

LISTE DE CONTRÔLE DE FIN DE SAISON

Alors que la fin de la saison de golf approche, c'est probablement la saison « morte » à votre club. C'est le moment où vous devriez travailler dans votre bureau, analysant l'année qui a passé et commençant à planifier pour la prochaine saison. Dans cet article, nous allons vous fournir des stratégies et des exercices que vous devez compléter à cette époque chaque année pour assurer votre position de réussite en cours de morte saison.

COMMENCEZ À RÉCUPÉRER LA RÉTROACTION

Dans deux publications précédentes, nous avons discuté du processus de construction et d'envoi de sondages au personnel et aux membres / public. Il est temps d'envoyer ceux-ci avant que votre personnel retourne à l'école ou vers d'autres emplois d'hiver. La construction de ces sondages ne prend que 10-15 minutes et la qualité des informations que vous obtenez peut être inestimable. Mettez en place une station dans votre boutique où ces sondages peuvent être rapidement et facilement remplis anonymement - rendez cela facile et constatez l'entrée des rétroactions.

- Menez un sondage auprès du personnel.
- Menez un sondage auprès des membres/public.

RÉVISION DE LA SAISON

Alors que la saison dernière est encore fraîche dans votre esprit, il est important de prendre note des événements particuliers dans votre club. Comme beaucoup de ces événements peuvent être difficiles à se remémorer avec les années, les avoir sur papier avec vos documents de fin d'année peut vous aider à comprendre certaines des raisons sous-jacentes à des résultats extrêmement pauvres ou exceptionnels. Ce contexte est inestimable et vous aide à faire des estimations documentées pour atteindre vos objectifs l'année suivante - plutôt que des suppositions non informées.

Nous vous recommandons de créer une feuille de calcul avec tous vos services et vos sources de revenus ainsi qu'une certaine marge pour écrire des notes. Peut-être que votre parcours a souffert d'un mauvais hiver, ou peut-être une bière, en particulier, a été un gros vendeur, ou une marque particulière de bâtons a eu la cote dans la boutique. Ces bribes d'information, bien « qu'évidentes » pour vous sur le moment, peuvent être oubliées un ou deux ans plus tard lorsque vous établissez d'autres comparaisons. En ayant toutes ces notes en un seul endroit, vous pouvez continuer à utiliser vos plus grands gagnants, à ignorer la malchance de Mère Nature et à mettre de côté les choses que vous avez testées qui ont finalement échoué.

- Prenez des notes sur vos plus grands éléments gagnants et perdants dans chaque département pour l'année. Inclure aussi les problèmes imprévus et inattendus.

RÉVISION DES EMPLOYÉS

Alors que de nombreux départements de votre club sont susceptibles d'expérimenter un roulement élevé année après année, il y a probablement des postes qui sont assez stables. En tant que gestionnaire de club, il est important de réviser la performance des membres du personnel orientés vers la carrière pour les garder engagés et

afin de travailler à l'avancement de leur carrière. Prenez le temps de revoir leur performance, de leur poser des questions au sujet de la saison, des changements qu'ils aimeraient voir initier, et s'ils profitent de leur expérience à votre club. Ces conversations permettent de nourrir et faire croître votre culture d'entreprise au club.

- Mener des révisions de performance si applicable.

PERFORMANCE PUBLICITAIRE & ANALYSE

Nous trouvons que c'est souvent une zone négligée dans l'industrie. Savez-vous si vos annonces fonctionnent ou non ? Comment votre site web a-t-il performé cette année en ce qui concerne le trafic par rapport à l'année précédente ? Vos annonces sont-elles seulement traçables ? La plupart des entreprises que vous utiliserez pour la publicité peuvent vous fournir des analyses ou des données sur la performance. Vous devez compiler et analyser autant de ces données que vous pouvez sur chacune de vos annonces afin de déterminer si vous devez continuer ces annonces, ou commencer à rechercher de meilleures façons d'atteindre vos marchés cibles. Si vous ne pouvez pas déterminer la performance des annonces pour l'année, vous devez apporter des modifications à vos stratégies pour en tenir compte dans l'avenir.

- Réviser la performance de la publicité et déterminer la rentabilité.

AMASSEZ DES CHIFFRES

Vous n'êtes peut-être pas un expert-comptable, mais heureusement, vous n'avez pas besoin de l'être pour comprendre la santé de votre club de golf. Nous recommandons que, en tant que professionnel, vous devriez avoir une assez bonne idée des ventes et dépenses en tout temps tout au long de l'année. Lorsque septembre arrive, vous devriez passer un peu de temps à examiner les performances de votre année à ce jour. Nous recommandons que vous utilisiez à ce stade notre document **de planification des budgets et des objectifs**. Faites-vous une idée de vos ventes à ce jour, des dépenses et enfin déterminez votre rentabilité pour l'année. Ce simple exercice sera inestimable lorsque vous commencerez à planifier vos objectifs et vos stratégies pour la saison suivante.

- Effectuer un exercice de revue de l'année et déterminez vos ventes, les charges et les bénéfices pour l'année.

BUDGÉTISATION ET PLANIFICATION D'OBJECTIFS

Bien que vos feuilles de temps de départ soient susceptibles d'être mises à jour, il est temps de commencer à faire le bilan. C'est le moment où vous devriez prendre les performances de votre dernière année et planifier pour la saison prochaine. Vous avez peut-être quelques idées simples que vous pouvez adopter pour améliorer votre performance de l'année, mais des idées plus complexes vous aideront à atteindre vos objectifs et à augmenter vos revenus. Vous pouvez utiliser ces idées pour créer une feuille de calcul (Excel) en utilisant des données pertinentes.

REVENUS, DÉPENSES & PROFIT

Tout comme toute entreprise, les revenus et les profits sont ce qui importent. Ce sont les données qui donnent le contexte à votre performance. Vous devez donc créer une feuille de calcul simple qui suit les données pour vous la dernière année (par département). Voir ci-dessous !

REVENUS, DÉPENSES & PROFIT

Revenu	Montant	Revenu	% Revenu
Revenu des ventes	1000	1000	100%
Revenu des services	500	500	50%
Revenu des produits	200	200	20%
Revenu des autres	300	300	30%
Total	2000	2000	100%

Commentaire sur les ventes et les dépenses de votre club de golf. Utilisez ces données pour créer une feuille de calcul simple qui suit les données pour vous la dernière année (par département). Voir ci-dessous !

REVENUS, DÉPENSES & PROFIT

Revenu	Montant	Revenu	% Revenu
Revenu des ventes	1000	1000	100%
Revenu des services	500	500	50%
Revenu des produits	200	200	20%
Revenu des autres	300	300	30%
Total	2000	2000	100%

Commentaire sur les ventes et les dépenses de votre club de golf. Utilisez ces données pour créer une feuille de calcul simple qui suit les données pour vous la dernière année (par département). Voir ci-dessous !

REVENUS, DÉPENSES & PROFIT

Revenu	Montant	Revenu	% Revenu
Revenu des ventes	1000	1000	100%
Revenu des services	500	500	50%
Revenu des produits	200	200	20%
Revenu des autres	300	300	30%
Total	2000	2000	100%

Commentaire sur les ventes et les dépenses de votre club de golf. Utilisez ces données pour créer une feuille de calcul simple qui suit les données pour vous la dernière année (par département). Voir ci-dessous !

CLIQUEZ ICI
Pour une ressource de la PGA, y compris la vidéo et des modèles déjà réalisés sur l'évaluation de la performance pour vous d'utiliser avec votre personnel

STRONG COFFEE est une entreprise de formation en marketing numérique, installée à Edmonton, Alberta. Nous éduquons et entraînons nos clients afin qu'ils puissent développer des stratégies de marketing numériques dans le but d'atteindre leurs objectifs d'affaires. Visitez notre site au strongcoffeemarketing.com