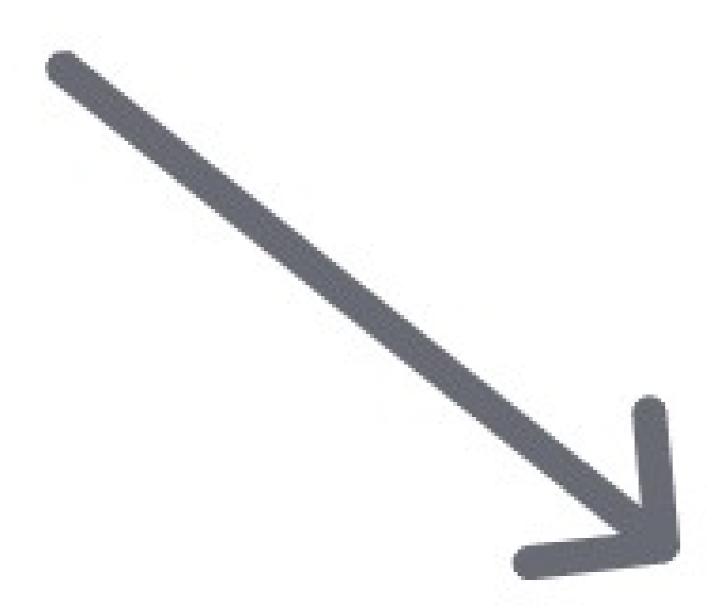


Démarche marketing simplifiée

Audit interne

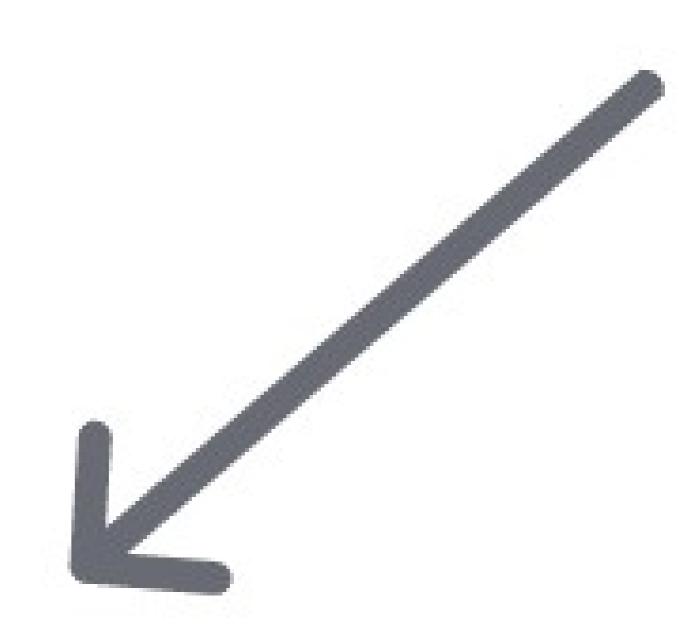






Audit externe





Audit interne



- ADN, valeurs du Club
- Histoire, traditions
- Image, notoriété
- Infrastructures
- Importance des sections
- Tarifs
- Communication

-...

- Taux de satisfaction
- Taux de participation
- Evaluation des activités

6

-...

Audit externe



- Marché
- Demande : connaissance des différents profils des Ladies
- Concurrence
- Partenaires
- Environnement

Les besoins



La pyramide des besoins de MASLOW, LaborAgora



Il existe 5 types de besoins

Les besoins exprimés (ce que dit le consommateur)

Les besoins réels (ce qu'il veut dire)

Les besoins latents (ce à quoi il ne pense pas)

Les besoins rêvés (ce dont il rêverait)

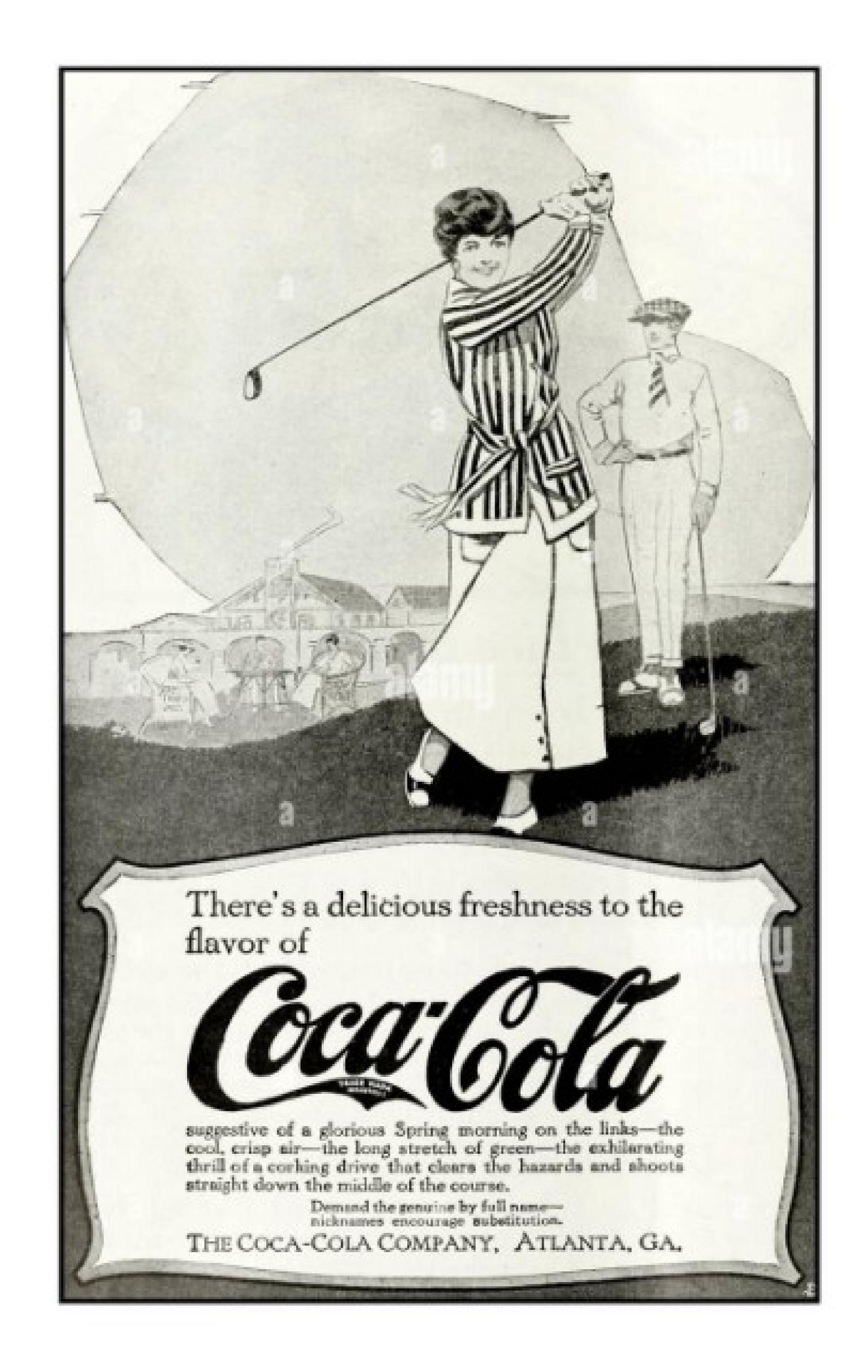
Les besoins profonds (ce qui le motive secrètement)

Désirs

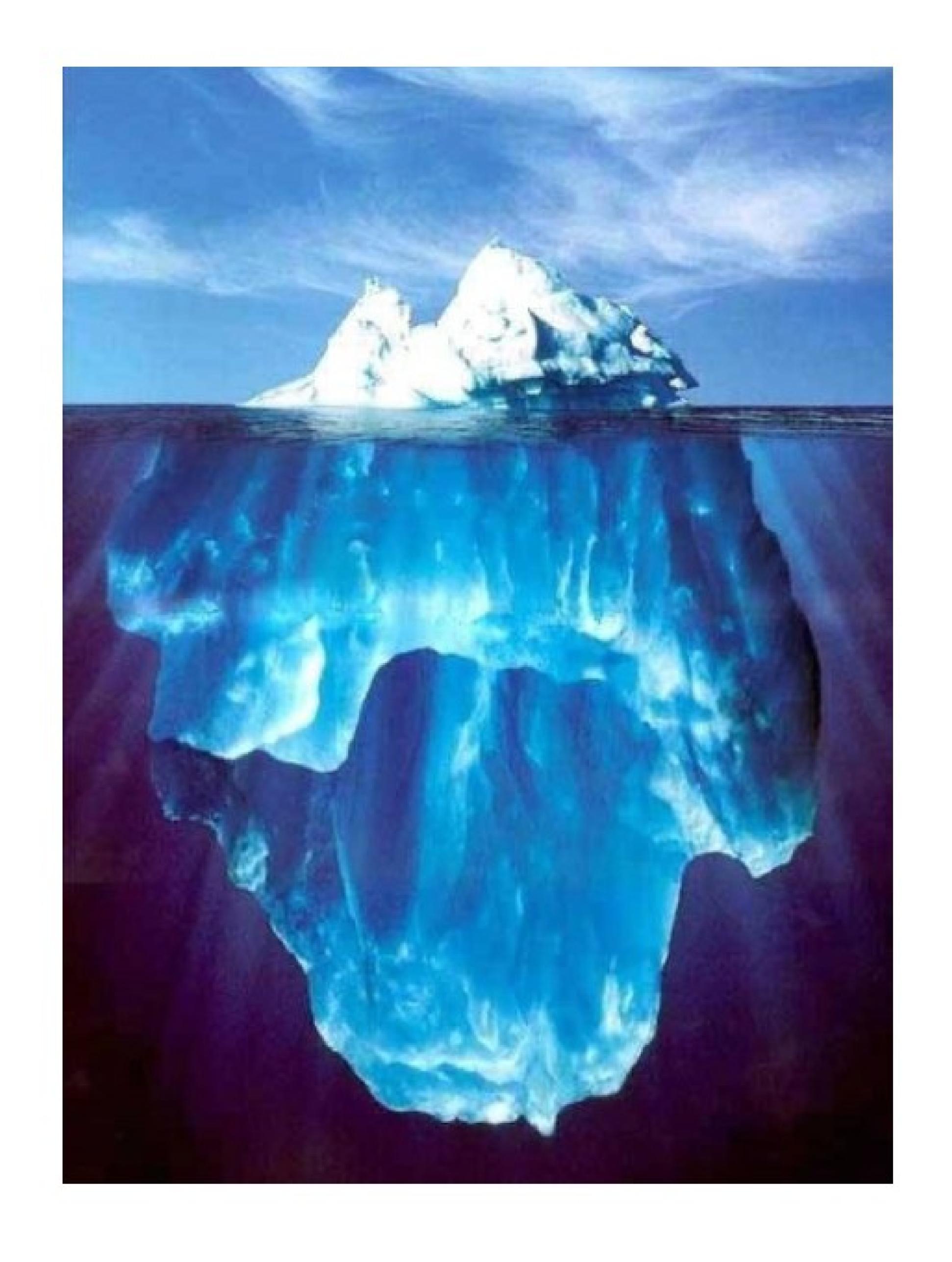




Désirs







Le marketing
=
Comprendre et
satisfaire les besoins
&
Susciter les désirs

Pas des "trucs et astuces"!

DIFFÉRENTS PROFILS DE VOS LADIES







Carte d'empathie

simplifiée

Ladies

WHAT THEY SAY



WHAT THEY HEAR



DIAGNOSTIC

ANALYSE SWOT

FAVORABLE

DEFAVORABLE

ANALYSE

STRENGTHS



WEAKNESSES



ANALYSE
EXTERNE

OPPORTUNITIES



THREATS



RECOMMANDATIONS

Activités golfiques & festives variées

>> enquêtes!

Tarifs flexibles

Horaires variés

Parcours in & out

Pour tous les profils Ladies

Communication ciblée

Identité et appartenance au groupe Ladies

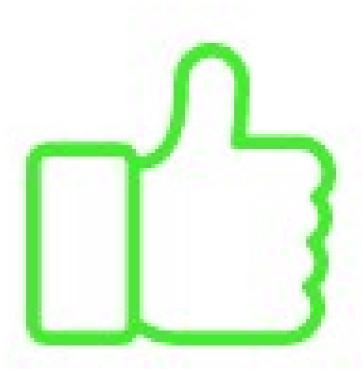
Avantage différentiel >< section Seniors

Partenariats

Ex: Enquête express



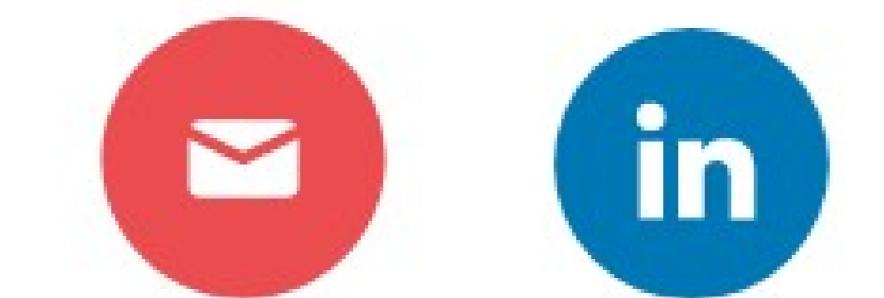




BEST and BAD
EVENTS
OF THE YEAR
at golf

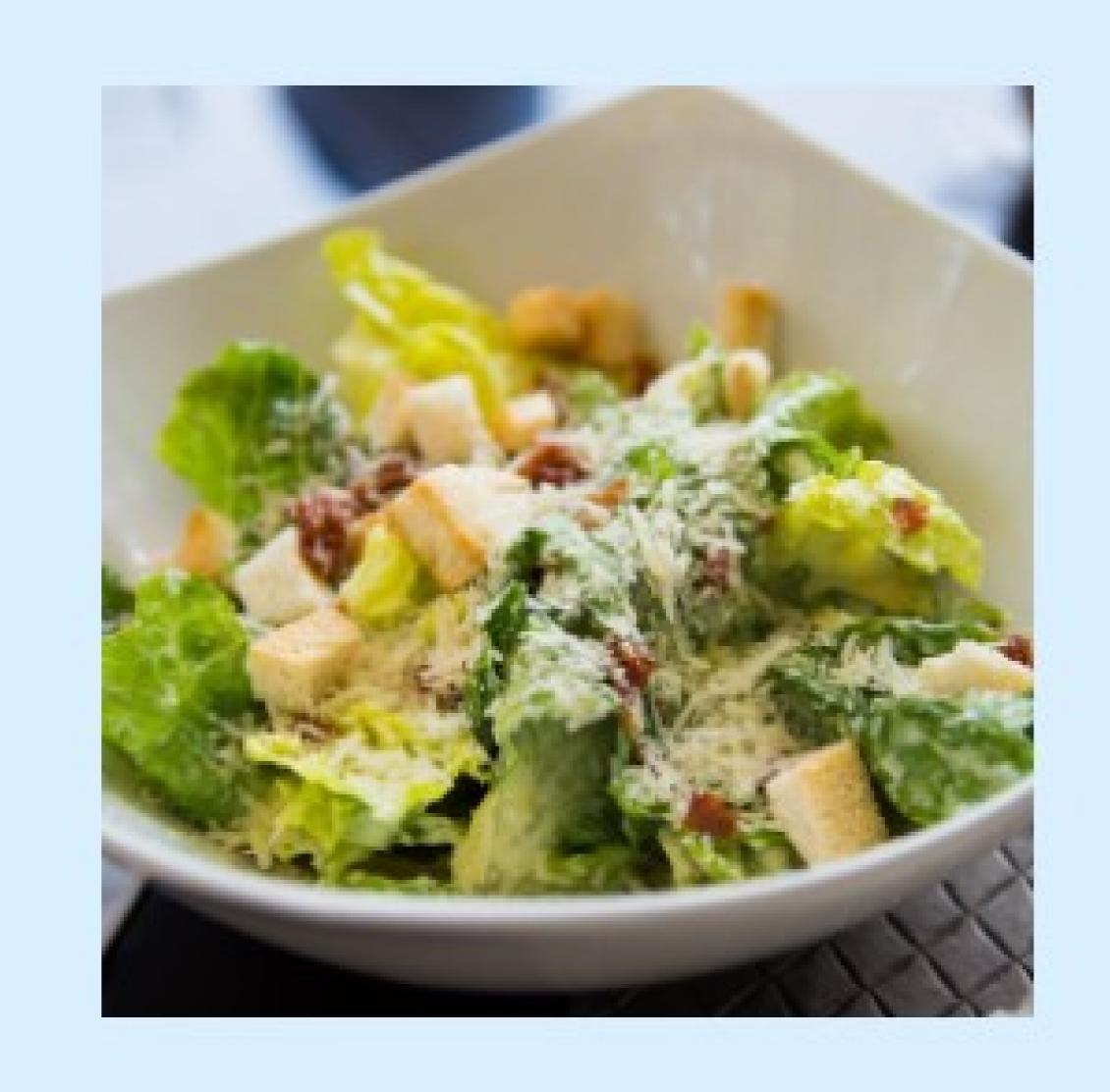








Merci et bon appétit!



Echangez vos bonnes pratiques!