



# CRÉER UNE BASE DE CLIENTS

AUTEUR : PRO SHOP EUROPE

## Êtes-vous un entraîneur travailleur autonome à plein temps et copropriétaire de petite entreprise ?

Ian Clark explique comment créer une base de clients pour aider à remplir votre carnet de leçon et à construire votre entreprise ...

Comme nous sommes tous que trop conscients des changements survenus dans le domaine du golf au cours des dernières années et particulièrement en ce qui a trait au travail traditionnel d'un professionnel de club. Nous voyons maintenant les pros de golf se spécialiser dans certains domaines plutôt que de se concentrer sur le port d'un certain nombre de chapeaux comme le font plusieurs professionnels de club.

Ces domaines spécifiques d'expertise incluent celui de l'enseignement et du coaching du golf. L'industrie de l'enseignement du golf est devenue beaucoup plus grand public - depuis les jours de David Leadbetter établissant son nom grâce à son travail avec Nick Faldo, Sean Foley et son travail bien connu avec Tiger.

Par conséquent, nous voyons maintenant un grand nombre de membres de la PGA enseignant à temps plein dans des centres d'entraînement partout au pays, et pour ces pros de golf, l'enseignement est leur seule source de revenu aucun salaire autre ne leur étant payé. Dans la majorité des cas, un loyer ou un pourcentage des revenus est versé au propriétaire du centre afin que le professionnel puisse être en mesure d'avoir un endroit pour enseigner dans ce centre en particulier.

## Instructeur ou propriétaire d'entreprise ?

L'instructeur à temps plein travailleur autonome doit être en partie instructeur et en partie propriétaire d'une petite entreprise, et une question que je pose souvent lors de la présentation aux instructeurs de golf est « Quel rôle devez-vous assumer en premier, instructeur ou propriétaire d'entreprise? »

Vous pourriez être le meilleur instructeur au monde, mais si vous ne vous commercialisez pas vous-même et laissez savoir aux gens qui vous êtes, alors vous ne serez pas en mesure d'attirer les fans dont vous avez besoin.

Je suis chanceux d'être en mesure d'enseigner dans un centre très occupé, et y ayant enseigné depuis 14 ans, j'ai bâti une liste de clients et me suis organisé pour remplir mon carnet de leçon bien à l'avance.

J'avais souvent l'habitude de penser que, puisque mon établissement est tellement occupé alors ce sera toujours le cas, mais au cours des dernières années, quelque chose a changé. J'ai vu un certain nombre de bons instructeurs venir travailler à mon installation, puis avoir du mal à remplir leur carnet de leçon, et quitter pour des pâturages plus verts après un certain temps.

Cela m'a fait penser aux raisons pour lesquelles certains instructeurs sont prospères et d'autres moins. Je veux partager avec vous des idées que j'ai acquises que vous pourrez ensuite appliquer à votre propre entreprise afin d'augmenter vos revenus.

## Vous avez besoin d'une liste...

Tout d'abord, si vous voulez être un instructeur bien occupé, vous avez besoin de clients et non pas d'acheteurs - il est important de connaître la différence. Un acheteur est quelqu'un qui fait des affaires avec vous une fois ; un client est quelqu'un qui fait des affaires avec vous encore et encore.

Donc, vous devez avoir une liste de vos clients, et vous devez récolter des données autant que vous pouvez - au strict minimum, vous devez avoir l'adresse courriel et le numéro de téléphone cellulaire de chacun de vos élèves. Si vous lisez ceci et vous ne les avez pas, faites-vous un point d'honneur de commencer à les recueillir aujourd'hui.

Cette liste devient votre base de clients, ou comme Ken Blanchard les appelle, vos fans finis. J'ai utilisé les méthodes suivantes de collecte des adresses électroniques.



## Collecting data

1. Ajoutez un endroit sur votre site web afin que les gens puissent entrer leur adresse courriel dans le but de joindre votre liste de diffusion. En contrepartie de cela, c'est une bonne idée d'avoir un téléchargement gratuit, cela peut être sous forme de document pdf, basé sur un sujet de golf, par exemple, frapper de meilleurs coups de fosses de sable, améliorer vos coups d'approche, ou dix verges supplémentaires sur votre coup de départ, il suffit d'utiliser votre imagination.

2. Parcourez le terrain d'exercice. Je sais que cela est une question controversée parmi les instructeurs de golf, mais ceci est un excellent moyen pour que les gens vous voient. Je comprends que certaines personnes sont là pour pratiquer et ne veulent pas être dérangés par un pro de golf, mais avec une certaine pratique, cela peut être une stratégie très puissante pour augmenter votre base de clients. Ma façon de le faire est d'avoir ma caméra vidéo avec moi et de demander à un golfeur qui pratique si cela ne le dérange pas que je filme son élan puisque j'ai un nouvel appareil photo que je souhaite essayer, je n'ai jamais vu un golfeur dire non.

Une fois la vidéo réalisée, demandez au golfeur s'il aimerait voir son élan, montrez-lui, mais ne proposez aucun enseignement à ce stade. Inévitablement, le golfeur posera une question, et s'il vous demande votre avis, alors donnez-lui.

Avant de quitter demandez au golfeur s'il a une adresse courriel puisque vous souhaitez lui envoyer le clip vidéo de son élan de golf. Facile.

3. Avoir un bol de type poisson rouge près du lieu où vous enseignez sur le terrain. Si un golfeur met sa carte de visite dans le bol, il sera inscrit dans un tirage au sort mensuel pour gagner une leçon de golf avec vous.

4. Parlez aux gens sur le terrain d'exercice. Montrez aux gens que vous êtes aimable et accessible. Si on vous demande votre carte d'affaires, remettez-la. Vous devriez toujours avoir des cartes de visite sur vous, et ensuite demandez au golfeur sa carte en retour. S'il n'en a pas une avec lui, demandez une adresse courriel ou un numéro de téléphone cellulaire.

Vous ne devez pas attendre que le golfeur vous revienne. Si vous attendez que le golfeur prenne l'initiative, cela peut ne jamais se produire. Personnellement, j'attends 24 heures, puis j'envoie un courriel ou un message texte au golfeur avec une petite note disant quelque chose comme 'Comme c'était charmant de vous rencontrer l'autre jour et quand prévoyez-vous venir pour cette leçon. Vous devez assurer le suivi.

## Que faire avec votre liste

Une fois que vous commencez à compiler une liste, vous devez maintenant faire quelque chose avec cette dernière. Personnellement, j'envoie un bulletin d'information une fois par mois. Si vous faites ceci, vous devez respecter une fréquence d'envoi et le moment du mois.

Si vous ne faites pas déjà l'envoi d'un bulletin d'information, alors je vous invite à commencer à le faire immédiatement, parce que si vous ne le faites pas, un autre pro de golf pourrait être en contact avec vos élèves et vous serez mis de côté.

Vous devez vous tenir à l'avant-plan dans l'esprit de vos élèves quand ils pensent à l'enseignement du golf, et en les contactant régulièrement, vous allez devenir leur « gars à aller voir » pour l'enseignement du golf.

En termes de bulletin d'information, je mets des informations dans mon bulletin d'information sur le monde du golf en général, les résultats de tournois etc. Je mets aussi des

articles tels qu'un truc d'enseignement (en format vidéo), une liste de lecture recommandée de livres d'enseignement, l'article d'un expert en condition physique ou en psychologie et des histoires de réussite d'étudiants.

Encore une fois, concevez-le en fonction de vos propres besoins, mais rappelez-vous que vous devez être cohérent avec quand et combien de fois vous l'envoyez.

Assurez-vous également d'ajouter un bouton 'se désabonner' dans le cas où les gens ne souhaitent pas recevoir de courriels de votre part. Si vous êtes incertain au sujet de ce qui précède, vous devriez contacter un concepteur web.

L'espace blanc dans l'agenda est le diable. Enfin pas tout à fait mais presque. L'espace blanc dans votre agenda signifie une perte de revenus, c'est pourquoi je trouve que les numéros de téléphone cellulaires des étudiants sont très utiles. Si j'ai une annulation, j'envoie un message texte informant les gens de cela, beaucoup de mes étudiants trouvent cela utile et le plus souvent, l'espace sera rempli.

Cela vous place également dans une classe à part d'autres instructeurs qui n'offrent pas ce service à leurs élèves. Entrez les données des étudiants dans votre téléphone; Ce n'est pas une tâche fastidieuse pour vous.

J'ai une liste d'attente composée d'élèves qui cherchent à obtenir une leçon, surtout à mes heures de pointe. Les gens apprécient vraiment que vous les contactiez pour les informer d'une annulation dans un effort pour leur offrir une leçon.

## En conclusion

Donc, pour résumer, vous devez tout d'abord avoir une liste. Commencez la compilation des adresses électroniques et numéros de téléphone cellulaire de vos élèves aujourd'hui, si vous ne le faites pas déjà. Essayez de trouver des moyens astucieux de les recueillir. Faites-en votre objectif quotidien d'essayer d'ajouter cinq adresses à votre liste.

Envoyer un bulletin d'information - Vous devez communiquer avec vos élèves. Soyez cohérent sur la fréquence et le moment où vous envoyez le bulletin d'information.

Textez vos élèves si vous obtenez des annulations, ou si vous avez l'espace dans votre agenda pour une leçon.

Rappelez-vous : Ils ne se soucient pas de ce que vous savez tant qu'ils ne savent pas à quel point vous vous souciez d'eux.

Ian Clark est un professionnel de golf compagnon avancé, un instructeur Trackman certifié, l'instructeur autorisé Golfing Machine GSEM et l'un des 100 meilleurs instructeurs de golf du Royaume Uni selon GolfWorld. Vous pouvez envoyer un courriel à Ian à l'adresse [ian@ianclarkgolf.co.uk](mailto:ian@ianclarkgolf.co.uk).

Pour de plus amples détails, visitez [www.ianclarkgolf.co.uk](http://www.ianclarkgolf.co.uk).



En lire plus de Pro Shop Europe

Pro Shop Europe est le principal magazine mensuel de commerce de golf européen, maintenant disponible en édition numérique accessible. Fondée en 1984, la publication continue d'apporter les dernières nouvelles, les points de vue et les informations de première ligne à l'industrie du golf européen.

Cette revue mensuelle de l'industrie-seulement est envoyée aux professionnels de l'Association des golfeurs professionnels (PGA) et est également largement lue par les détaillants de golf et l'industrie du golf.