

AGENDA

El primer día se abrió con la V reunión de MCO (Multicourse owners). El encuentro acogió a los representantes nacionales de los propietarios de campos de golf de que se reunieron para discutir y buscar soluciones para lograr que las instalaciones de golf sean más rentables.

El segundo día fue inaugurado por el presidente EGCOA Alexander Baron von Spoercken que dio a conocer a los delegados las últimas novedades en la industria del golf europeo. Alexander anunció un nuevo proyecto de la EGCOA, VISIÓN 2020, que llevará a cabo una investigación en profundidad sobre la industria del golf europeo para crear una dirección clara y una hoja de ruta a seguir para el futuro del juego.

Creando magia tribal

El primer ponente del día fue Gregg Patterson, (gerente general de Santa Mónica Beach Club, en California) expuso una sesión inolvidable titulada "Creación de magia tribal dentro de su club. "" La gente necesita gente. Su equipo es único, unidos entre sí a través de la experiencia, ampliada a través de las historias que se cuentan "alrededor de un fuego". Una parte primitiva de nuestro cerebro anhela la gente, la manada, la experiencia de las pandillas, lo único y lo diferente", Dijo Patterson, y agregó" La gente tiene hambre de lo que proporciona lo mágico--- un poder, algo intangible que transforma la rutina en algo excepcional y lo ordinario en profundo. Los Clubs necesitan un imán para atraer y retener a sus socios, para conseguir que vuelvan a por más. Necesitan magia tribal"

Precios inteligentes – los datos de explotación de los campos son oro

Dr. Nilo W. Hatch, presidente de Quantival Corporation, y una autoridad de renombre mundial en la fijación dinámica de precios inteligentes se dirigió al público explicando la debilidad asociada con el "sobrecoste" universalmente extendido y los crónicamente mal entendidos "precios de referencia" basados en la demanda, en el tiempo, etc, enfoques ambos que han llevado a numerosos propietarios de negocios a fijar erróneamente sus precios. Dr. Hatch ilustró, cómo su herramienta, el motor inteligente de Precios Quantiva, está transformando de forma masiva los negocios proporcionando nuevos ingresos a las empresas. Dicha herramienta perfecciona los modelos uno a uno, para green fees o cualquier inventario perecedero. Así mismo, posee la capacidad de fijar precios óptimos para todos los demás centros de ingresos complementarios al campo de golf, incluyendo los campos de prácticas, restaurantes, tiendas especializadas y productos vendidos.



"El uso de algoritmos de fijación de precios para los green fees ha logrado hasta un 40% de incremento en los ingresos para los propietarios de los campos en dos de las 5 mejores empresas estadounidenses de gestión de golf", dijo Hatch. Agregó "Con la creciente demanda de los consumidores y la naturaleza competitiva del mercado del golf el tiempo de adivinar ha llegado a su fin. Al adoptar un enfoque científico para la fijación de precios se puede garantizar al máximo los ingresos para su instalación y la entrega de un precio y un producto con el que el consumidor se identifica"

La Reventa de greenfees a través de terceros y la distribución de teetimes

Inspirado de presentación del Dr. Hatch la discusión derivó en los engranajes de la venta y distribución online de los teetime. La apertura de esta sesión clave fue realizada por Jeff Calderwood, CEO del NGCOA Canadá. Jeff esbozó las mejores prácticas que deben seguir las instalaciones de golf cuando se trabaja con la venta de greenfees a través de terceros y destacó muchos de los escollos a los cuales las instalaciones se pueden enfrentar si estas plataformas no son manejadas con precaución.

"Existe este tercer negocio de distribución a parte porque hay un desequilibrio entre la oferta y la demanda en muchos mercados", dijo a los delegados Calderwood. "En los EE.UU., por ejemplo, las cifras muestran que los campos de golf operan en un promedio de utilización del 47%. La reventa por parte de terceros puede acceder a los campos a través de los clientes más jóvenes, que prefieren comprar online, pero también hay peligros. Quién posee el cliente? Los campos necesitan asegurarse de que son ellos, no el distribuidor, y estar seguros de que no es una forma fácil de obtener un descuento".

Diogo Gaspar Ferreira, Presidente de la Asociación de Propietarios de Campo de golf de Portugal (CNIG) mostró cómo a través de la cooperación de los propietarios de campos de golf y las autoridades nacionales de turismo pueden mantener un firme control del mercado. De dicha cooperación nació este portal web visitportugalgolf.com. El sitio es una excelente plataforma online para que los propietarios de campos de golf comercialicen sus instalaciones y distribuyan tee times bajo sus propios términos.

A raíz de este punto de vista nacional un equipo de grandes expertos del mundo de la tecnología de reservas online se unió a la presentación en un debate interactivo sobre el futuro tecnológico de la industria y la distribución de los teetime. En el debate se

plantearon preguntas como el beneficio real de la venta a través de terceros verso el impacto potencial que podría tener sobre el precio y la marca.

VISIÓN 2020

Sander Allegro, Director Gerente de Innovaciones Allegro, expuso una sesión interactiva sobre una nueva perspectiva sobre la industria del golf a través del uso de una serie de paradigmas de la industria. La sesión de apertura preparó el escenario para el lanzamiento del proyecto de la EGCOA VISIÓN 2020 en el que van a participar y compartir conocimientos las asociaciones nacionales de propietarios de campos de golf unidas en la EGCOA. Allegro conducirá la estrategia para el proyecto VISION 2020 en los próximos meses con fecha prevista de entrega de los resultados del proyecto para mayo de 2014.

Encontrar, Etiquetar y comprender a tu cliente

Jeff Calderwood se incorporó de nuevo a la ponencia para compartir una visión del mercado Canadiense del Golf, donde la tasa de participación del golf es la más alta del mundo. Jeff esbozó muchas de las acciones de la NGCOA Canadá, que han ayudado en el crecimiento del juego, incluyendo su más reciente estudio de Mercado. El estudio analiza de forma profunda el sector y logra una imagen clara de lo que los golfistas realmente están buscando.

Volver a lo básico: ponencia presentada por uno de los principales socios del EGCOA, Wonderland Creative Consulting. Liderando el debate su Director General, Paul Skellett. " Una de las claves de éxito la comercialización y la marca de su negocio hoy en día es su clara visión de las características de la generación X&Y ", dijo Paul. Añadió " Reconociendo la distancia entre estos siempre cambiantes mercados generacionales y adoptando actividades estratégicas de marketing y branding, las instalaciones de golf estarán preparadas para hacer frente a las necesidades actuales del mercado de golf. " El día se cerró con la cena de recepción y la ceremonia de entrega de premios del EGCOA

La Tecnología en el Golf

El tercer día de conferencia se abrió con un grupo de expertos líder en tecnología de la industria del golf. El grupo destacó algunas de las nuevas tecnologías disponibles para los propietarios de campos de golf que les pueden ayudar en la recopilación de datos clave que pueden utilizar para gestionar sus actividades de marketing.



Los asistentes tuvieron la oportunidad de compartir con el grupo de expertos sus puntos de vista sobre el futuro de la tecnología en la industria del golf. En la sesión se destacó claramente que la tecnología es un factor muy importante a tener en cuenta para los propietarios de campos de golf

Golf Femenino

Niamh Kitching, profesora de Gestión Deportiva y Coaching en Limerick Institute of Technology, abrió los ojos a un público predominantemente masculino con el potencial existente en el mercado del golf femenino. Niamh comentó "las mujeres representan más del 51% de la población europea y más del 50% de la fuerza laboral, no hace falta decir que sostienen una parte importante de la economía. Ella añadió " Comprendiendo las necesidades del mercado femenino y ajustando algunos pequeños aspectos del entorno del club, sólo con la mejorar de estos dos factores, pueden aumentar el número de socios femenino y lograr su participación a nivel de clubes. " Después de su presentación Niamh se unió en el escenario con Kyra van Leeuwen (ex Ladies European Tour Profesional) Scilla Hokholt (Propietario Larvik Golf) y Mirjam Ludwig (Asociación Alemana de propietarios de campos Golf) para explorar más a fondo lo que se necesita para conectar con este mercado clave.

Azotar a la Competencia

La esperada presentación de clausura de la conferencia por parte de Gregg Patterson titulado "Azotes a la Competencia - Cultivar tus singularidades " Gregg, abrió su discurso de clausura diciendo "Este es un mundo competitivo. Hay numerosos buenos clubes, un montón de buenos gerentes, muchas buenas opciones donde puede emplear su tiempo un jugador de golf y su dinero. Y todo el mundo que compite por el "eurogolf " lo está haciendo casi todo bastante bien. "Y añadió" En este "mar de igualdad", en este mundo de lo bueno, donde la competencia es la "zona cero", los propietarios, los clubes y los gerentes necesitan distinguirse si tienen intención de ganar la competición".

El día concluyó con el torneo de golf de la conferencia organizado en Ribagolfe I en las afueras de Lisboa, que fue amablemente acogido en Costa de Lisboa Golf Club.