

A man with a beard, wearing a light blue shirt and khaki pants, is leaning into a green and white golf cart. He has a red golf bag on his back. Two women are sitting in the cart, smiling and looking at him. The background shows a golf course with trees and a clear sky.

L'EXPÉRIENCE CLIENT ET SES NOUVELLES ATTENTES : COMMENT ACQUÉRIR DE NOUVEAUX MEMBRES EN 2020 ?

WORKSHOP 25 SEPTEMBRE 2019 - GOLF DE PIERPONT



AFGOLF

ASSOCIATION FRANCOPHONE BELGE DE GOLF

INTRODUCTION

PAR PHILIPPE DELHAYE

La gestion sportive d'un club est importante – sa gestion commerciale aussi !

Accueillir les nouveaux membres, écouter leurs besoins, proposer une offre adaptée, les accompagner et les soutenir sont des aspects primordiaux pour leur intégration et leur pérennité au sein de votre club.

Tous les clubs mettent déjà de nombreuses choses en place pour accueillir et fidéliser les nouveaux membres, mais tous peuvent faire encore mieux.

L'objectif de ce workshop est de donner des pistes pour améliorer la démarche commerciale des clubs afin de convertir les potentiels clients et les fidéliser.

LE WORKSHOP ÉTAIT DONNÉ AUTOUR DE 4 THÉMATIQUES

AVEC LA PRÉSENCE D'EXPERTS POUR CHACUNE

L'ACCUEIL DES NOUVEAUX PUBLICS

- ▶ John Martin - Co-fondateur et Directeur de Cervo Hospitality
John@cervohospitality.com

LA CONVERSION

- ▶ Olivier Anthone - Manager d'agence Century 21
olivier@century21acle.be

L'INTÉGRATION

- ▶ Vincent Mefflet CEO de Feydin et Associé chez Cervo Hospitality
Vincent@cervohospitality.com

L'ENCADREMENT SPORTIVO-COMMERCIAL

- ▶ Nicolas Meeus - Fondateur de Teamfullness
nicolas.meeus@teamfullness.com

ATELIERS PARTICIPATIFS :

- Les participants étaient invités à discuter en tables rondes de 30 minutes sur chaque thématique.
- Un expert était présent pour animer les discussions et apporter son expertise.
- Le résumé des discussions sont développées dans les slides suivants pour chaque thématique.

THÈME 1

L'ACCUEIL ET LES ESPACES D'ACCUEIL





L'ACCUEIL ET LES ESPACES D'ACCUEIL

QUESTION 1 :

**QUELLES SONT LES DIFFÉRENTES DIMENSIONS DE L'ACCUEIL
DES NOUVEAUX PUBLICS DANS UN CLUB DE GOLF ?**

QUESTION 2 :

**QU'EST-CE QUI FAIT QU'UNE PERSONNE SE SENT BIEN OU MAL ACCUEILLIE
LORSQU'ELLE RENTRE POUR LA PREMIÈRE FOIS DANS UN CLUB DE GOLF ?**

QUESTION 3 :

**QU'EST-CE QU'UN CLUB DE GOLF PEUT CONCRÈTEMENT METTRE EN PLACE
POUR AMÉLIORER L'ACCUEIL DES NOUVEAUX PUBLICS EN 2020 ?**

QUESTION 1:

QUELLES SONT LES DIFFÉRENTES DIMENSIONS DE L'ACCUEIL DES NOUVEAUX PUBLICS DANS UN CLUB DE GOLF ?

L'accueil doit être pensé comme un chemin, une succession de strates / couches avec:

- un dôme digital (site web, réseaux sociaux, ...)
- un accueil sur place (signalétique, disposition des lieux et espaces)
- un accueil téléphonique
- un accueil par le personnel : secrétariat, pro, directions, barman...
- un accueil par les membres
- de la musique / des odeurs

→ L'ensemble doit être cohérent !

Il y a 2 familles de « clients / visiteurs »:

- Les non-initiés
- Les initiés (transferts d'un club à un autre)

Le personnel doit être capable de faire preuve des compétences suivantes:

- Hardskill (compétences professionnelles)
- Softskill (attitude, body language)

« Happy staff makes a happy guest » → nécessité de former son personnel

QUESTION 2 :

QU'EST-CE QUI FAIT QU'UNE PERSONNE SE SENT BIEN OU MAL ACCUEILLIE LORSQU'ELLE RENTRE POUR LA PREMIÈRE FOIS DANS UN CLUB DE GOLF ?

Un client se sent bien accueilli quand :

- tout le monde lui dit bonjour
- il est accueilli dans sa langue maternelle
- il ne doit pas chercher pas son chemin
- il n'est pas confrontés à des barrières (physiques ou immatérielles)
- les lieux sont en ordre, propres et accueillant
- les portes sont ouvertes (ou vitrées/transparentes)
- le bar est accueillant
- la signalétique est accueillante

QUESTION 3 :

QU'EST-CE QU'UN CLUB DE GOLF PEUT CONCRÈTEMENT METTRE EN PLACE POUR AMÉLIORER L'ACCUEIL DES NOUVEAUX PUBLICS EN 2020 ?

PROPOSITION 1 :

Objectifs :

Améliorer l'infrastructure d'accueil

Mise en œuvre (étapes) :

- une signalétique claire et qui porte des messages accueillants (aller plus loin que la simple flèche pour communiquer une ambiance, une atmosphère, des valeurs)
- un lieu d'accueil clairement identifié : rassembler réception et pro-shop → augmentation rentabilité du shop, concentration des ressources humaines pour une meilleure distribution des tâches d'accueil physique et téléphonique
- supprimer les barrières et portes fermées
- intégrer de la musique (abonnement webradio // Sabam) et une ambiance olfactive
- prévoir un parking dédié et signalé (ex: parking court)
- organiser l'accueil dès le digital : valeur et cohérence à définir

QUESTION 3 :

QU'EST-CE QU'UN CLUB DE GOLF PEUT CONCRÈTEMENT METTRE EN PLACE POUR AMÉLIORER L'ACCUEIL DES NOUVEAUX PUBLICS EN 2020 ?

PROPOSITION 2 :

Objectifs :

Avoir un personnel et des membres accueillants

Mise en œuvre (étapes) :

- Définir des valeurs fortes et partagées qui servent de guidelines à l'accueil et au service client
- mettre en place des règles et des procédures d'accueil pour tout le staff (bonjour, sourire, etc.)
- compléter ces procédures par des formations (Cfr softskills)
- systématiser les nominettes pour le personnel (prénom)
- séparer physiquement accueil physique et accueil téléphonique ou définir des procédures qui permettent de gérer les deux séparément (1919, rappel, etc.)
- créer des équipes de GO (gentils organisateurs) et GM (gentils membres) bénévoles chargés de l'accueil / intégration des nouveaux clients

THÈME 2
LA CONVERSION





Au tennis
je ne paye
que 120€
par mois !?

Nos tarifs Club
Full member
1.440€/an

LA CONVERSION

QUESTION 1 :

**QUELS SONT LES ARGUMENTS CLÉS QUI PERMETTENT DE CONVAINCRE
UNE PERSONNE QUI DÉBUTE LE GOLF À DEVENIR MEMBRE ?**

QUELS SONT LES PRINCIPAUX FREINS QUI POURRAIENT L'EMPÊCHER DE DEVENIR MEMBRE?

QUESTION 2 :

**QUELLES SONT, DANS L'ORDRE, LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DU PROCESSUS DE VENTE
POUR QUE CETTE PERSONNE SIGNE LE CONTRAT ET DEVIENNE MEMBRE DU CLUB ?**

QUESTION 3 :

**QU'EST-CE QU'UN CLUB DE GOLF PEUT CONCRÈTEMENT METTRE EN PLACE
POUR CONVERTIR PLUS FACILEMENT LES NOUVEAUX PUBLICS EN 2020 ?**

QUESTION 1:

QUELS SONT LES ARGUMENTS CLÉS QUI PERMETTENT DE CONVAINCRE

UNE PERSONNE QUI DÉBUTE LE GOLF À DEVENIR MEMBRE ?

QUELS SONT LES PRINCIPAUX FREINS QUI POURRAIENT L'EMPÊCHER DE DEVENIR MEMBRE?

Arguments clés :

- Sport de passion
- Intergénérationnel
- Aspect social /networking
- Réellement un sport
- Valorisation de l'expérience client
- Création d'incentives à l'apport de nouveaux membres
- Répondre précisément aux questions/attentes des clients (pourquoi fait-il le déplacement ?)
- Avantage santé (cardiovasculaire, nature, ...)

Freins :

- Budget « golf » (argent, temps)
- Image du golf encore aujourd'hui
- Club fermé (barrières, mauvaise signalétique), sentiment d'être perdu
- Attitude des anciens membres
- Intimidant (club house, réception)
- Pas d'approche commerciale

QUESTION 2 :

QUELLES SONT, DANS L'ORDRE, LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DU PROCESSUS DE VENTE POUR QUE CETTE PERSONNE SIGNE LE CONTRAT ET DEVIENNE MEMBRE DU CLUB ?

- 1) Prospection active
- 2) Présentation (discours préparé)
- 3) Suivi après initiation (relances jusqu'à 5x)
- 4) Closing (par 1 voire plusieurs responsables du club)

QUESTION 3 :

QU'EST-CE QU'UN CLUB DE GOLF PEUT CONCRÈTEMENT METTRE EN PLACE POUR CONVERTIR PLUS FACILEMENT LES NOUVEAUX PUBLICS EN 2020 ?

PROPOSITION 1 :

Objectifs :

- a) Economique
- b) Signature de nouveaux clients/membres
- c) Fidélisation

Mise en œuvre (étapes) :

- Création de matériel de présentation
- Témoignages/ implication des membres (initiateurs)
- Formation du Staff / synchronisation entre tous les acteurs du club
- Diversification de l'offre (membership, packages)
- Follow up (relance jusqu'à 5x les potentiels clients/membres)
- Cibler les prospects
- Suivi des nouveaux clients
- Préparation d'un canevas de vente
- Prise de rdv avec les nouveaux clients (montrer infrastructures,...)

THÈME 3

L'INTÉGRATION DES NOUVEAUX MEMBRES





L'INTÉGRATION DES NOUVEAUX MEMBRES

QUESTION 1 :

**QU'EST-CE QUI FACILITE ET QU'EST CE QUI EMPÊCHE L'INTÉGRATION
DES NOUVEAUX MEMBRES DANS UN CLUB ?**

QUESTION 2 :

A PARTIR DE QUAND UN NOUVEAU MEMBRE SE SENT-IL INTÉGRÉ DANS SON NOUVEAU CLUB ?

QUESTION 3 :

**QU'EST-CE QU'UN CLUB DE GOLF PEUT CONCRÈTEMENT METTRE EN PLACE EN 2020
POUR FACILITER L'INTÉGRATION DES NOUVEAUX PUBLICS ?**

QUESTION 1 :

QU'EST-CE QUI FACILITE ET QU'EST CE QUI EMPÊCHE L'INTÉGRATION DES NOUVEAUX MEMBRES DANS UN CLUB ?

Facilitation :

- Ecouter le nouveau membre, savoir quels sont ses besoins/ses attentes
- Drive and Putt (compétition où le joueur amène un débutant. Le débutant fait les putts)
- Le lien social est primordial
- Organiser des portes ouvertes
- Accompagnement des nouveaux membres
- Créer une communauté via les réseaux sociaux ou whatsapp
- Afficher les photos des nouveaux membres

Empêchement :

- Le passage du brevet
- Avoir une barrière à l'entrée du golf
- Les exigences des full members (disponibilité du terrain,...)

Le néo arrivant a des idées préconçues du monde dans lequel il arrive. Inversement, les membres existants ont également des idées préconçues du nouveau membre. Il faut dépasser les idées préconçues et les croyances que chacun peut avoir.

Le club doit être attentif aux croyances/peurs que le nouveau membre peut avoir/ressentir.

Le nouveau membre a besoin de proximité.

QUESTION 2 :

A PARTIR DE QUAND UN NOUVEAU MEMBRE SE SENT-IL INTÉGRÉ DANS SON NOUVEAU CLUB ?

Le nouveau membre se sent intégré quand:

- il participe à la vie du club/il prend des initiatives
- il est reconnu par les autres joueurs et le staff (il est appelé par son prénom)
- il aide le capitaine de sections

Comment y parvenir ?

- Sondez les attentes (faire une enquête)
- Mettre en place un « parcours client » (quels sont ses besoins ? qu'attend t'il de son club de golf ? de la détente, des rencontres, du networking, de la performance sportive,...sont des exemples de réponse) >> Adapter l'offre pour correspondre à ses besoins.
- Offrir un welcome pack (avec un bon pour restaurant/bar,...) Restez alerte si le joueur n'utilise pas ses bons (=bon indice quant à l'intégration/l'implication du joueur)
- Rédiger un road book avec :
 - l'organigramme du club avec photos et noms (direction, secrétariat, pros, horeca, greenkeepers,...),
 - les différentes infrastructures du club (avec explication de ce que le joueur peut trouver sur place, vestiaires, comment fonctionne le distributeur de balles,...)
 - les activités récurrentes du club
 - ...

QUESTION 2 :

A PARTIR DE QUAND UN NOUVEAU MEMBRE SE SENT-IL INTÉGRÉ DANS SON NOUVEAU CLUB ?

Comment y parvenir ? (Suite)

- Implication personnelle du staff (l'ensemble du staff doit connaître/reconnaître les nouveaux membres)
>> faire partie d'une famille
- Implication des membres plus anciens (le nouveau membre caddie un plus ancien) et du staff (ex : passage du brevet par le capitaine de sections)
- Organiser des activités communes (ex : soirées dédiées aux nouveaux membres)
- Si soirées avec anciens/nouveaux membres, faire un plan de table selon les affinités possibles
- Impliquer les membres plus anciens dans l'accueil des nouveaux membres

QUESTION 3 :

QU'EST-CE QU'UN CLUB DE GOLF PEUT CONCRÈTEMENT METTRE EN PLACE EN 2020 POUR FACILITER L'INTÉGRATION DES NOUVEAUX PUBLICS ?

PROPOSITION 1 :

Objectifs :

Connaître le nouveau membre + rapidité à le reconnaître

Mise en œuvre (étapes) :

- Organiser une journée avec tout le staff et les nouveaux membres
- Connaître le nom des nouveaux membres
- Faire un tableau avec les photos des nouveaux membres
- Favoriser les activités mixtes
- Souhaiter la bienvenue et mentionner les nouveaux membres dans la newsletter du club
- Réaliser un who's who (// trombinoscope d'entreprise)

QUESTION 3 :

QU'EST-CE QU'UN CLUB DE GOLF PEUT CONCRÈTEMENT METTRE EN PLACE EN 2020 POUR FACILITER L'INTÉGRATION DES NOUVEAUX PUBLICS ?

PROPOSITION 2 :

Objectifs :

Proposer une offre attractive et adaptée

Mise en œuvre (étapes) :

- Organiser des rendez-vous entre le nouveau membre et les officiels (direction, business manager, marketing manager,..)
- S'adapter au profil du néo-arrivant (en fonction de ses besoins et attentes). Le rediriger vers les bonnes personnes
- Se positionner par rapport à la concurrence (mettre en avant sa « personnalité » de club (business, familial,...))

THÈME 4

L'ENCADREMENT SPORTIVO-COMMERCIAL





euh...?

Et ben
c'est pas demain
qu'on sera
Tiger Woods !

L'ENCADREMENT SPORTIVO-COMMERCIAL

QUESTION 1 :

QUELS SONT LES RÔLES DU COACH ?

AU NIVEAU SPORTIF ET AU NIVEAU NON SPORTIF ?

QUESTION 2 :

COMMENT UN COACH PEUT-IL ENCOURAGER OU RENFORCER

LA MOTIVATION D'UN JOUEUR DÉBUTANT ?

QUESTION 3 :

QU'EST-CE QU'UN CLUB DE GOLF PEUT CONCRÈTEMENT METTRE EN PLACE EN 2020

POUR QUE L'ENCADREMENT SPORTIF FACILITE SA POLITIQUE COMMERCIALE ?

QUESTION 1:
QUELS SONT LES RÔLES DU COACH ?
AU NIVEAU SPORTIF ET AU NIVEAU NON SPORTIF?

Le rôle sportif est aussi important que le rôle non-sportif → rôle commercial.

Rôle du coach :

- Importance de donner du sens au joueur = pourquoi il commence à jouer au golf
- Amener un fil conducteur d'apprentissage au débutant > approche et outils didactiques / pédagogiques
- Mettre en avant l'aspect social en créant une dynamique collective > cours/activités de groupe
- Etre un exemple pour le nouveau joueur > attitude !
- Importance du « feeling », de l'aspect relationnel avec le joueur
- Rôle crucial dans la vente/conversion
- Rôle crucial dans la fidélisation du joueur > client sur le long-terme
- Diffuser le savoir et être à l'écoute du joueur > rôle pro / coachs

QUESTION 2 :

COMMENT UN COACH PEUT-IL ENCOURAGER OU RENFORCER LA MOTIVATION D'UN JOUEUR DÉBUTANT ?

- Etre à l'écoute du joueur débutant afin de lui proposer une offre adaptée
- Transmettre sa passion du golf > part de rêve / inspiration
- Montrer de l'intérêt du pro pour les débutants
- Mettre en place une offre sociale / événements adaptés :
 - « Saturday Fun Golf », « Vendredi Sympa » : compétitions pour les débutants, suivies d'un repas, participation des pros, ...
 - Activités groupes : stages, voyages, ...
 - Portes ouvertes tous les week-ends
- Mettre en avant les offres/produits du clubs (> connaissance par le pro des offres du club)
- Intégrer les initiateurs dans la démarche/l'offre vers les débutants
- Former (de manière continue) les pro/coach sur l'aspect commercial

QUESTION 3 :

QU'EST-CE QU'UN CLUB DE GOLF PEUT CONCRÈTEMENT METTRE EN PLACE EN 2020 POUR QUE L'ENCADREMENT SPORTIF FACILITE SA POLITIQUE COMMERCIALE ?

PROPOSITION 1 :

Revaloriser le rôle du coach

Objectifs :

- Motivation & engagement du coach
- Développer le club et le nombre de golfeurs
- Faire remonter la réalité du terrain vers le Comité du club

Mise en œuvre (étapes) :

- Redonner un rôle central et plus large au coach : rôle dans l'accueil des membres, gestion du club, gestion sportive, conversion, ...
- Aborder l'aspect financier avec le coach : droit de tapis, ...
- Donner au coach l'opportunité de s'exprimer
- Donner au coach un rôle fédérateur
- Revaloriser l'implication du coach au sein du club
- Intégrer le coach dans la vie du club
- Intégrer le coach dans l'équipe du club > dynamique « équipe » au sein du club

QUESTION 3 :

QU'EST-CE QU'UN CLUB DE GOLF PEUT CONCRÈTEMENT METTRE EN PLACE EN 2020 POUR QUE L'ENCADREMENT SPORTIF FACILITE SA POLITIQUE COMMERCIALE ?

PROPOSITION 2 :

Elargir l'encadrement sportif du club

Objectifs :

- Créer une dynamique sportive au sein du club
- Soutenir le pro
- Appuyer la politique commerciale

>> Acquisition de nouveaux membres

Mise en œuvre (étapes) :

- Impliquer des membres dans la dynamique sportive et d'acquisition de membres > comité d'accueil des nouveaux membres
- Mettre en place d'une formation pour les membres encadrant
- Développer la présence des initiateurs dans les clubs
- Implication des initiateurs dans la démarche
- Rôle fédérateur pour le pro / moteur sportif

CONCLUSIONS



CONCLUSION

PAR PHILIPPE DELHAYE

Les différentes discussions ont été riches. Les propositions sont le fruit d'un travail collectif émanant des clubs eux-mêmes.

Ces discussions ont amené à de nouvelles idées, de nouvelles pistes de réflexion ou correspondaient tout simplement à des éléments déjà connus pour lesquels une piqûre de rappel était nécessaire.

Le souhait de l'AFGolf est que vous puissiez repartir avec des idées de (nouvelles) actions à mettre en place et à développer au sein de vos clubs.

Si chaque club met en action au moins une proposition, le monde du golf ira de l'avant. Chaque petit changement peut avoir un impact important.

VOUS, CLUBS, AVEZ AUJOURD'HUI LES CARTES EN MAIN !

