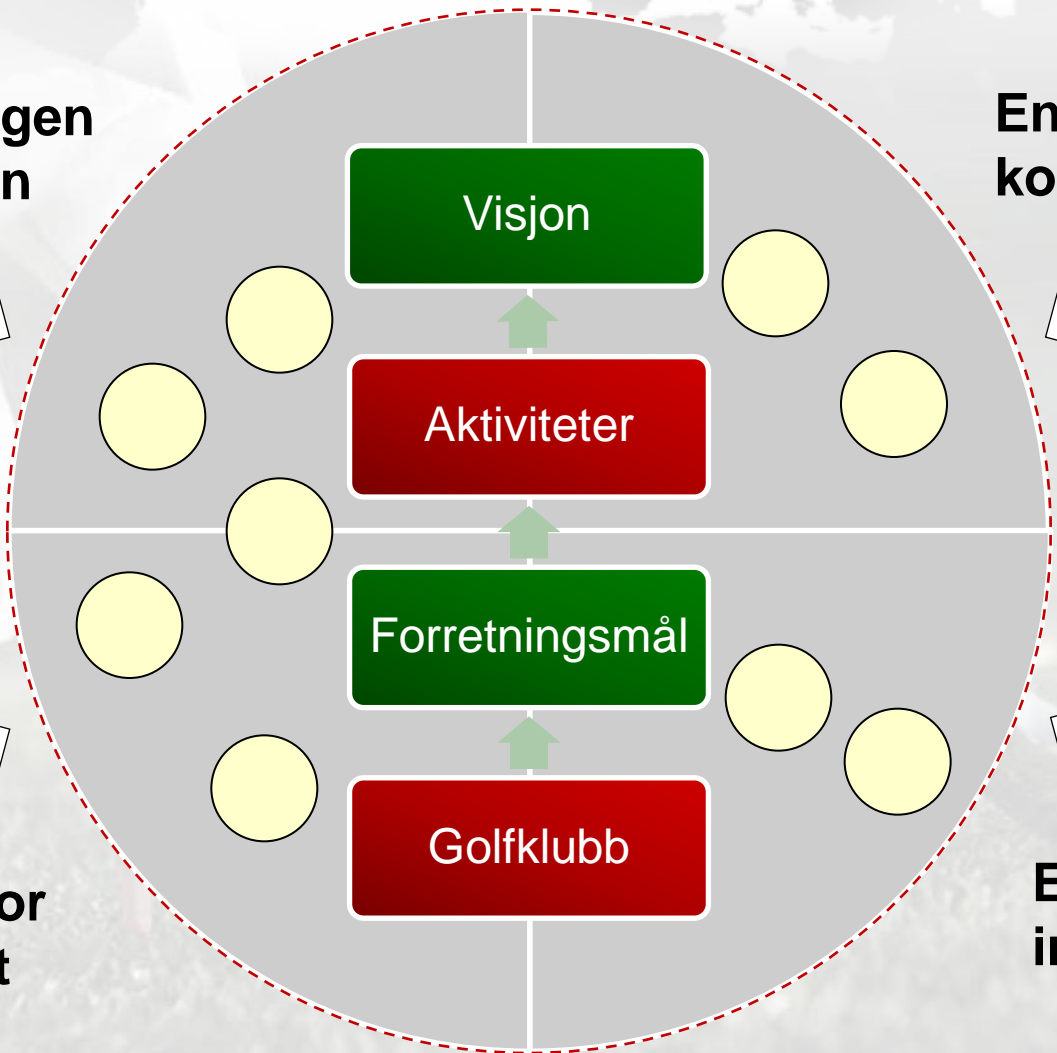
2004



Ytre press / Trender

En endring i sammensetningen av befolkningen

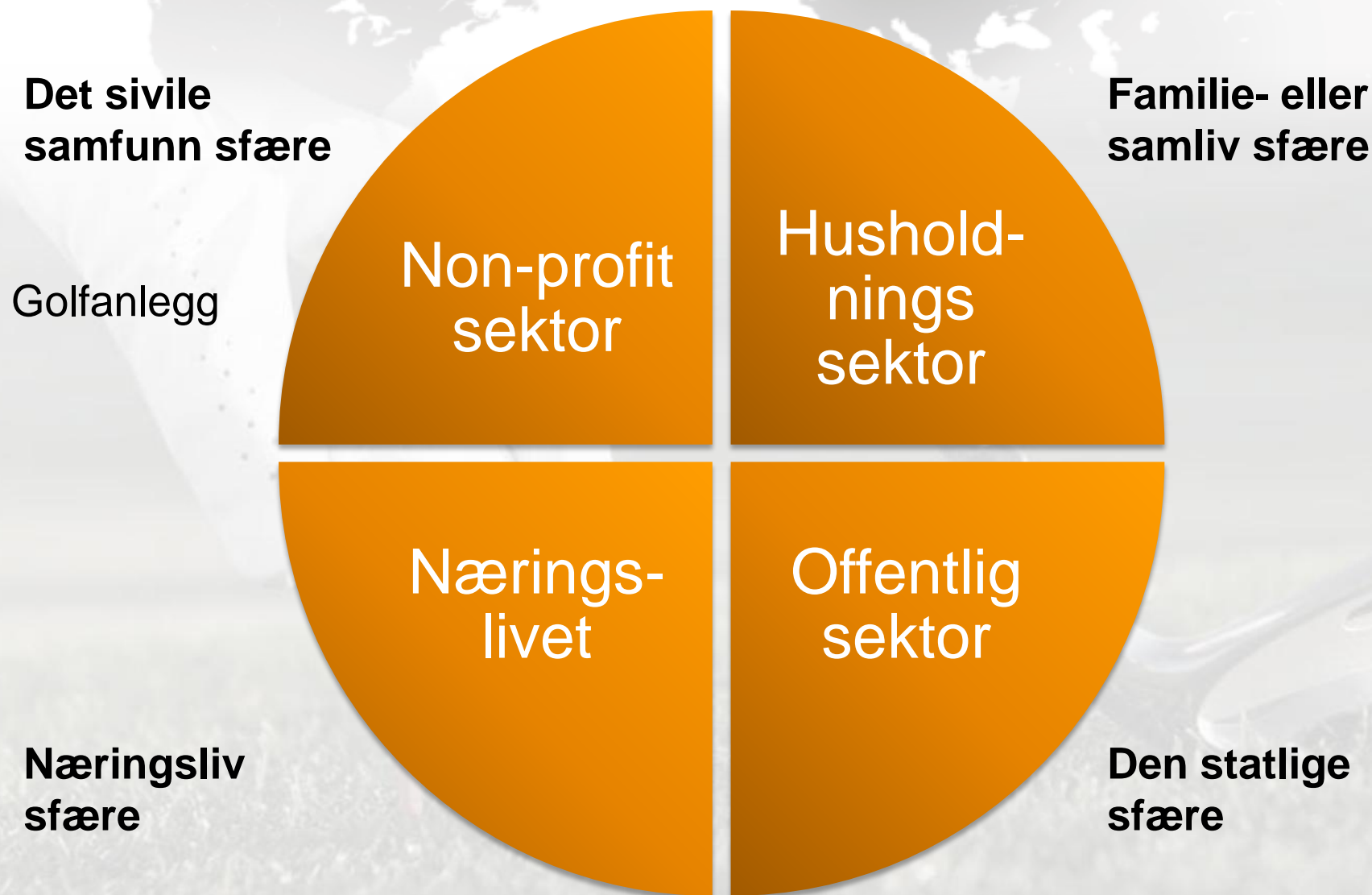
En økende kommersialisering



Et økt behov for å se og bli sett

En økende individualisering

Samfunnets fire sfærer



Hva skjedde på klubben

	JA	TJA	NEI
: Endre kompetanse			<input checked="" type="checkbox"/>
: Endring i organiseringen av klubben		<input checked="" type="checkbox"/>	
: Endring i lokale og sentrale organisasjoner			<input checked="" type="checkbox"/>

Hva skjedde på klubben

	JA	TJA	NEI
: Utvikling av markedsføring			<input checked="" type="checkbox"/>
: Utviklingen av spillet		<input checked="" type="checkbox"/>	
: Endre medlemsskjemaer	<input checked="" type="checkbox"/>		

: Legge fremtiden til side og gå videre som om ingenting har skjedd

: Forandret prisbilde (rabatter)

: Ny arbeids metode
50- tals klubber

Hvordan alt henger sammen ...?

(Forretningsmodell Experience Industry)


<http://www.youtube.com/watch?v=bH242Nc5GHA>

Prisvård



Lojal (NPS)

Kritiker Passiva Ambassadører



Attraktiv



Stannar medlem / Återkommer gjäst



Attraktiv

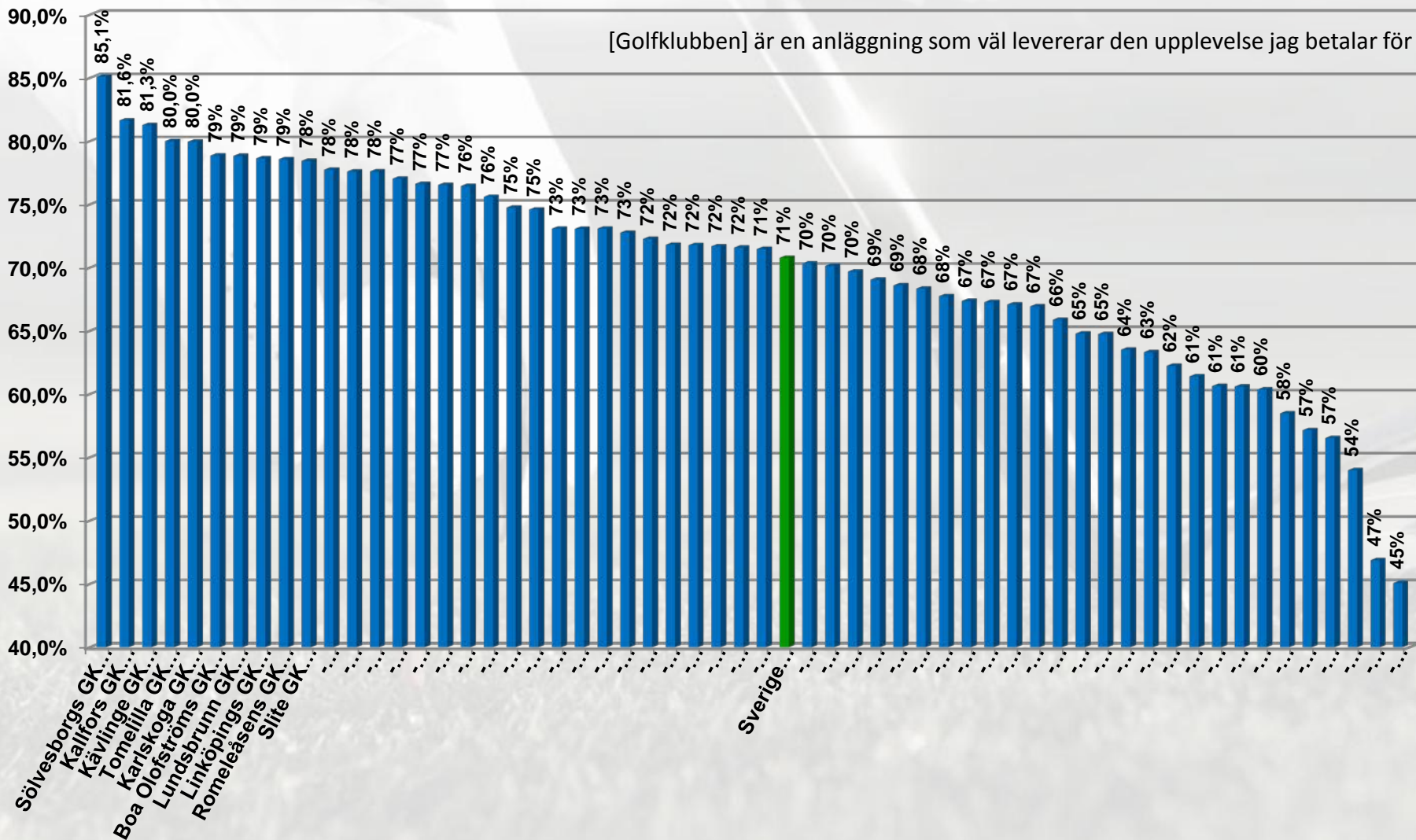


- : Golfbane
- : Spillet på banen
- : Service
- : Treningsområder / Driving Range
- : Restaurant

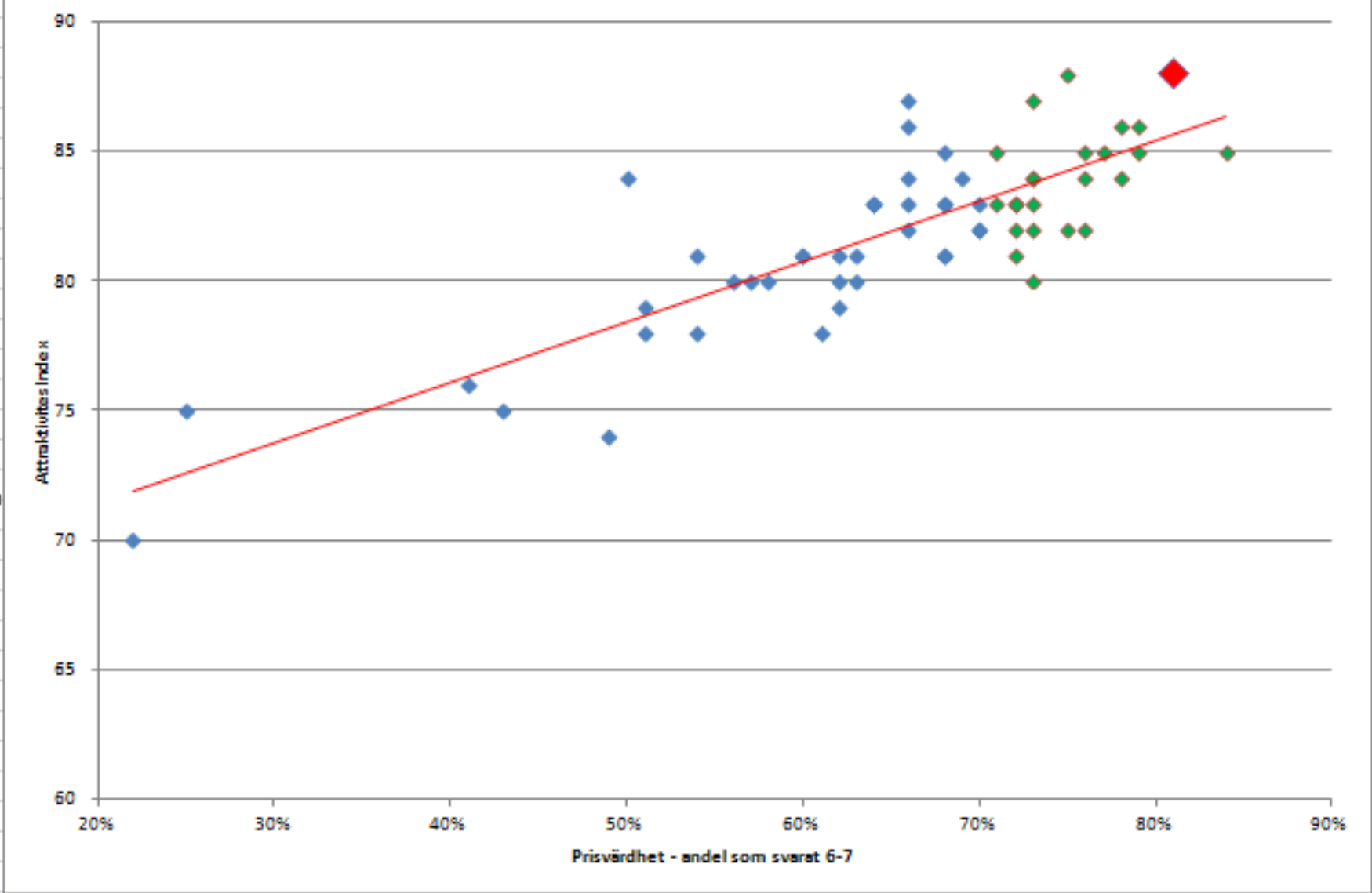
Prisvärd



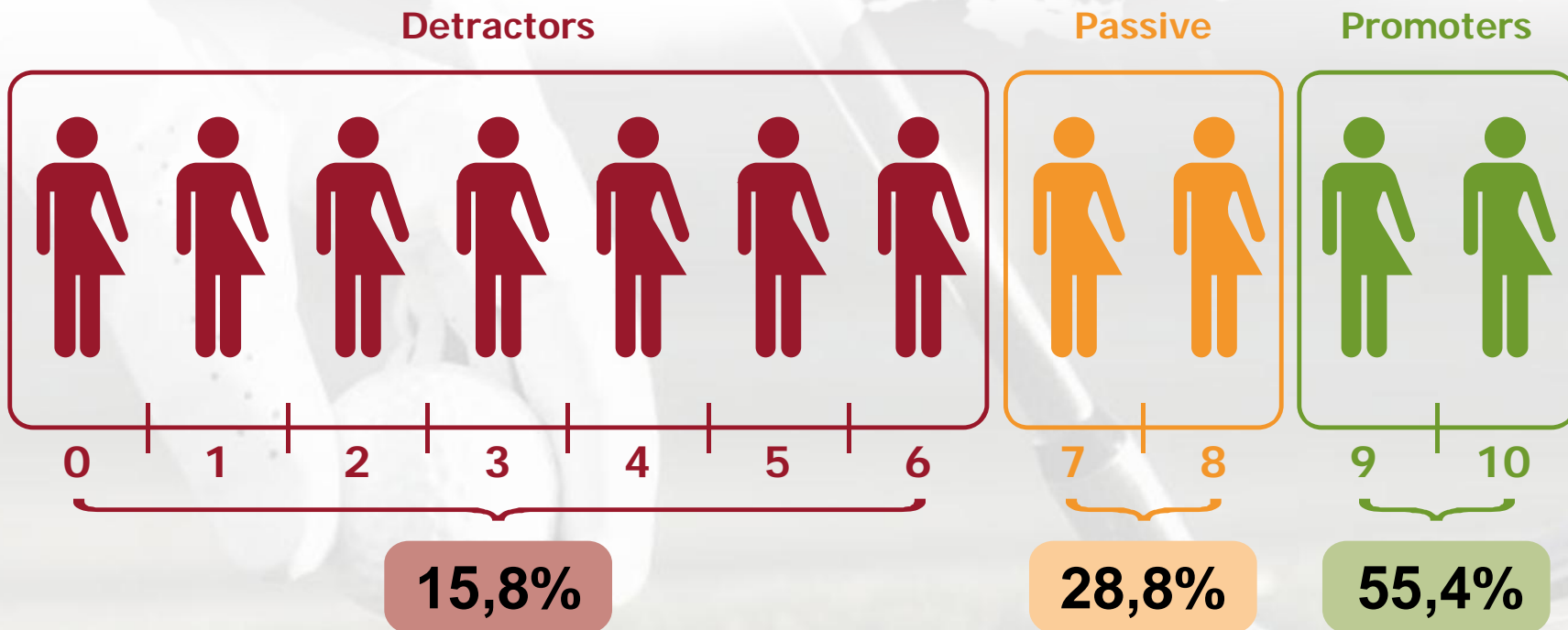
[Golfklubben] är en anläggning som väl levererar den upplevelse jag betalar för



Prisvärdet jämfört med Attraktivitet. Varje punkt motsvarar en klubb.

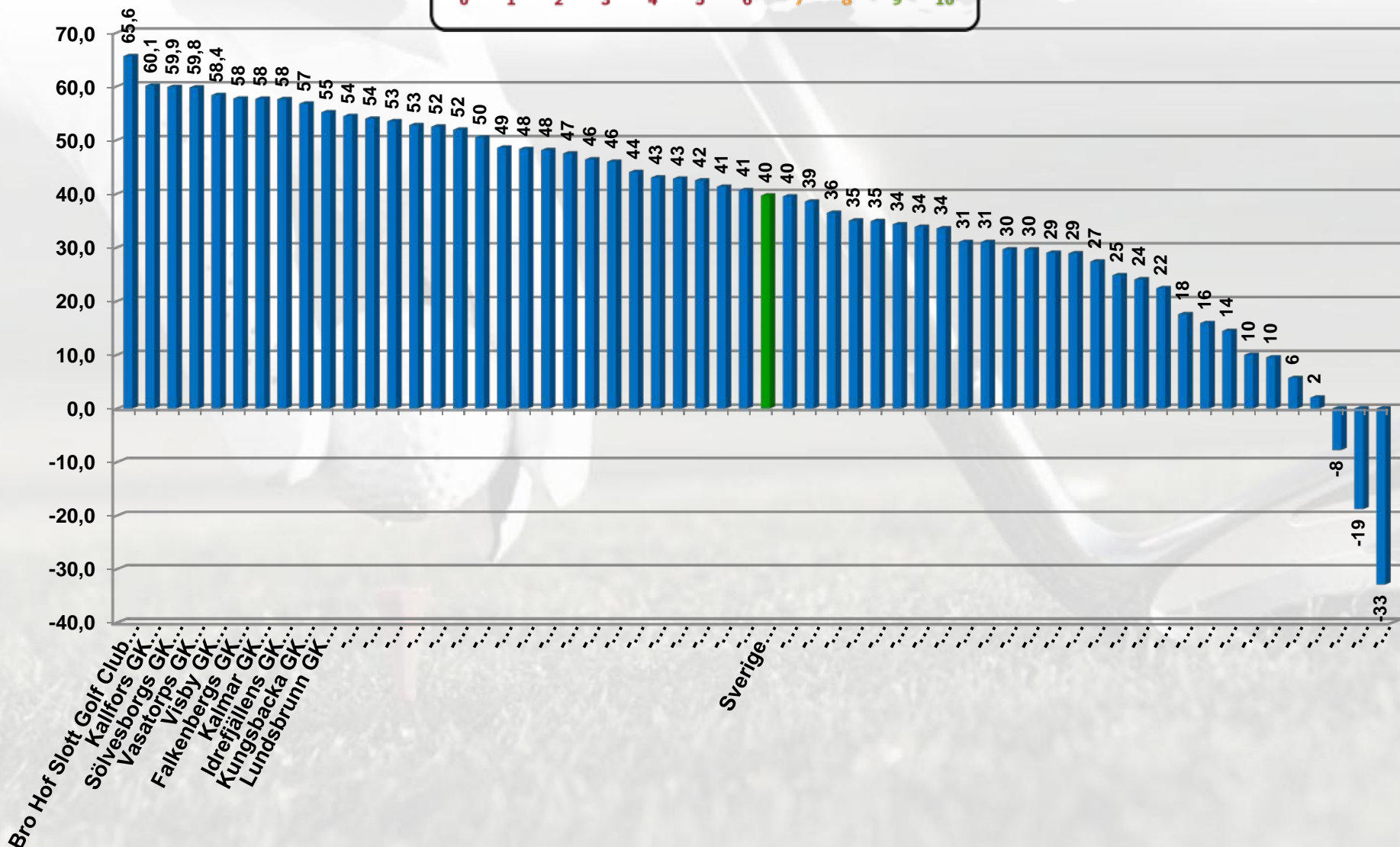
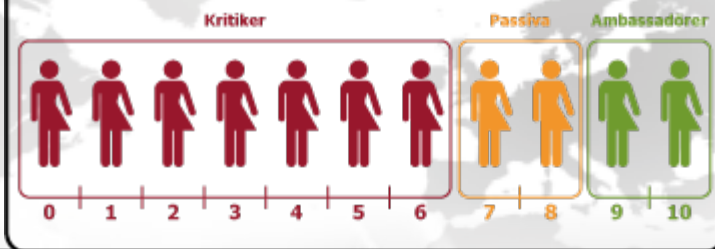


Beregne din Net Promotor Score

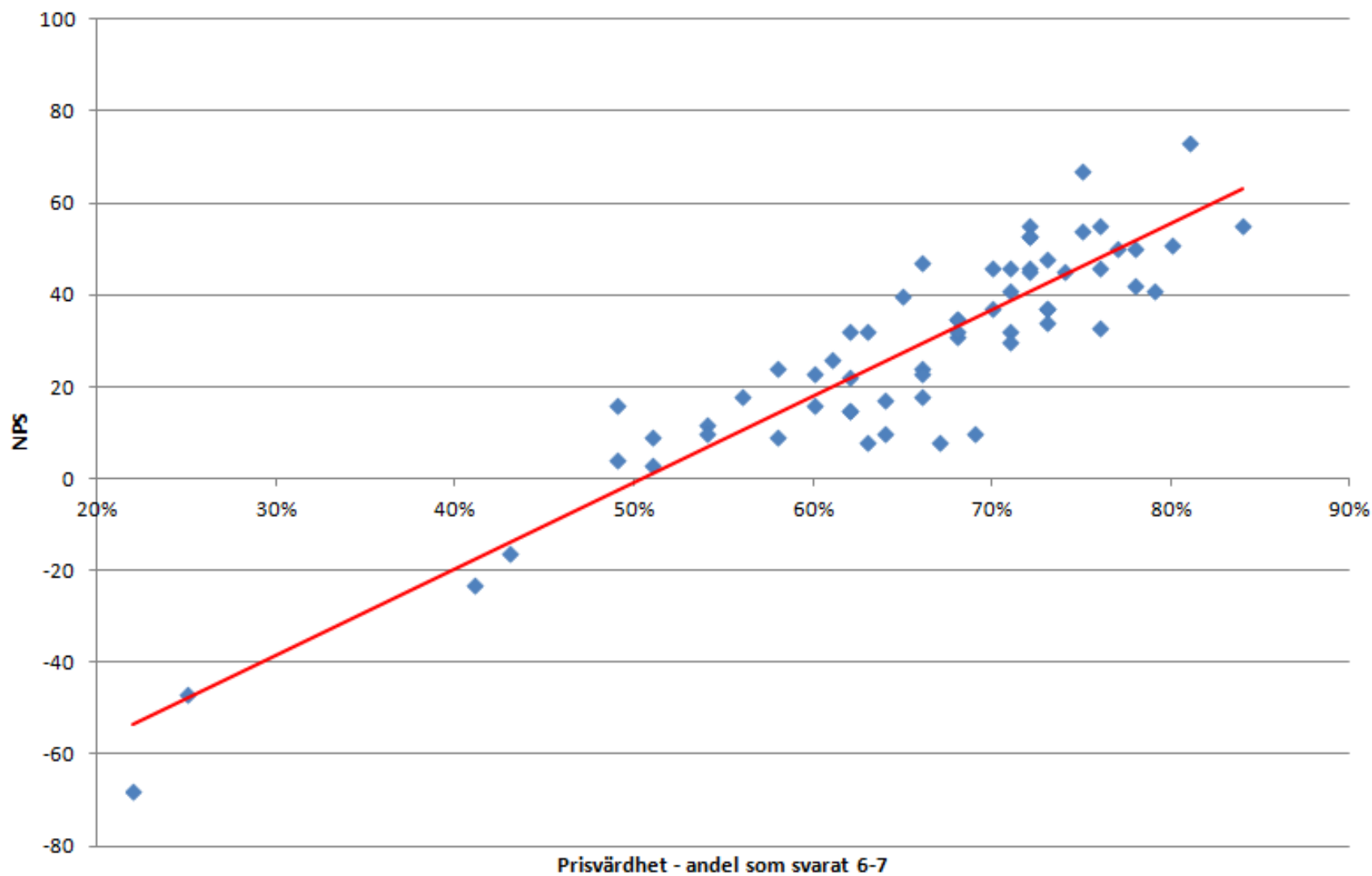


$$\begin{matrix} \text{\% of Promoters} \\ \text{(9s and 10s)} \end{matrix} - \begin{matrix} \text{\% of Detractors} \\ \text{(0 through 6)} \end{matrix} = \text{NPS } \mathbf{40}$$

Lojal (NPS)



Prisvärdhet jämfört med NPS. Varje punkt motsvarar en klubb.





Varmt välkommen



Klubben

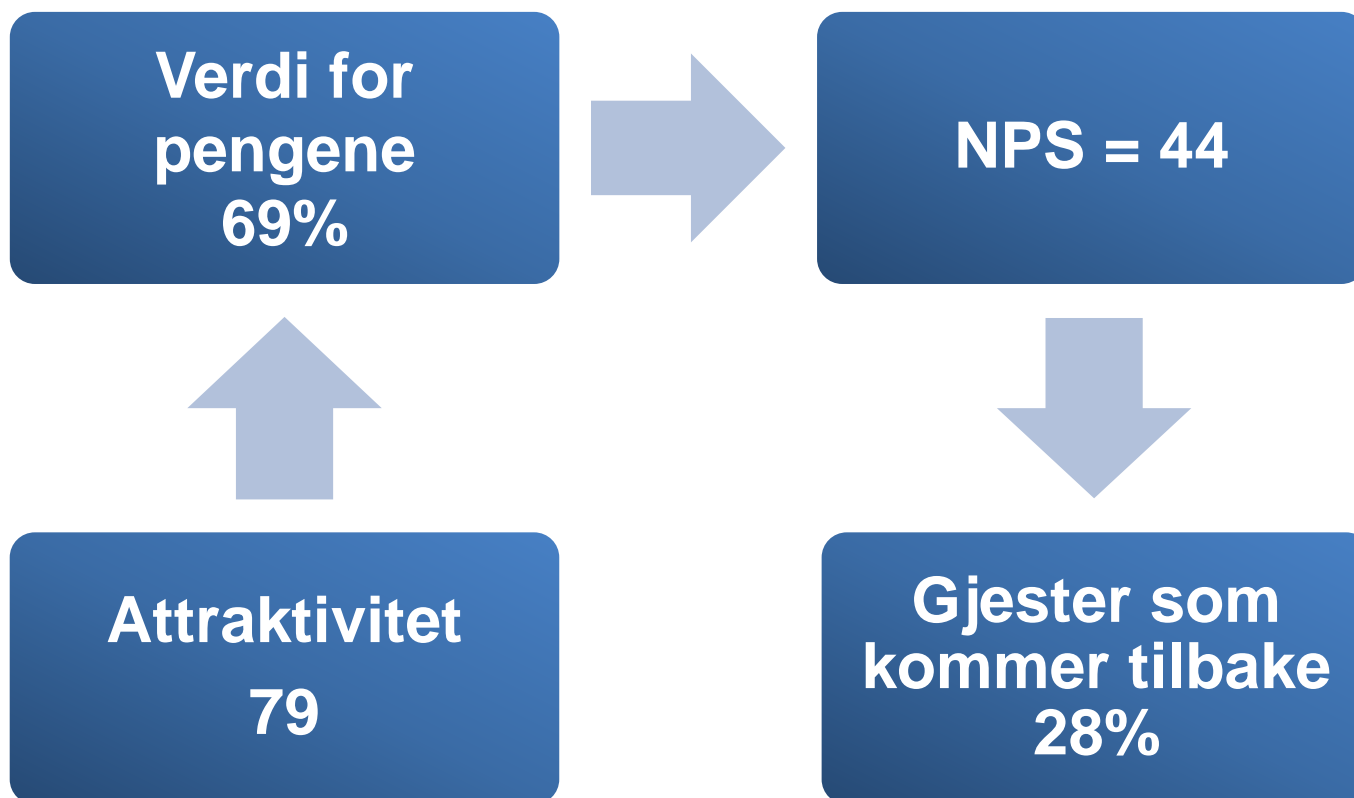
Välkommen till Österlens Golfklubb

Österlens Golfklubb



- : I 2011 ble det besluttet å investere 1,7 millioner på Lilla Vik i perioden 2012-2013.
- : Nye utslagssteder, bunkere og klippelinjer i samarbeid med Pierre Fulke Design.
- : Hvordan finansieres investeringen?
Kan investeringen påvirke resultatet negativt?
- Avskr 20 år, dvs en økning av inntekter på 80 tkr/år.
- : Antall greenfeegjester må øke med 250 st for å gå "breaeven" med investeringen.
- : Antall medlemmer plus/minus null, uendret medlemskontingent.

Verdikjeden (gjest) for Österlens GK 2012





Gjestespillere

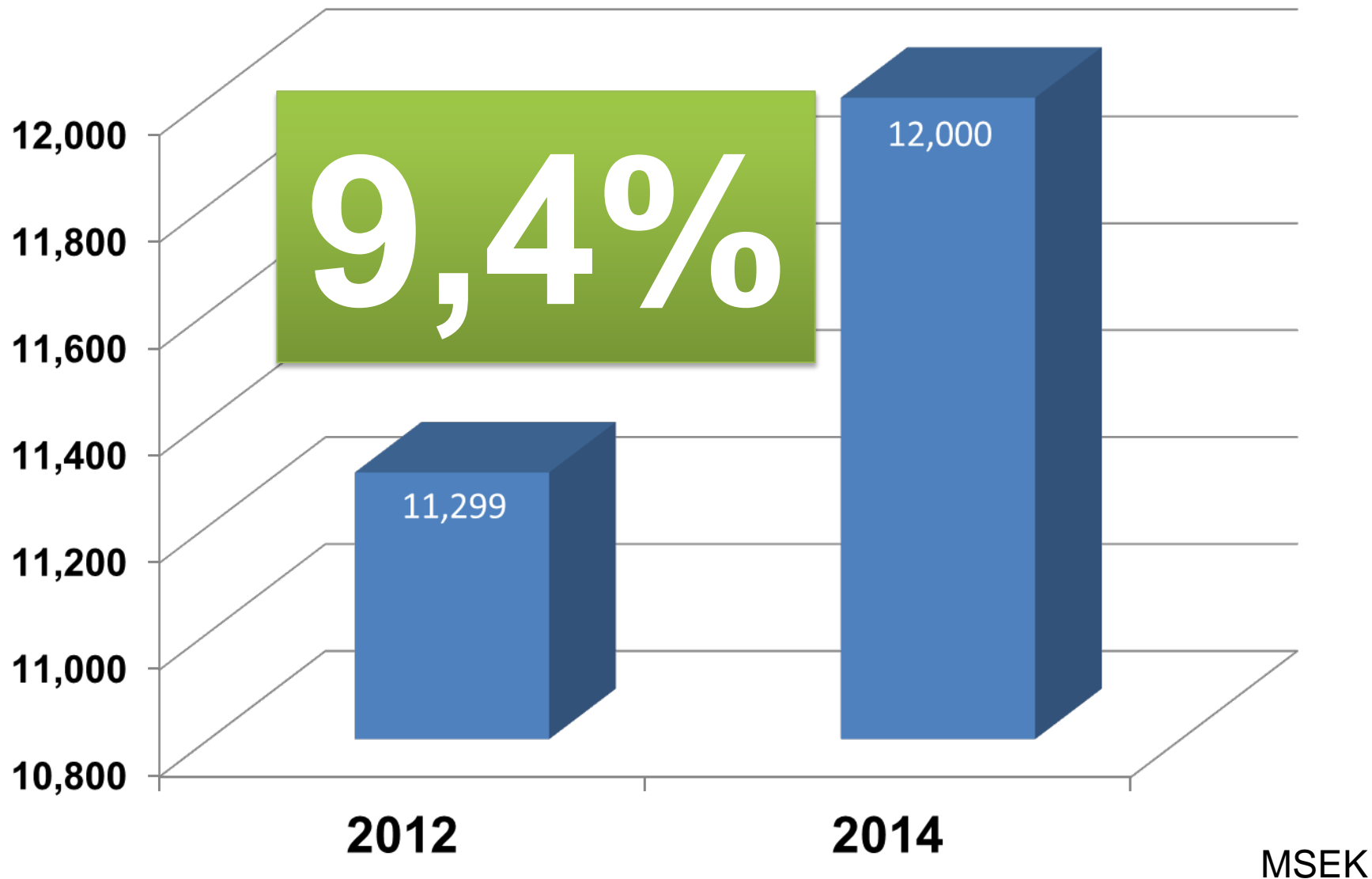
År	Totale inntekter	Attraktivitet	Verdi for pengene	NPS
2011	4,1			42
2012	4,25	79	69%	44
2013	4,35	81	72%	46
2014	tom. okt. 2014. 4,45 (1,3 i Juli)	81	78%	51

Medlemmer



År	Antall	Totale inntekter	Attraktivitet	Verdi for pengene	NPS
2011	1820	7,2			
2012	1773	7,049	75	76%	40
2013	1917	7,1	79	81%	49
2014	1928	7,5	80	86%	59

Österlens Golfklubb har økte inntekter



Konklusjon

- : Alle markeder / bransjer går opp og ned
- : Du må holde et øye med trender og markedsutvikling
- : Du må holde styr på "Gjestene"
- : Du må ha riktig kompetanse og organisasjon
- : Du må våge å handle

A close-up photograph of a white golf ball on a tee, with a golf club's head and shaft visible in the background. The scene is set on a grassy field under a bright sky.

Takk for oppmerksomheten

aGolf

När det är resultatet som räknas!