



Dean Cleaver
Executive Officer
FEGGA

Asumiendo retos y cambios para el futuro

Desde la última columna que compartí con vosotros, hemos vivido un periodo de tiempo frenético, y mientras que leéis esto habremos disfrutado de la Ryder Cup, que afortunadamente esperemos haber retenido. España acogerá también visitas del European Tour que se jugarán en Castellón y Sotogrande.

Recientemente FEGGA ha creado un grupo en Facebook. Mediante este grupo, pretendemos poder iniciar asuntos y tremas de conversación interesantes. Echad un vistazo y registraros para comenzar a compartir información valiosa para todos nosotros.

FEGGA celebró su última reunión en el fantástico Club de Golf de Ljunghusen, situado en la costa del mar báltico del sur de Suecia. Tuvimos reuniones muy productivas durante los 2 días que compartimos, pero menciono Ljunghusen porque es un club que representa realmente ejemplos muy buenos de cómo hacer un negocio fantástico, especialmente en estos tiempos duros. Ofrecen golf en el sentido más puro y en un entorno que reúne a golfistas jóvenes y viejos para disfrutar de este gran deporte.

Este reto difiere en cada país, y es de mencionar el trabajo en los países emergentes, que están realmente construyendo un deporte desde el inicio y sin ninguna historia, y que proporcionará muchos beneficios. Si miramos a países más establecidos, el asunto difiere considerablemente. No creo que realmente se estén perdiendo golfistas, hay campos perdiendo socios y multitud de razones para ello, esto es lo que necesita ser analizado en profundidad por los clubs en términos de servicios y habilidades de atención al cliente. También es necesario que den un paso adelante para acercarse a la persona moderna de hoy día, esta persona joven que se considera alguien normal que quiere jugar al golf.

Esta persona actual no tiene tampoco que querer asociarse a un club necesariamente, puede que quiera jugar donde le apetezca y cuando le apetezca. Esto crea retos para dar un giro y asegurar el futuro de campos que sepan adaptarse a estas necesidades, ofreciendo el producto adecuado junto con el buen servicio. También hay grandes ejemplos de qué están haciendo clubs en países como Suecia que pueden y están teniendo éxito en campo de socios. Un área real para el éxito es la unión de clubs locales que ofrezcan golf entre ellos a determinadas horas del día. Esto proporciona variedad y una experiencia de golf mucho mayor para los socios.

Esta recesión económica que hemos continuado experimentando durante el pasado año, ha sido un momento muy bueno para invertir en educación y práctica, supone

una pequeña parte del presupuesto, pero da grandes beneficios. He visto clubs haciendo recortes que realmente tienen poco sentido cuando miras al éxito a largo plazo de la esencia del negocio, el campo.

La República Checa tiene un modelo muy interesante. Han desarrollado un juego para diversión de su propia gente. Han diseñado y construido campos de golf para satisfacer las necesidades de gente que juega por primera vez. Han desarrollado una industria que crece para dar más apoyo al golf. Actualmente tienen 82 campos con 46.000 jugadores, de los cuales un 15% son juniors. Han creado una gran asociación de greenkeepers con más de 200 socios y están desarrollando buenos programas de educación en colaboración con una escuela de agricultura en Benesov, desarrollando estándares basados en los Egeu Standards (www.egeu.org).

Por último, quisiera hacer una reflexión. Como todos sabemos, el golf necesita mucho tiempo en la mayoría de ocasiones, especialmente en el mundo de continuas ocupaciones que vivimos. Acabo de volver de Islandia donde hay una población de 320.000 personas, y durante el último año el número de jugadores ha incrementado en un 5%, llegando actualmente a los 50.000, de los cuales 30.000 juegan 5 veces o más por semana, un éxito total, pero de los 65 campos existentes, 50 son de 9 hoyos, interesante dato.

