



# Professional Golfers' Association of Sweden

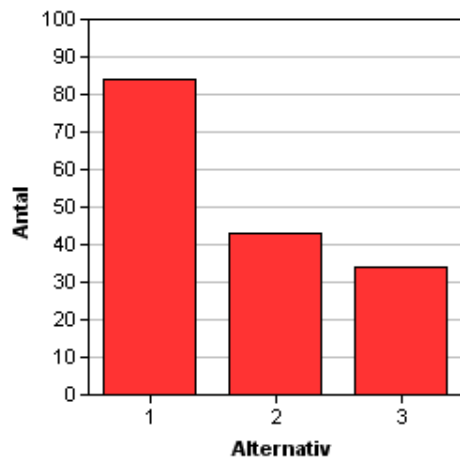


## 5. Är Er/Era Professional/s

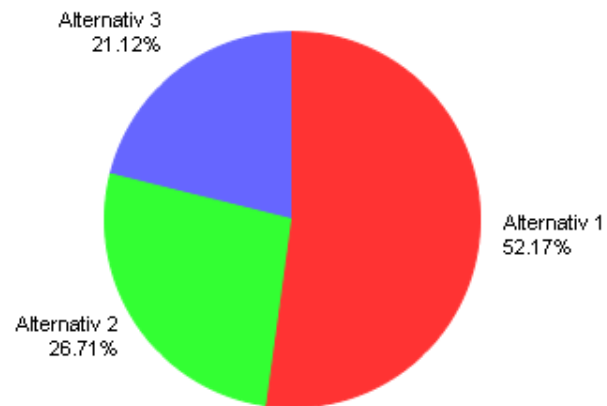
Antal som besvarat enkäten: 161  
Medelalternativ: 1.69

1. Entreprenörer
2. Anställda
3. En kombination av de två

Svar i antal



Svar i procent



## 1. Sitter Er/Era Professional/s adjungerad i styrelsen?

---

Antal som besvarat enkäten: 161

---

Svar i procent



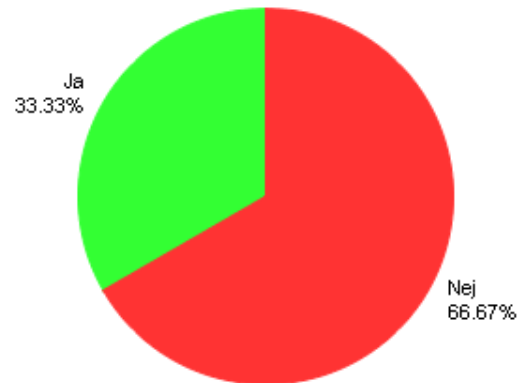
## 6. Sitter du adjungerad i golfklubbens/anläggningens styrelse?

---

Antal som besvarat enkäten: 246

---

Svar i procent



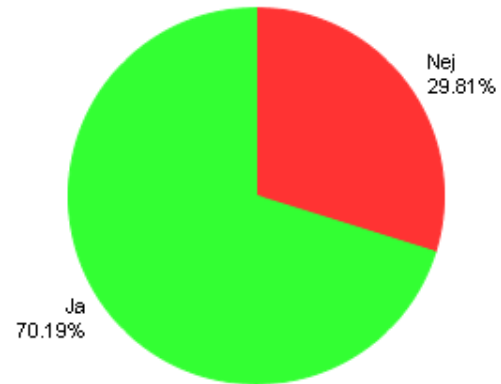
#### 4. Har ni en arbetsbeskrivning för Er/Era Profssional/s?

---

Antal som besvarat enkäten: 161

---

Svar i procent



## Vilka kompetenser ser ni att Er/era Professionals kan utveckla för att möta era behov?

- Marknadsföring, projektledning, ekonomi
- Ligga steget före med nya idéer, planering och upplägg
- Marknadsföring och företagsförsäljning
- Alla Pron bör ha rollen som "triveselpappa". Prata med alla, skoja, hälsa på medlemmar och gäster i positiv anda
- Få fler att börja träna och få in nya medlemmar
- Marknadsföring, sponsorkontakter, företagsgolf, KLUBBUTVECKLING
- Följa med i utvecklingen av sporten. Gäller även klubbens personal.
- Administration, kunskaper i GIT kring tävlingar, bokningar, startförbud



## Vilka kompetenser ser ni att Er/era Professionals kan utveckla för att möta era behov?

- Sälj och marknadsföring
- Affärsmannaskap
- En mer säljande roll för klubbens hela verksamhet
- Organisation och struktur
- Finnas mer tillgänglig för alla, gruppträningar för vuxna. Alla tar sig inte råd att ta privatlektioner
- Bättre marknadsföring av sin verksamhet
- Utveckla golfträning, spel och medlemskap mot framtidens behov
- Organisation, chefskap, personalledning, arbetsplanering
- Marknadsföring



## Vilka kompetenser ser ni att Er/era Professionals kan utveckla för att möta era behov?

- Time management, aktivt vilja delta i klubbens verksamhet och inte vänta på att få allt serverat
- Att bli uppdaterad på GIT
- Skapa intresse hos våra medlemmar att förkovra sig som golfspelare
- Personalledning och administration
- Marknadsföring





## Hur ser Du att Din roll på Klubben/anläggningen kan utvecklas?

- Allt – ungdomsutveckling, banskötsel, medlemsvård
- Att jag får vara delaktig i golfens utveckling och i de frågor som diskuteras på klubben
- Mer involverad i driften av anläggningen som helhet
- Att aktivt få delta på klubbens styrelsemöten och kommittéarbete
- Ta del av fler frågor som rör klubbens utveckling, bana o kundbemötande osv
- Bli mer delaktig i hela verksamheten
- Vara mer i centrum kring spelet och spelarutveckling. Allt från struktur till spelupplevelse.
- Mer delaktig i styrelsearbete och framtidsplanering
- Bättre samarbete mellan alla berörda parter



## Hur ser Du att Din roll på Klubben/anläggningen kan utvecklas?

- Klarare arbetsroller, större tydlighet
- Vara delaktig i styrelsearbetet för att driva verksamheten framåt
- Genom utvecklingssamtal
- Få mer inflytande i beslut om klubbens utveckling och dess struktur
- Mer delaktig i styrelsearbete och framtidsplanering
- Genom att styrelsen bättre förstår hur man ska agera som arbetsgivare. Det är allt för lekmannamässigt.



**PGA erbjuder fortbildning inom tre karriärspår. Till vilken grad uppmuntrar och stödjer ni era Pros till fortbildning?**

- Våra Pros är entreprenörer och står själva för sin egen utbildning
- Kan tyvärr inte påstå att vi gör det i någon större utsträckning
- Vi har ingen policy här. Entreprenörer har ofta en egen tro och arbetslinje
- Vi önskar att de vidareutvecklar sig
- Till 100 %
- Vi beviljar ofta önskemål från de anställda när de söker olika utbildningar
- Han har all kompetens vi behöver



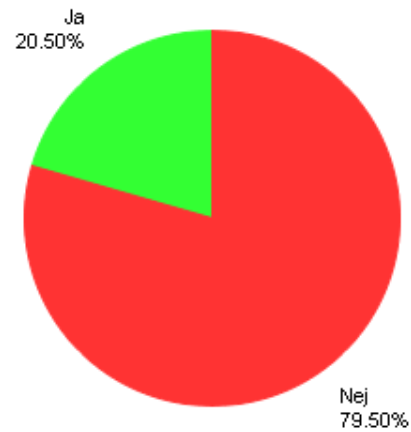
## 8. Har ni en kompetensutvecklingsplan för Er/Era Professional/s?

---

Antal som besvarat enkäten: 161

---

Svar i procent





Svenska Golfbundet

## Idrott, hälsa och kommersialisering

– möjlighet eller utmaning för golfklubben?

Kan moderna fitnesscenter något som traditionella idrottsföreningar inte kan?

Ja, de tvingas in en professionalisering!

– Konstant utveckling genom konkurrens, som avgör om det blir succé eller fiasko:

- Uppriktigt intresse för "alla de dåliga idrottsutövarna"
- Medvetenhet om kundens "vad får jag för pengarna"-känsla
- Enhetlig och igenkännbar servicenivå
- Rekrytering, kvarhållande och belöning av medarbetare
- Marknadsföring riktad till nya kundgrupper
- Löpande koncept- och produktutveckling
- Nya IT-lösningar som öppnar för nya organiseringsmöjligheter
- Insamling och hantering av data/kunskap
- Kundkännedom – har kundernas adresser och använder denna information
- Löpande kundundersökningar
- Intresserar sig för "de missnöjda" kunderna
- Strategier för merförsäljning och kundlojalitet
- Lokalisering och transporttid





Svenska Golfbundet

## Idrott, hälsa och kommersialisering

– möjlighet eller utmaning för golfklubben?

Kan moderna hälsacenter något som traditionella idrottsföreningar inte kan?

Ja, de "lånar" alla de bra idéerna – hela tiden!

### Föreningslogik

Förening  
Medlem  
Aktivitet  
Solidaritet  
Närvaro  
Gemenskap  
Kunskapsutbyte  
Beroende  
Lust



### Marknadslogik

Verksamhet  
Kund  
Vinst  
Produktivitet  
Effektivitet  
Flexibilitet  
Professionalisering  
Oberoende  
Hälsa/plikt





Svenska Golfbundet

## Idrott, hälsa och kommersialisering

– möjlighet eller utmaning för golfklubben?

Kan moderna hälsacenter något som traditionella idrottsföreningar inte kan?

**Ja, de utmanar föreningslivets kvaliteter!**

### Föreningslogik

Otydliga succékriterier  
Kvalitet i idrottsprodukten  
De nuvarande medlemmarna  
Passiv medlemsvärvning  
Långsam demokrati  
Äldre män  
Kultur  
Frivillighet  
Trevligt



### Marknadslogik

Klara succékriterier  
Förnyelse och utveckling  
Omhändertagande av kunder  
De nya kunderna  
Aktiv medlemsvärvning  
Effektiv implementering  
Yngre kvinnor  
Hälsa  
Professionalism  
Effektivt



	Total	Antal
Spelar golf minst någon gång per år och är medlem i en golfklubb	7%	Ca 490 000
Spelar golf minst någon gång per år men är inte medlem i en golfklubb	1%	Ca 75 000
Har spelat golf aktivt men gör det inte <u>längre</u>	4%	Ca 300 000
Har spelat golf aktivt men gör det inte <u>just nu</u>	3%	Ca 220 000
Har provat på att spela golf men spelar inte aktivt	26%	Ca 1 900 000
Har inte spelat eller provat golf men skulle vilja testa	15%	Ca 1 100 000
Har aldrig spelat eller provat på golf och vill heller inte göra det	43%	Ca 3 200 000

golf

**Aktiva golfare: 8%**  
Motsvarar ca 565 000 personer

**Avhoppare: 7%**  
Motsvarar ca 520 000 personer

**Intresserade: 41%**  
Motsvarar ca 3 000 000 personer

**Vägrare: 43%**  
Motsvarar ca 3 200 000 personer

Total folkmängd 2011 (15-80 år): 7 409 358 personer



Fråga 1: Vilket av följande påståenden stämmer bäst överens med dig när det kommer till golf?



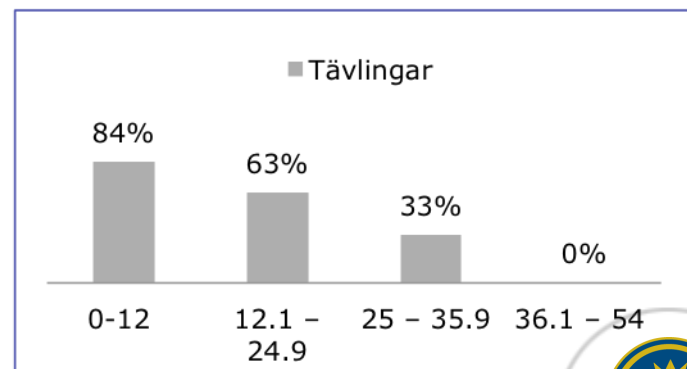


# Aktiviteter lockar de flesta

- För de allra flesta är det viktigaste en golfklubb kan erbjuda i aktivitetsväg möjligheten att få träffa golf pro eller gå på kurser (T = 52%).
  - Personer med höga hcp är generellt avsevärt mycket mindre intresserade av samtliga aktiviteter förutom spelhelger för nybörjare (23% T = 18%)
  - Respondenter med lågt hcp (0-12) är tävlingar mer intressant. 84% (T = 46%) uppger att de är mycket eller ganska intresserade av att tävla.
- För kvinnor lockar "Aktiviteter för kvinnor" avsevärt mer än män (62%) men det är viktigt att också poängtera att 19% av männen också anser att aktiviteter för kvinnor är viktigt.

1.	Kurser/Träffa golfpro	52%
2.	Tävlingar	46%
3.	Sociala aktiviteter vid golfklubb	41%
4.	Paketerade golfresor utomlands	39%
5.	Paketerade resor till andra banor	33%
6.	Aktiviteter för kvinnor	32%
7.	Spelhelger för nybörjare	18%
8.	Aktiviteter för barnfamiljer	14%

(Bas: Mycket intresserad, ganska intresserad)



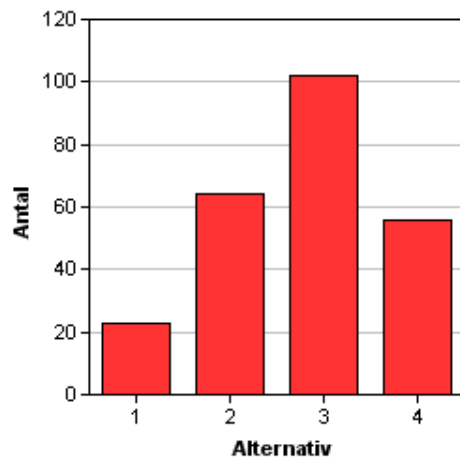
Fråga 16: Hur intresserad är du av följande golfaktiviteter? (Svarsalternativ: Mycket intresserad, ganska intresserad, inte särskilt intresserad, inte intresserad alls) (Bas: Mycket intresserad, ganska intresserad)



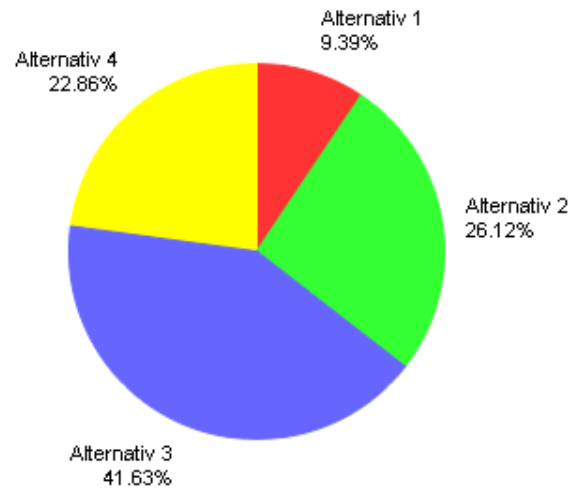
# 1. Min arbetsplats har förmåga att snabbt anpassa sig till nya förutsättn.....

Antal som svarat: 245  
Medelsvar: 2.77  
Standardavvikelse: 0.9  
Antal "Vet ej": 0

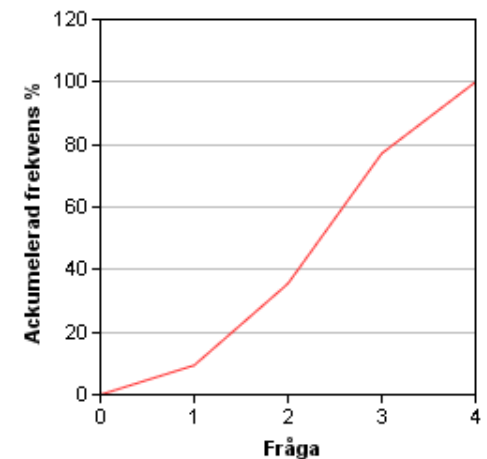
Svar i antal



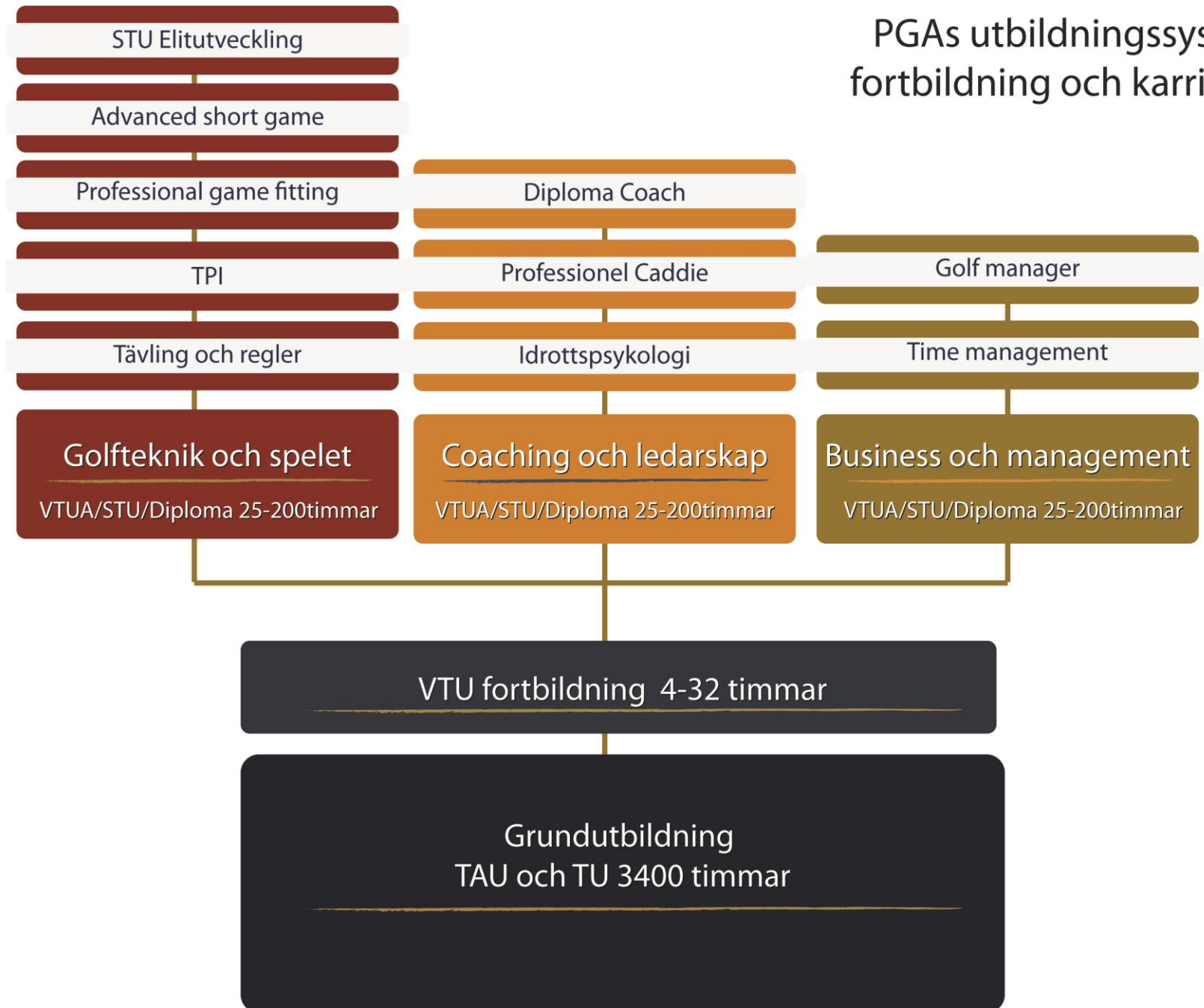
Svar i procent



Median och kvartiler



# PGAs utbildningssystem, fortbildning och karriärspår



# PGA of Sweden

## Mission och Övergripande Mål

- Verka för att golfens tradition och kultur upprätthålls och utvecklas med spelets idé som utgångspunkt
- Verka för att intresset för golfsporten ökar
- Verka för att få befintliga golfare att spela oftare
- Verka för att spelkvalitet hos golfarna kontinuerligt utvecklas
- Verka för att kvalitén på golfanläggningarna utvecklas mot att möta spelarnas behov
- VERKA FÖR ETT BRA TÄVLINGSUTBUD MED SPELARUTVECKLING I FOKUS



# Varför byter en kund leverantör?

- 4% - *kunden flyttar till annan ort, eller avvecklar*
- 5% - *konkurrenters bearbetning*
- 9% - *lägre priser på annat håll*
- 14% *otillfredsställande behandling av klagomål*
- 68% *bristande intresse hos leverantören*



# Kundbeteende

- *Genomsnittligt hör leverantörer inte av 96% av sina missnöjda kunder.*
- *När en kund har ett service problem berättar han det för ca. tio personer. 13% av kunderna berättar det för upp till tjugo personer.*
- *Om kundens klagomål hanteras tillfredsställande, återkommer 70% av dem. Om klagomålet hanteras mycket snabbt och mycket tillfredsställande, återkommer så många som 95%.*

Källa: Vinnande kundvård; Lindblom, Johnsson

