GÉNÉRER DES REVENUS POUR VOTRE CLUB

Là où le professionnel de golf fait une différence

Écrit par Henry DeLozier

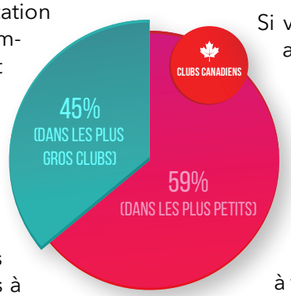
"Il est facile de faire de l'argent. C'est beaucoup plus difficile de faire une différence," souligne Tom Brokaw, le journaliste et auteur reconnu du livre *The Greatest Generation*. L'histoire de Brokaw est celle de ceux qui ont traversé la Grande Dépression et la Deuxième Guerre mondiale et qui mettent au défi chaque citoyen de faire plus que de l'argent. Voici trois idées qui aideront les professionnels de golf canadiens à accroître les revenus de leurs clubs de golf, tout en faisant une différence auprès des golfeurs, peu importe leur âge.

METTRE L'ACCENT SUR LA CROISSANCE DES REVENUS. Plusieurs gens d'affaires parlent de "croissance du chiffre d'affaires." Ils parlent de revenus. Les professionnels de golf qui feront une différence à leur club améliorer-ont les revenus du club en augmentant le nombre de rondes jouées et le partage du portefeuille.

Dans les clubs privés canadiens, le gros des revenus vient des cotisations des membres.

Q Faites-vous tout ce que vous pouvez pour encourager les visiteurs à devenir membre—ou à redevenir membre—du club?

Plusieurs personnes croient qu'une invitation est nécessaire pour les nouveaux membres. Aidez-les à obtenir une invitation et encouragez-les à devenir membre. Les revenus de cotisation dans la plupart des clubs canadiens représentent 45% (dans les plus gros clubs) à 59% (dans les plus petits) de tous les revenus. Les professionnels dévoués et énergiques peuvent accroître ce pourcentage, même de près de 5%, seulement en invitant des golfeurs à devenir membres.



Dans les clubs à tarification journalière, les membres de la PGA du Canada demeurent à l'avant-garde dans la bataille pour le renouveau (du sport) et l'engagement (des golfeurs dans le sport). Les revenus générés par les rondes augmentent sous l'influence de deux facteurs; le premier et plus important est la simple augmentation du nombre de rondes jouées. L'année 2015 a été une bonne année pour le golf au Canada alors que le nombre de rondes jouées s'est accru de 9.79% jusqu'en septembre. Cela équivaut à plus de 25,000 (25,199) rondes par parcours de 18 trous. Ne vous en déplaise, c'est une hausse de 5.32% par rapport à la moyenne des trois dernières années.

Est-ce que les membres de la PGA du Canada ont déjà eu un impact sur les données de participation? Peut-être. Il reste cependant à prouver si l'augmentation est due à la température ou à un enthousiasme renouvelé parmi les plus fervents adeptes de ce sport. Le fait est que la météo 2015 a été excellente partout au pays grâce à des augmentations des moyennes de température et à un moindre nombre de journées perdues à cause du mauvais temps. La clé est que le golf au Canada a retrouvé son momentum et que les professionnels de la PGA peuvent tabler sur ce momentum favorable.

Si vous voulez faire une différence à votre club, augmentez le nombre de rondes jouées. Rendez le golf important pour chaque golfeur. Encouragez sans cesse la croissance du sport.

GARDEZ UN ŒIL SUR LES REVENUS. Chaque professionnel de golf sait au plus profond de lui-même qu'il faut inscrire un pointage. Comment gardez-vous les pointages à votre club? Surveiller la croissance des revenus est essentiel pour maintenir l'intérêt du personnel.

Trois tactiques pour soutenir la croissance des revenus:

1. Identifier un concept de création de revenus pour chacune des semaines de la saison; qu'il s'agisse d'augmenter le nombre de rondes jouées, de maximiser la location des voiturettes ou d'accroître les ventes au détail. Le personnel appréciera pouvoir surveiller ses propres réalisations. Peter Drucker, le fameux gourou des affaires, acquiesce "les éléments mesurés sont gérés."

2. Augmenter les ventes de marchandises. Même si les biens à la consommation ont un coût de vente, cette catégorie de revenus est favorable dans les clubs canadiens où le personnel est dédié au marchandisage. Cela signifie que tous les membres de l'équipe connaissent les caractéristiques et avantages des produits et qu'ils recherchent la chance d'aider les golfeurs à mieux s'équiper. Il faut comprendre que les marchandises ne se vendent pas par elles-mêmes. Ajustez les produits nécessaires aux besoins de vos golfeurs. Par exemple, les golfeurs qui partent dans le sud en hiver ont besoin d'équipements de voyage (couvre-sacs, lotion solaire et souliers imperméables, par exemple). Facilitez la tâche des golfeurs canadiens afin qu'ils soient bien équipés avant leur départ.

Cet accroissement du partage de portefeuille fait une différence dans les clubs bien établis et les parcours où les activités et les modèles en usage doivent être revigorés. L'enthousiasme des golfeurs pour les nouveaux équipements et vêtements est contagieux et devient une caractéristique dans plusieurs clubs. Comprenez que vos golfeurs aiment connaître les nouvelles tendances et produits.

3. Maintenez une carte de pointage de revenus au comptoir de la boutique de golf. C'est aussi simple qu'une carte de pointage de golf:

JOURNÉES									
REVENUS BUDGET									
REVENUS ACTUEL									

Les meilleurs professionnels aiment maintenir des pointages et améliorer leurs résultats. Une autre belle référence au golf est que tous veulent battre la "normale," peu importe ce qu'elle est.

Enregistrer les pointages si vous voulez avoir de meilleurs résultats.

METTRE L'ACCENT SUR LES FAMILLES. Les enfants et leurs mères peuvent sérieusement accroître le nombre de rondes jouées au Canada. Regardez vos programmes actuels d'enseignement.

Mettent-ils l'accent sur les enfants? Assurent-ils aux mères un endroit sécuritaire et idéal où laisser leurs enfants? Existe-t-il un programme s'adressant à la mère pendant que ses enfants sont là? Avez-vous démontré dans votre publicité écrite que vous comprenez ce que les mères veulent? Pourquoi une mère devrait-elle chercher des réponses qui devraient être évidentes?

Organisez des journées familiales. Assurez-vous que les mères comprennent que le parcours est prêt à accueillir les familles le dimanche après-midi ou à tout autre moment convenant aux familles occupées.

Trois clés pour augmenter la participation des familles:

1. Planifier à l'avance et répandre la nouvelle. Les mères sont responsables de la planification familiale, alors informez-les et assurez-vous que votre horaire est fiable.

2. Comprenez qu'un ou deux trous—réduits e longueur et en difficulté—peuvent être suffisants. Assurez-vous que le temps passé sur le terrain de golf donnera envie aux enfants de revenir.

3. Rendez le tout amusant! Impliquez les enfants dans des activités amusantes et réalisables. Ne commencez pas à enseigner les règles et la géométrie de l'élan. Laissez-les frapper la balle et avoir du plaisir.

Gagnez les enfants et vous gagnerez les mères. Gagnez les mères et vous gagnez la partie.

Donc, si vous voulez faire une différence à votre club . . . faites de l'argent dans le processus. Le golf est le meilleur sport!

GLOBAL GOLF ADVISORS

Henry DeLozier est partenaire de Global Golf Advisors, basée à Toronto, plus grande firme mondiale de consultants en entreprises liées au golf. Il est membre du comité consultatif des employeurs de la PGA des États-Unis ■