

LEÇONS SUR LA FAÇON DE DÉBUTER ET DE FAIRE CROÎTRE VOTRE PROPRE ENTREPRISE DE GOLF

▶ ÉTUDE DE CAS : METRO LADIES GOLF INC.

METRO LADIES GOLF INC. a été lancé en avril 2014 à Halifax, en Nouvelle-Écosse par Sara Wilson, membre Classe «A» de la PGA du Canada. Metro Ladies est une communauté unique de golf composée seulement de femmes, le premier regroupement de ce genre dans les Maritimes. On y offre des joutes régulières hebdomadaires dans 16 clubs de la région, ainsi que des leçons et des cliniques autant pour les débutantes que pour les joueuses aguerries. Ce groupe favorise du golf souple, amusant pour les femmes occupées d'aujourd'hui !

En 2015, leur adhésion est passée de 80 à 100 membres. Ensemble, leurs membres et les invitées ont joué 1800 parties de golf sur les parcours de la région en 2015. 60% des membres étaient nouvelles au golf ou y reviennent.

ANTÉCÉDENTS DE LA PROPRIÉTAIRE

Sara a plus de 25 ans d'expérience dans l'industrie du golf. Elle a grandi en jouant et en travaillant au Idylwyld GC à Sudbury, ON puis est déménagée à Halifax pour fréquenter l'Université Dalhousie où elle a obtenu un BA et a joué au hockey universitaire. Après sa graduation, elle est retournée à l'Université Mount Saint Vincent et a complété un certificat en administration des affaires. Elle a commencé à travailler au Ashburn Golf Club d'Halifax en 1995, a obtenu son statut classe "A" et y a travaillé pendant 14 ans. En 2015, Sara a été la récipiendaire du Prix Canadian Progress Club Halifax Conwallis Women of Excellence Award in Health and Sport. Elle a également été le cadet lauréat pour Abraham Ancer lors de l'omnium de la Nouvelle-Écosse du circuit Web.com en 2015. Son entreprise a été en nomination à deux reprises pour le Prix Nouvelle entreprise de la Chambre de commerce d'Halifax. Sara siège à de nombreux conseils et est entraîneur au baseball, au hockey et à la ringuette. Elle est également membre du conseil exécutif de l'Association de golf de Nouvelle-Écosse à titre de directrice du développement des joueurs. Sara estime que le fait d'avoir eu un professeur de golf féminin et un modèle alors qu'elle était jeune a permis de développer sa passion pour le jeu.



SON APPROCHE

J'ai lancé mon entreprise Metro Ladies Golf Inc., en Avril 2014. Depuis l'obtention de mon statut classe "A" en 2005, mon expérience de carrière dans l'industrie du golf a été limitée à des installations privées ayant des catégories de membres à part entière.

Il m'a fallu sortir de l'entreprise pendant quelques années, élever ma famille pour voir le potentiel de créer ma propre entreprise. Tout en travaillant pour le service public, j'ai été approchée par de nombreuses femmes qui voulaient jouer au golf et je me suis vite rendu compte qu'il y avait beaucoup de femmes qui voulaient reprendre le jeu, mais qui étaient intimidées, ne savaient pas comment commencer ou ne se sentaient pas assez bonnes. Je commençais aussi à comprendre les luttes des associations de golf et des terrains de golf privés et publics pour attirer et retenir les joueurs membres. J'ai passé 3-4 mois avant de créer un plan d'affaires à faire des recherches sur l'état du jeu. Je regardais les marchés locaux et mondiaux, ainsi que des enquêtes sur la participation au golf du Canada, des États-Unis et du Royaume-Uni. Cette information a servi de base à mon plan d'affaires et continue à me mettre au défi de prévoir de nouvelles offres. Après la recherche, je commençai à créer un cadre pour ce qui, dans mon esprit, pourrait être une entreprise viable. Ce ne fut que lorsque je contactai notre Centre de la province pour l'entrepreneuriat que mon idée d'entreprise est devenue réelle. Il y a beaucoup de possibilités de formation pour les jeunes entreprises et les entrepreneurs souhaitant devenir prospères. J'ai aussi découvert qu'il existe de nombreux cours gratuits ou à peu de frais offerts par les gouvernements, les banques, les clubs de réseautage et les collègues qui peuvent vous informer sur des éléments clés de la propriété d'entreprise. Il y a trois ans, je n'aurais pas cru qu'il était possible de profiter de la liberté d'être propriétaire d'une entreprise. Je suis tellement reconnaissante de ne pas avoir hésité devant les défis, mais d'avoir plutôt utilisé mon réseau dans le golf et les entreprises pour résoudre les problèmes. Quand je regarde en avant, avec mon plan de croissance stratégique en main, je suis optimiste pour l'avenir de notre industrie.

Voici mes 10 leçons en démarrage et croissance d'une entreprise. Ci-dessous, j'ai élaboré sur ces éléments, en donnant quelques exemples sur comment j'ai mis en œuvre ces idées.

- 1 AVOIR UN PLAN D'AFFAIRES
- 2 CONNAÎTRE VOS CLIENTS
- 3 BÂTIR UN RÉSEAU DE SOUTIEN
- 4 VOUS FORMER
- 5 ÊTRE AUTHENTIQUE ET UNIQUE
- 6 VOUS ÊTES L'EXPERT
- 7 NE FAITES PAS QUE VENDRE
- 8 FAITES CROÎTRE VOTRE MARQUE
- 9 SOYEZ EN TÊTE
- 10 UTILISEZ LA PUISSANCE DES MÉDIAS SOCIAUX

top 10

DÉBUTER AVEC UN SOLIDE PLAN D'AFFAIRE

Beaucoup d'entreprises échouent dans la première année simplement parce qu'elles ne disposent pas d'un plan d'affaires. Vous ne savez pas où vous allez, sans une carte et la même chose est vraie dans les affaires. Les conseillers d'affaires et les universités ont des modèles qu'ils sont prêts à partager avec vous. Un plan d'affaires sur 2-5 ans est un document vivant qui servira de modèle pour gérer votre entreprise. Ne pas en écrire un et le laisser sur votre étagère. Revoyez régulièrement votre plan afin d'assurer que vous êtes aligné sur vos objectifs d'affaires, que votre vision et vos états financiers sont régulièrement actualisés. Ce plan permettra d'identifier vos forces, vos faiblesses, vos opportunités, vos menaces commerciales ainsi que votre plan pour les prix, la promotion, les ventes, le marché cible et l'embauche. Chaque trimestre, vous pouvez ajuster vos prévisions de ventes et votre offre en fonction du marché. La création de votre plan peut prendre plusieurs heures et vous mettre au défi de penser à tous les «si», mais il va payer en vous garder concentré sur vos objectifs et vos priorités. Certaines de ces premières idées, "**L'ÉTINCELLE**", si elles ne sont pas écrites ne constituent pas plus qu'un rêve.

CONNAÎTRE VOS CLIENTS

Dans la création de votre plan d'affaires, vous commencerez à comprendre votre marché cible. Bien que mon entreprise soit commercialisée pour les femmes, j'ai creusé pour connaître mon âge cible, leurs revenus, où elles vivent, et la façon dont elles dépensent leur argent. Cette recherche peut être obtenue par des enquêtes, des sondages ou les statistiques de votre ville et de la province. Dans ma première année, je tentais de faire appel à tous les âges, y compris les filles. J'ai mieux compris depuis qui sont mes membres, ce qui les motive et ce qu'elles veulent. J'ai toujours un espoir que les filles embrasseront le jeu en plus grand nombre cette année, mais j'ai limité mes offres et mon budget de publicité.

BÂTIR UN RÉSEAU DE SOUTIEN

Entourez-vous d'autres propriétaires d'entreprises. Ces personnes peuvent ne pas être dans l'industrie du golf, mais ils peuvent inclure des gestionnaires ou autres professionnels de golf sur lesquels vous pouvez vous aligner. Dans ma phase de démarrage, je rencontrais régulièrement d'autres propriétaires d'entreprises nouvelles pour brasser des idées. Comme ces réseaux ont progressé, de nouveaux partenariats ont émergé. Alors que mes mentors peuvent ne pas avoir une connaissance de première main de l'industrie du golf, nous partageons une passion pour voir les idées des autres prendre vie. J'ai noué des partenariats avec des concurrents qui courtisent le même marché pour les mêmes dollars de loisirs, et nous avons créé des opportunités gagnant-gagnant. Parlez-en à de nombreux entrepreneurs et ils se sentent souvent seuls. Comme propriétaires uniques, nous pouvons retarder une décision ou une opportunité parce que nous ne disposons pas de quelqu'un avec qui en discuter. Trouver un réseau d'amis proches ou de collègues de confiance qui joueront l'avocat du diable pour vous.

VOUS FORMER

Efforcez-vous d'avoir des connaissances dans tous les domaines de votre entreprise. Comme propriétaire d'une entreprise, nous sommes appelés à connaître un peu la comptabilité, la finance, le marketing, la publicité, les sites web, les ventes, la planification d'événements, etc. Je suggère de vous abonner au plus grand nombre de bulletins électroniques sur des sujets par des experts dans leur domaine. Lire des articles provenant de sources fiables, suivre des cours, participer à des webinaires et lire des livres. Alors que vous pouvez confier bon nombre de ces tâches à quelqu'un d'autre dans votre entreprise, ne pas connaître la langue d'une industrie ou quelles questions vous devriez poser peut être très coûteux.



ÊTRE AUTHENTIQUE ET UNIQUE

Mon entreprise n'est pas la première du genre. Ce type d'entreprise a été couronné de succès dans d'autres parties du Canada et des États-Unis depuis de nombreuses années. Cependant, elle est unique à cette région et à ce marché. En connaissant mon marché et les besoins des clients, je suis en mesure de créer des offres qui sont en demande. En prêtant attention à ce que vos clients veulent et non pas à ce que vous pensez qu'ils veulent vous apportera le succès. J'utilise souvent des logiciels d'enquête pour leur demander ce qu'ils aiment ou n'aiment pas. Cette information est essentielle dans la création de la confiance. Mes clients savent que je suis vraiment intéressée à les voir s'améliorer et profiter de chaque expérience au golf. En affaires, il est coûteux d'attirer de nouveaux clients mais beaucoup plus efficace de conserver vos clients existants. Assurez-vous que vous êtes votre moi authentique !

VOUS ÊTES L'EXPERT !

La première rencontre que j'ai eue avec mon conseiller en affaires, nous avons parlé de mon expérience passée. Quand je lui ai dit que je travaillais dans l'industrie du golf depuis plus de vingt ans, elle m'a dit: «vous êtes un expert!» Peut-être est-ce parce que je suis Canadienne et que je ne voulais pas paraître comme un "ti-joe connaissant", mais dans les affaires cela importe. Je ne me sentais pas un expert avant cette réunion -mais maintenant je porte ma marque de la PGA avec fierté. Parce que je suis considérée comme un expert dans le golf dans cette région, j'ai gagné la confiance de mes clients et de mes clients potentiels. Soyez fiers de qui vous êtes et assurez-vous d'agir d'une manière professionnelle, digne de l'admiration de vos collègues. Je sais aussi en quoi je ne suis pas l'expert. Je serai heureuse de référer des clients à d'autres que je sais avoir les connaissances ou les compétences qui les aideront. Cela aide à gagner la confiance de vos clients.



NE FAITES PAS QUE VENDRE

J'ai été heureuse d'apprendre que je n'avais pas à approcher mes ventes avec l'approche typique difficile et agressive. En tant que propriétaire d'entreprise, vous pouvez être le vendeur et le distributeur, mais vous ne devez pas devenir quelqu'un que vous n'êtes pas. La vente c'est avoir des conversations, écouter vos clients, poser des questions. Le cycle de vente est beaucoup plus long que dans le passé, mais si vous développez une relation avec des clients potentiels, ils vous feront confiance plus souvent. Faire appel aux émotions de vos clients et résoudre leurs problèmes uniques vous serviront bien dans le long terme.

FAITES CROÎTRE VOTRE MARQUE

Créez un logo, des documents marketing, des documents en format PDF et ayez une présence Web qui véhicule votre message clairement et uniformément. Regardez d'autres façons d'être visible. J'envoie des bulletins réguliers, je crée des vidéos et des photos. Créez vos propres blogs sur des sujets intéressants à l'aide de votre propre contenu ou le contenu des autres (leur donner crédit).

SOYEZ EN TÊTE

Allez au-devant de vos clients. Cela peut inclure adhérer à une association d'affaires ou de la Chambre de commerce locale de votre région, des déjeuners de réseautage ou des événements d'affaires. Réservez un espace dans un salon ou offrez votre temps à des événements de golf de bienfaisance. Créez des partenariats avec d'autres entreprises locales qui peuvent vous aider à atteindre un public plus large. Aujourd'hui, la plupart des gens font des affaires avec, ou obtiennent des services provenant de personnes qu'ils ont rencontrées ou qui leur ont été référées. Je sais que mes efforts portent fruit quand les gens me disent qu'ils ont entendu parler de mon entreprise avant mais qu'ils ne savent pas où.

Utilisez la puissance des médias sociaux Faites la promotion de votre entreprise en utilisant ces outils gratuits: Facebook, Twitter, LinkedIn. Soyez activement engagés dans ces milieux. Créez une communauté avec laquelle vous communiquez régulièrement. Utilisez des outils en ligne pour planifier vos mises à jour afin de ne pas être débordé. C'est certain que les médias sociaux demandent du temps, mais être connecté est plus important. Dans ma deuxième année, j'ai embauché un consultant en médias sociaux pour gérer mon contenu sur toutes ces plates-formes. Pendant la saison occupée d'enseignement, il est difficile de rester connecté. Pour le coût de 3 leçons privées chaque mois, je pouvais attirer de nouveaux clients alors que je donnais des cours. Ceci vaut bien la peine pour la croissance de mon entreprise.

Être propriétaire d'une entreprise est très gratifiant et il y a des opportunités pour les professionnels de golf de la PGA de sortir de la boîte des rôles traditionnels dans l'industrie du golf. Le dernier rapport de la participation au golf a montré une prévision sombre pour notre industrie. Cependant, ma vision est optimiste et je crois à la croissance. Il y a beaucoup de gens prêts à adopter notre sport et mon objectif est d'aller au-devant du plus grand nombre possible de ces personnes. Certains collègues professionnels de golf ont approché m'ont questionné pour savoir tout simplement comment "Démarrer une entreprise", ma réponse était «Je voudrais l'avoir fait il y a quelques années!"

Si vous avez des questions ou aimeriez contacter Sara voici ses coordonnées:



SARA WILSON

Owner, Metro Ladies Golf Inc.
www.metroladiesgolf.ca
metroladiesgolf@gmail.com

902.449.2062

 metroladiesgolf  LadiesGolfHFx

