

ZMĚNA ZNAMENÁ

Podnikaví Holanďané se nikdy nebáli opustit půdu Starého kontinentu, aby prozkoumali neznámé končiny „patřící lvům“. To účastníci amsterdamské konference sice nepřekročili hranice města, přesto se i oni pochlubili s některými ze svých objevů. Jakým směrem se budou kluby a hřiště ubírat? A jak na tyto trendy reagují české kluby a hřiště?

PŘÍLEŽITOST

Každému podle jeho chuti

Na začátku prosince loňského roku se v Amsterdamu konal 4. ročník European Golf Business Conference. Konferenci pořádá Evropské sdružení vlastníků golfových hřišť (EGCOA) s cílem upozornit na změny a vývojové tendence v golfovém průmyslu a spolu s předními experty navrhnout přijatelná řešení.

TEXT: HELENA WOODCOCK

Ekonomická krize, zvyšující se tlak na udržitelný rozvoj a velké změny v cestovních návycích golfistů jsou obecně vnímány jako negativní faktory závažně ovlivňující golfový průmysl. Ale změna zároveň znamená příležitost, zejména je-li správně uchopena.

Zatímco v roce 2008 se konference soustředila na identifikaci oněch velkých změn, vloni šlo spíše o jejich pochopení a nalezení možného přínosu. Přes 200 delegátů z 25 zemí světa po dva dny nasloučalo prezentacím z oblasti provozu, marketingu, pohostinství a managementu, vy se tak na následujících řádcích můžete seznámit s některými jejich postřehy.

První prezentace Jeroena Boesmanse z firmy Creative Marketing Results se soustředila převážně na holandský golfový trh a jeho očekávaně rostoucí tendenci do roku 2015, ale zároveň upozornila na skutečnosti, které jsou mnoha evropským golfovým klubům společné. Je to zejména podíl seniorů coby aktivních golfových hráčů a nedostatek mladých hráčů. Senioři mají obvykle čas i peníze, které mohou do golfu investovat, a v golfových klubech zpravidla zaujímají respektovanou pozici, což mnohdy odrazuje od členství mladší hráče.

ČLENSTVÍ NA TŘI ZPŮSOBY

Právě pokud jde o členství v golfových klubech, poukázala prezentace na zajímavé tendence. V současné době máme tři možnosti – klasické členství v golfovém klubu, statut tzv. „svobodného golfisty“ se základní registrací (ale bez příslušnosti k určitému klubu) nebo být členem klubu virtuálního.

Většina nových golfistů spadá do posledních dvou skupin, klasické kluby tak nové členy získávají jen těžko. „Svobodný“ či virtuální golfista má možnost vyzkoušet řadu různých hřišť, což je atraktivní vzhledem k rostoucí nabídce. Ve srovnání se svobodnými golfisty a virtuálními kluby jsou to právě klasické členské kluby, které nyní nejrychleji ztrácejí své členy. Nabízí

se tedy otázka: Je klasické členství v golfovém klubu přežitek?

Klíčem k nalezení odpovědi je zcela jistě analýza chování příslušníků jednotlivých skupin. Zatímco „svobodní golfisté“ hrají čtyři kola golfu ročně, členové virtuálních klubů zvládají osm kol oproti 36 kolům klasických členů. Zásadní rozdíl je i ve věku. „Svobodným“ a virtuálním golfistům je obvykle mezi 30–50 lety v porovnání s věkovým průměrem mezi 50–70 lety členů klubů klasických. Řešením pro kluby, jež chtějí přilákat novou a mladší klientelu, je tedy vytvořit jim v klubu příznivé podmínky a lépe strukturovat nabídku.

„ODLÉTÁME“...

Velmi zajímavá byla prezentace Roye Scheerderera z KLM. Zabýval se hypotézou, jak by to vypadalo, kdybychom golfový klub provozovali jako aerolinku. Jakkoliv divoké se toto přirovnání může zdát, je založeno na logické úvaze, a totiž že aerolinie stejně jako golfová hřiště musejí prostřednictvím stejného produktu oslovit

komerční firmy a umožnily hráčům online rezervaci hracího času, což se v tuto chvíli ve většině případů neděje. Zároveň zdůraznil, že je nezbytné uzavírat potřebná partnerství a vystupovat jako příslušníci stejného odvětví, nikoliv jako konkurence.

„INTERNET“ ŠITÝ NA MÍRU

Velký prostor se na konferenci věnoval internetu. Pokud váš zákazník nedostane to, co požaduje, tady a teď, ztratíte ho. Internet umožňuje vyhovět potřebám klienta v reálném čase, což je při současném rychlém životním stylu nezbytné. Jo Maes z firmy Golf Switch představil online systém pro rezervaci hracích časů a seznámil s jeho benefity. Golfhub.com je online golfová komunita umožňující mimo jiné rychlou rezervaci hracích časů na hřištích v Evropě (zejména ve Španělsku, Portugalsku, Irsku, Velké Británii a Finsku), USA, Mexiku a Kanadě. Hlavní výhodou systému je, že golfista okamžitě vidí, které časy v kterém klubu

Ve srovnání se svobodnými golfisty a virtuálními kluby jsou to právě klasické členské kluby, které nyní nejrychleji ztrácejí své členy. Nabízí se tedy otázka: Je klasické členství v golfovém klubu přežitek?

rozdílné cílové skupiny – pro jednoduchost: economy class a business class. Scheerder přirovnal rezervaci hracích časů k rezervaci míst v letadle. Sedadla v letadle jsou rozdělena do různých tříd – od nejdražších, která jsou vždy dostupná, až po nejlevnější, jež jsou k dispozici jen do vyprodání. Vše je dostupné „tady a teď“ prostřednictvím online rezervace. Doporučení vyslovené Scheerderem směrem ke klubům bylo, že podobně jako aerolinie by měly více optimalizovat své ceny green fee v závislosti na časech, od nejlukrativnějších za nejvyšší ceny až po speciální ceny za časy méně atraktivní. Apeloval také na to, aby se golfové kluby daleko více chovaly jako

jsou dostupné, kolik stojí green fee, může okamžitě provést rezervaci. Další výhodou je přímá cesta rezervace hracího času bez nutnosti asistence tour operátora, a tudíž nižší cena. Kluby, které systém používají, mají stoprocentní kontrolu nad zveřejněnými informacemi a neplatí firmě žádnou provizi z prodaných hracích časů. Zpoplatněna je pouze instalace systému.

DOBROU CHUŤ S GOLFEM!

Dvě prezentace byly věnovány tématu pohostinství. Jaap Funnekotter z Hotelschool The Hague se věnoval otázce, jak hotelového hosta víc než uspokojit a poskytnout mu kromě očekávaného servisu opravdový zážitek. Svou úvahu



demonstroval na jednoduchém příkladu s McDonald's, přičemž se ptal, zda očekáváte prvotřídní obsluhu u stolu či možnost objednat si místo hranolek vařené brambory. Jednoznačná odpověď zní: ne. Je to proto, že McDonald's pracují s našimi očekáváními, a my víme přesně, jaký servis zde dostaneme. Zdůraznil, že v hotelovém průmyslu i v golfu musíme také aktivně pracovat s očekáváními hosta, jež jsou představována jeho cíli a potřebami. Nejenže musíme daná očekávání naplnit, ale musíme mu poskytnout něco navíc, abychom upozornili na kvalitu našeho servisu.

Na zákaznický servis jakožto nejdůležitější produkt každé firmy se soustředila i prezentace Alexandera M. Iguchiho z AMI Consulting. Ten poukázal na to, že řada hotelů a klubů nevěnuje dostatečnou pozornost správnému a na zcela konkrétních příkladech postavenému školení svých zaměstnanců, ať už se to týká nejjednodušších úkolů (např. telefonování) či složitějších situací.

Blok byl uzavřen podpisem dohody mezi EGCOA a European Club Managers Association and Hotelschool The Hague o vytvoření speciálních kurzů golf managementu, které budou dostupné po celé Evropě formou dálkového studia s využitím internetu.

JAK POSTAVIT GOLFOVÝ SEN

Druhý den konference byl kompletně věnován problematice výstavby nových hřišť a trendům v této oblasti. Úvodní prezentace patřila příznačně Neilu Hobdayovi z Trump International Golf Links a seznámila s plánem výstavby nového golfového hřiště, hotelu a rezidenční zástavby v blízkosti Aberdeenu ve Skotsku.

Má smysl stavět stále delší, náročnější a dražší golfová hřiště, když golfista, který na nich bude hrát, není profesionál s nulovým hendikepem, ale pětapadesátník s HCP 22, který si chce užít pohodový den na hřišti s kamarády a pobavit se.

Projekt se v posledních měsících těšil poměrně značné a často negativní publicitě v britských médiích zejména proto, že výstavba je plánována v citlivé přírodní zóně chráněných písečných dun. Trump International má v tuto chvíli veškerá potřebná povolení a zahájení prací je naplánováno na květen příštího roku.

V ostrém kontrastu s prezentací Neila Hobdaye a mnohamilionovým projektem v okolí Aberdeenu byl příspěvek Gordona Irvina z Golf Course Consulting, který seznámil delegáty, jak s pomocí několika dobrovolníků, traktoru, kolečka a hrábí a bez jakýchkoliv finančních zdrojů znovu obnovili ztracené

hřiště Askernish Golf Course. Prezentace jasně demonstrovala, jak finančně nenáročná a ekologická může výstavba hřiště být.

Následující panelová diskuze jen podtrhla výše uvedený kontrast a uzavřela druhý den konference shrnutím, že je potřeba se vrátit k samotným základům golfu, propagovat hru jako takovou a její hodnoty,

snažit se zvýšit počet aktivních golfistů a usnadnit vstup do golfu začátečníkům. Byla nastolena otázka, zda má smysl stavět stále delší, náročnější a dražší golfová hřiště, když golfista, který na nich bude hrát, není profesionál s nulovým hendikepem, ale pětapadesátník s HCP 22, který si chce užít pohodový den na hřišti s kamarády a pobavit se.

Některé teze vyslovené na konferenci byly poměrně objevené, jiné méně. V každém případě je dobře, že problémy byly prezentovány, tendence popsány a teď je již na každém, jakým způsobem získané informace využije v praxi. ■

