



CHEFS DE FILE DES MÉDIAS SOCIAUX DANS L'INDUSTRIE DU GOLF

Essayer de positionner votre entreprise de golf sur les médias sociaux à partir de zéro peut sembler une tâche assez ardue. À quels médias sociaux devrais-je adhérer? Que dois-je publier? Comment vais-je construire une suite? Combien de temps tout cela prendra? Cela vaudra-t-il la peine? Ne vous inquiétez pas, ce sont des questions très communes à se poser.

Plutôt que de réinventer la roue, nous suggérons de regarder les chefs de file des médias sociaux dans votre industrie et de voir ce qu'ils publient en ligne. Ils ont déjà fait beaucoup d'essais et d'erreurs, et savent ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Faire une simple recherche sur les plates-formes de médias sociaux comme Facebook, Twitter et Instagram vous donnera quelques exemples assez solides de ce qu'il faut faire sur les médias sociaux à titre de terrain de golf ou de professionnel de golf. Dans cet article, nous allons mettre en lumière certains chefs de file des médias sociaux dans l'industrie qui devraient être sur votre liste de surveillance.

Allons-y!

GLEN ABBEY GOLF CLUB – ONTARIO

Étant l'un des plus célèbres parcours de golf du Canada, qui accueille de nombreux tournois, il n'est vraiment pas surprenant qu'ils aient une présence solide sur les médias sociaux, surtout pendant la saison. Glen Abbey Golf Club a accueilli 25 Omniums canadiens, il est le foyer de Golf Canada ainsi que du Temple de la renommée du golf canadien.

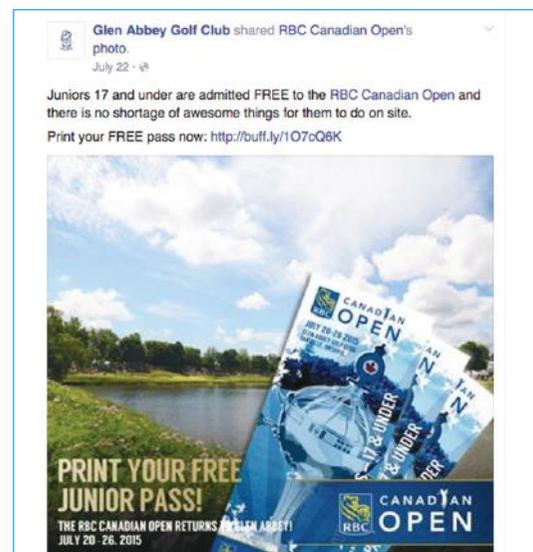
La présence du club de golf sur Facebook est excellente non seulement pour le maintien d'une marque de haut niveau mais aussi pour un certain nombre de différents silos de contenu qui aident à engager, informer et construire une communauté autour du club de golf.



Félicitant leur équipe d'entretien du parcours pour un travail bien fait tout en faisant la promotion d'un événement phare, voici un excellent exemple de publication sur les médias sociaux pour un terrain de golf. La copie est au point, elle étiquette une autre page (donc elle est notifiée)

et mentionne à la fois le vainqueur de l'Omnium canadien RBC et le chef de l'équipe d'entretien. Jason Day pourrait même avoir été marqué sur cette photo pour une portée supplémentaire. La photo est de haute qualité et compatible avec la marque de haut niveau pour laquelle Glen Abbey est connu pour au Canada et dans le monde.

Promotions et concours sont d'autres excellentes façons d'interagir avec votre public et de recruter. Les messages comme celui-ci offrant des billets gratuits pour l'Omnium canadien pour les golfeurs juniors est une excellente façon d'obtenir de la couverture médiatique gratuite sur les médias sociaux grâce aux j'aime, partages et commentaires. Avec le bon contenu, vous pouvez obtenir une incroyable portée en très peu de temps sur les médias sociaux.



Glen Abbey a également une présence sur Twitter qu'ils maintiennent en dehors du contenu qu'ils offrent sur Facebook. Le parcours utilise le canal Twitter pour dialoguer et communiquer avec leur public. Retweets, réponses et conversation sont des caractéristiques de leur canal social qui ne peuvent être manquées.

Dans ce retweet par Glen Abbey sur Twitter, ils partagent une photo de la préparation de leur personnel pour le prochain tournoi. Retweeter du contenu est une bonne pratique et contribue à accroître la portée du contenu lié à une marque de qualité.



Glen Abbey fait un excellent travail de création de contenu attrayant tout au long de la saison de golf, et pour créer un battage médiatique autour des grands événements à venir. À titre de club privé, vous pouvez penser que leurs options sont limitées pour le contenu, mais cela n'est tout simplement pas le cas et Glen Abbey n'a pas peur de briser les conventions.

Voici où ils excellent:

- 1 Ils préparent du contenu pour différents silos de contenu, y compris le partage des liens externes, des photos, et des contenu de type Que se passe-t-il et Saviez-vous.
- 2 Ils se concentrent sur les médias où leurs fans sont présents.
- 3 Ils se connectent avec la communauté de médias sociaux en partageant leur contenu et en retweetant.
- 4 Ils étiquettent d'autres pages le cas échéant pour une portée supplémentaire.

 www.facebook.com/GlenAbbeyGolfClub/

 www.twitter.com/glenabbeygc

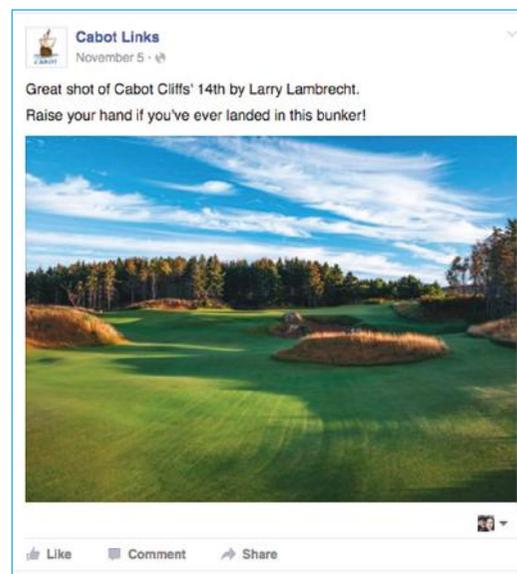
CABOT LINKS – NOUVELLE ÉCOSSE

Le suivant sur notre liste est un terrain de golf public (quoiqu'assez célèbre), Cabot Links Golf Club qui se trouve sur les rives de l'océan Atlantique à Inverness, Nouvelle-Écosse.



Dans cette publication, Cabot Links a organisé un concours de photos à la fin Octobre 2015 avec grand succès. Ils ont demandé à leur communauté déjà établie de fournir leurs photos préférées du parcours avec une casquette de marque et des balles de golf en édition limitée comme prix. Ce concours simple et cette publication utilisée comme un rappel, ont aidé l'équipe à recueillir des centaines de photos

de la part des fans, des membres et du public. Mettre en place des concours ou d'autres contenus dont le produit est plus de contenu est une excellente utilisation des ressources et une manière assez créative pour aider à développer un public informé et engagé.



La photo ci-dessus a été soumise par un fan et a été utilisée pour parfaitement se connecter avec leur public dans cette publication amusante.

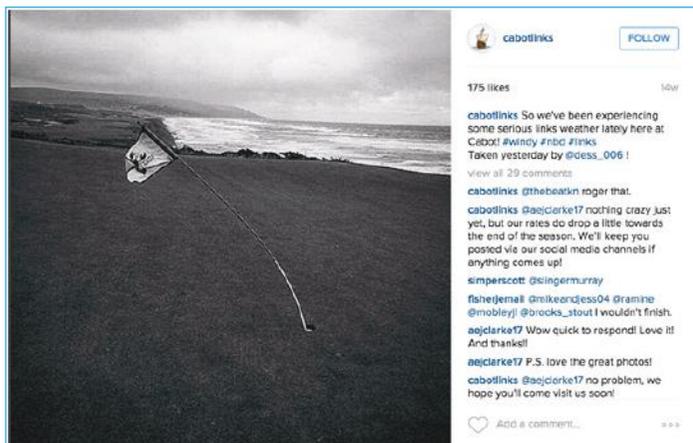


Les publications externes sont aussi un excellent moyen de remplir votre calendrier de médias sociaux. Un lien vers un site web ou un article qui ne sont pas de votre propre chef peut être utilisé sur vos canaux de médias sociaux. Assurez-vous que les liens que vous fournissez contribuent à la communauté que vous essayez de cultiver. Cabot Links était en mesure de faire le lien avec une source externe mais aussi d'avoir ce lien à leur sujet et de fournir «beaucoup de photos», ce que le public aime toujours.



Cabot Links a aussi une très forte présence sur Instagram. Cette plate-forme centrée sur les photos se prête bien aux terrains de golf pittoresques et, à ce chapitre, Cabot Links ne déçoit pas. En utilisant les mots clé efficaces et une description simple et engageante, ils sont capables d'apparaître dans les recherches de nombreux utilisateurs d'Instagram et d'obtenir un tas de commentaires, de j'aime et de partages pour étendre encore leur portée.

Leur style est complémentaire à Instagram qui fait bien avec le côté "artistique" des médias sociaux. Photos propres, bien positionnées, et éditées qui méritent d'être partagées sur une plate-forme sociale, c'est l'idée avec Instagram et Cabot Links en profite. Non seulement cela, ils se connectent avec les fans en se joignant à la conversation dans la section des commentaires.



Voici où Cabot Links excelle:

- 1 Ils connaissent leurs avantages compétitifs et les utilisent.
- 2 Ils encouragent et se joignent à la conversation avec leurs descriptions bien écrites et les réponses à leurs fans.
- 3 Ils utilisent habilement les concours sur les médias sociaux afin d'apporter du contenu supplémentaire pour les médias sociaux. Génial.
- 4 Ils se concentrent sur les meilleures plateformes pour leur marque.

 www.facebook.com/cabotlinks/

 www.instagram.com/cabotlinks/

 www.twitter.com/cabotlinks/

SHAUGHNESSY GOLF AND COUNTRY CLUB - CB

Les clubs de golf, même hautement privés peuvent se joindre aux médias sociaux, et le Shaughnessy Golf & Country Club fait un excellent travail pour maintenir leurs membres et les fans au courant de toutes les allées et venues dans leur club.



Dans ce message, ils parlent du succès d'un professionnel de golf local qui a fait de grandes choses sur le circuit. Alors que ce n'est d'aucune façon spécifique à leur parcours de golf, c'est pertinent pour leurs membres et donc est une publication idéale à partager.



Parfois, il y a des tendances dans les médias sociaux qui peuvent aider votre contenu calendrier de médias sociaux. Throw Back Thursday ou comme il est plus communément appelé #TBT est une de ces tendances. Maintenant, ce ne sont pas tous les parcours de golf qui accueille le Premier ministre et le Président pour une ronde rapide, mais ce n'est pas vraiment le point. En jouant dans la culture des médias sociaux et à l'aide #TBT, Shaughnessy se joint à la foule plutôt que de crier après. Ceci doit être la façon d'agir des entreprises sur les médias sociaux.



Shaughnessy Golf and Country Club maintient une solide présence sur Twitter aussi. Voici deux excellents exemples de messages de type "derrière le rideau" qu'ils ont publiés. Ceux-ci sont vraiment inspirant pour certains de vos plus fidèles adhérents et aident à les plonger dans la culture de l'entreprise. Ils fournissent également une occasion pour le parcours de se présenter d'une manière nouvelle et différente.

Voici où Shaughnessy excelle:

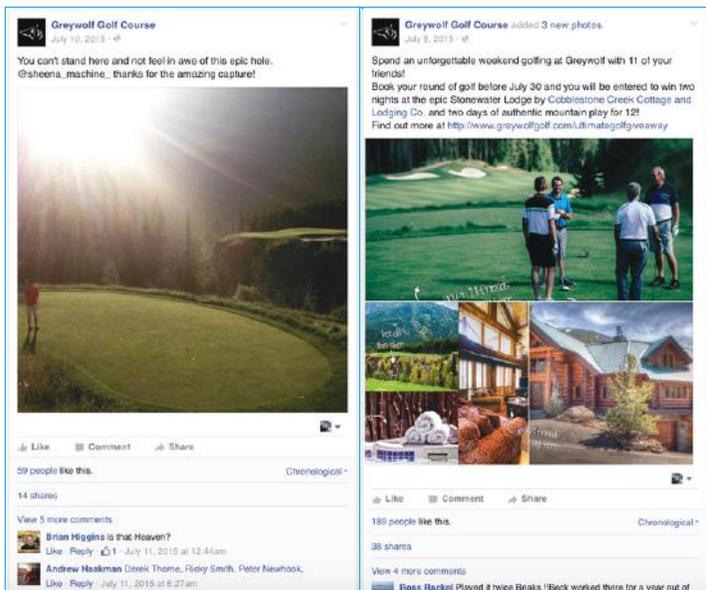
- 1 Ils parlent sur les médias sociaux avec des messages #TBT.
- 2 Ils partagent le contenu derrière le rideau dans des médias pertinents pour leur public de base.
- 3 Ils partagent du contenu local pertinent quand ils n'ont pas quelque chose de spécifique à la marque à publier pour garder leur public connecté et engagé.

 www.facebook.com/shaughnessygcc/

 www.twitter.com/ShaugnessyGolf

GREYWOLF GOLF CLUB – INVERMERE, CB

Tout comme Cabot Links, nous avons un autre terrain de golf pittoresque à partager avec vous en Colombie-Britannique - Greywolf Golf Club. Ce club public a fait de l'excellent travail en mettant en vedette la beauté naturelle de leur environnement, mais aussi en utilisant les médias sociaux pour stimuler les ventes. Dans la publication à droite, Greywolf utilise un concours pour stimuler les ventes, et avec un peu de dollars de marketing derrière (ils ont fait la promotion de ce message) ils ont atteint une certaine portée très solide, y compris 189 j'aime, 38 partages et 6 commentaires, pour ne pas mentionner les inscriptions au concours sur le site. Enfin, Greywolf fait un excellent travail de promotion toute l'année, ce que quelques-uns des autres clubs précédemment présentés ne font pas. Cette stratégie est un excellent moyen de vous assurer que votre page ne devient pas stagnante et une bonne façon d'amener les gens à penser à votre marque toute l'année.



Voici en quoi Greywolf excelle:

- 1 Flux constant de contenu pertinent sur Facebook, à l'année
- 2 Utilisation et promotion du contenu afin d'étendre sa portée en utilisant les messages promus.
- 3 Partage de contenu des membres sur leur page par surveillance des étiquettes et des mots-clés sur les plateformes sociales.
- 4 Fait un excellent travail pour susciter de l'intérêt dans le matériel promotionnel - comme les ventes et les offres.
- 5 Fait un superbe travail de partage de contenu provenant d'autres départements du complexe.

 www.facebook.com/greywolfgolf/

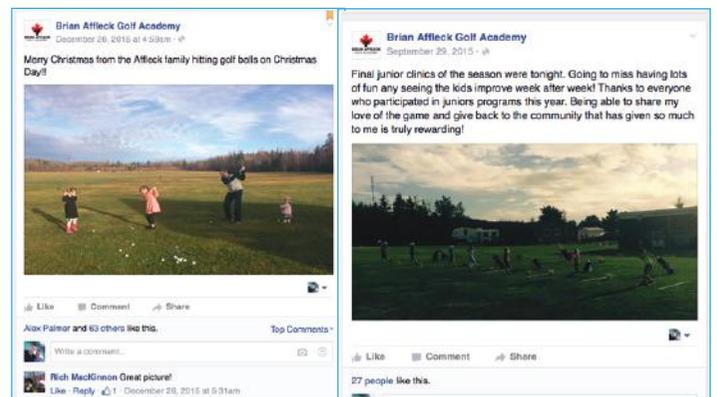
 www.instagram.com/greywolfgolfcourse/

ACADÉMIE DE GOLF BRIAN AFFLECK

Les médias sociaux ne sont pas seulement pour les terrains de golf. Si vous êtes un professionnel de golf essayant de construire votre propre marque / entreprise personnelle, il y a beaucoup d'occasions de faire connaître vos trucs sur

les médias sociaux. Comme votre marque personnelle se développe, ainsi en ira-t-il des recherches pour votre nom - il est donc toujours préférable d'être visible. Avoir un site web et une page Facebook sont d'excellents moyens pour débiter. Brian Affleck dirige une académie de golf à New Glasgow, en Nouvelle-Écosse, et en tant que professionnel de l'enseignement, il possède une maîtrise assez solide des meilleures pratiques sur les médias sociaux. Il affiche du contenu régulièrement, encourageant les commentaires et l'interaction avec ses fans. Son profil est complet avec son adresse, ses numéros de téléphone et le lien vers son site Web, de plus il a des photos de haute qualité sur sa page.

Dans la publication de gauche ci-dessous, il se vante d'être en mesure de frapper des balles avec sa famille le jour de Noël, tout en souhaitant à ses fans de Joyeuses Fêtes. Cette simple publication a une grande portée avec 64 j'aime et plusieurs commentaires. L'autre message que nous voulions mettre en vedette présente vraiment l'amour de Brian pour l'enseignement, tout en remerciant tous ses clients. Ce type de message touche les cordes sensibles et est un ajustement parfait pour le contenu des médias sociaux. Continuez votre excellent travail Brian!



Là où Brian excelle:

- 1 Solide présence sur le Web avec son site web et son profil Facebook.
- 2 Messages pertinents et partage d'articles toute l'année.
- 3 Encourage les commentaires sur son entreprise sur Facebook.
- 4 Étiquette d'autres entreprises dans des publications lorsqu'applicable et pertinent.
- 5 Utilisation de différents types de contenu comme des images, des galeries, des vidéos et des liens externes.

 www.brianaffleckgolf.com

 www.facebook.com/BrianAffleckGolf/



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