

Andrew Wood v Golf Business Interviews

Hvězda golfového marketingu v exkluzivním rozhovoru pro zástupce Golf Industry v České republice a na Slovensku.



Když jsem na začátku karantény začal s tímto velmi amatérským formátem rozhovorů, ani v koutku duše mě nenapadlo, že bych to zkusil také v angličtině s mezinárodně renomovaným hostem. Nenapadlo mě, že by někdo takový na podobný formát a se mnou jako s moderátorem, vůbec přistoupil. Když jsem po hodině hovoru na Skypu s Andrew Woodem položil pomyslné sluchátko, teprve v tu chvíli mě to napadlo. Napsal jsem mu ihned na chat, jestli by si na mě někdy udělal čas v takovém improvizovaném rozhovoru. Odpověď zněla: „Jasně, třeba hned.“ A tak jsem za pět minut seděl chvíli před půlnocí, bez otázek před notebookem a vytáčel videohovor na Messengeru. Stanul jsem tváří v tvář svému dlouholetému marketingovému guru a točil s ním rozhovor pro kolegyně a kolegy z golfového managementu.

Na řadu žádostí doplňuji přepis rozhovoru v češtině:

Rád bych dnes v Golf Business Interviews přivítal legendu golfového marketingu, Andrew Wooda. Andrew, představ se prosím českým manažerům golfových hřišť, sekretářům klubů a dalším zaměstnancům v golfovém prostředí v České republice.

Původně pocházím z Anglie a v osmnácti letech jsem se přesunul do USA, abych zde hrál golf. V golfovém businessu působím dvacet dva let, jsme autorem řady knih - Golf Marketing Bible, Golf Sales Bible, Golf Marketing Manual, How to sell membership, celkem 11 knih týkajících se golfového marketingu. Dále jsem vlastníkem společnosti Legendary Marketing a spolupracuji s více než třemi tisíci golfovými resorty ve dvaceti třech zemích světa.

Současná světová situace je ovlivněna virem COVID 19. Můžeš nám popsat, jaká je nyní situace v USA na golfových hřištích?

K dnešku (2. 4. 2020) je asi polovina hřišť uzavřena z rozhodnutí místních vlád. Druhá polovina je ještě otevřena a stále se na nich hraje golf. Situace je různá stát od státu. V některých velkých státech - New York, New Jersey, California, je vše uzavřeno. Jsou však státy jako Florida, kde se ještě hraje. Čekáme na zítřejší rozhodnutí vlády, jak se bude dále postupovat.

Jsou nějaká omezení při hře např. počet hráčů ve fligthu?

Ne, zatím ne, je nutno dodržovat vzdálenost hráčů od sebe, nedohrávat do jamky, nevytahovat vlajku a podobně. Každý stát si určuje svá pravidla. Co jsem však slyšel od zástupců hřišť, která jsou otevřená, hráči mohou být pouze na hřišti. Klubovny a zázemí jsou uzavřené.

Jaký dopad bude mít krize na golfový trh v USA?

V Anglii předpovídají, že asi třicet procent z celkového počtu golfových hřišť zbankrotuje. V USA to nevidím tak černě, ale čísla budou mezi patnácti a dvaceti procenty klubů. To pro ně samozřejmě není příznivé. Na druhou stranu to může to pomoci celkové kondici golfového průmyslu.

Každá krize však může být příležitostí začít něco nového, naučit se něco nového, stát se silnějším. Co bys poradit manažerům a zástupcům golfových resortů, aby nepadli do skupiny hřišť, která po této krizi zmizí z golfové mapy?



Všichni teď pracují z domova a všichni jsou online. Doporučil bych zvýšit na maximum vaši komunikaci. I když nejsem úplně zastáncem Facebooku, měli byste přidat na četnosti sdílených příspěvků. Doporučuji minimálně trojnásobné množství více než dříve. Doporučuji využívat intenzivně LinkedIn, dále mailing na zákazníky a členy klubů opět častěji než dříve. Měli byste klienty bavit, inspirovat, dodávat jim naději a dobrou náladu. Když bude po krizi, na které hřiště si půjdou nejdříve zahrát? Udělejte vše pro to aby to bylo to vaše. Právě proto je důležité být stále s klienty v kontaktu, bavit je. O tomto mluvím neustále a je to důležité pro všechny. Mnoho golfových resortů přesně nechápe, v jaké businessu se pohybují. Oni říkají golfový business, sportovní business, klubový business. Ale já už dlouho stále to opakuji, ať se Vám to líbí nebo ne - jste součástí zábavního průmyslu.

Nyní máte úžasnou příležitost posunout Vaši komunikaci se členy a zákazníky o úroveň výš. Zabavte Vaše zákazníky, členy, dodavatele fotkami, videi, prostě hodnotným a zajímavým obsahem. Uspořádejte pro ně soutěž, nechte je vyhrát karton Plzně až se otevře...

Ted' jsi mě dostal. Ty už jsi byl v minulosti v Praze, je to tak?

Ano, a mám na to úžasné vzpomínky.

Chystáš se k nám v dohledné době? Rádi bychom využili Tvé zkušenosti.

Rád bych. Trávím každé léto v Evropě. Bohužel na tohle léto to zatím nevypadá.

Víš, jaká je reakce USGA, Asociace majitelů golfových hřišť na současnou situaci? Lobují, aby zůstala hřiště otevřena?

Jsou určité státy, kde hřiště zavřeli a znovu otevřeli, například Illinois. Jsou státy, kde se snaží prokázat, že golf je sport na čerstvém vzduchu, může se hrát ve dvou, hráči jsou od sebe daleko. Z jiného úhlu - máme klienta v mé online networkingové skupině, a ten otevřel dva dny před uzavřením hřišť a během dvou dnů prodával členství a vouchery na budoucí hru a vygeneroval při online prodeji tržbu 18 tis. USD během 48 hodin. To, že jsou hřiště uzavřená, neznamená, že nemůžete prodávat členství, turnaje a další služby na září či říjen. Prodávat zlevněné fee v balíčcích například za cenu 10 fee nabídnout 14 fee. Zcela jistě je možné prodávat členství. Každý klub má určité malou skupinku velice bohatých členů, kteří mohou klub také v těchto časech podporovat. Vhodně zvolený a odkomunikovaný prodej životního členství může přinést do pokladny 30 - 40 tis. EUR. A to už je částka, která Vám může pomoci přežít tyto těžké časy.

Prostě musíme být kreativní a aktivní. Odlišovat se od těch, kteří nic nedělají a pouze sedí a čekají až se to přezene. Vnímáš to stejně?

Ano. Já sám jsem připravil nový program, který se začne promovat právě v těchto dnech. Jmenuje se "Corona Virus sebeobranný manuál." Klíčovým prvkem toho programu, je rada, aby na sebe vzal

golfový klub roli prostředníka v místní komunitě podnikatelů. Aby se stal platformou, na které mohou podnikatelé spolu komunikovat a pomáhat si navzájem obnovit své podnikání.

To je určitě důležité poslání. Jsem v kontaktu s jedním z hřišť a to nabídlo svým členům, že mohou využít klub jako komunikační platformu, aby si mohli vzájemně v této době pomoci, předat si informace a sdílet svoje zkušenosti. Z mého pohledu nyní kluby také zjistí, jak loajální jsou jejich členové. Jestli se o ně v minulosti dobře staraly a oni jim to nyní vrátí a pomohu jim nastartovat vše zpět.

To je dobrý začátek. Nyní však musí být všichni ještě více proaktivní. Celý život slýchám z každého klubu, že golf je dobrý pro business. Tak teď si to můžeme vyzkoušet v praxi. Co kluby v reálu dělají proto, aby podpořili místní podnikatelskou komunitu, jak rozvíjejí networking mezi podnikateli? Většinou vás maximálně pozdraví, pošlou vás na hřiště a hrajte si s kým chcete! Program, na kterém já pracuji, má za cíl dát dohromady dílky celého tohoto networkingového puzzle. V tom bude klub ústředním bodem a platformou pro networking pro celou místní komunitu. Tohle může být velice mocný nástroj pro všechny v budoucnu.

Andrew, děkuji ti za tvůj čas, odpovědi a cenné informace. Doufám, že se brzy uvidíme v Čechách.

Děkuji za pozvání a pěkný den.

Hostem Golf Business Interviews byl:

Andrew Wood

Legenda golfového a destinačního marketingu

Autor 11ti knih o golfovém marketingu

Majitel společnosti Legendary Marketing, která spolupracuje se třemi tisícovkami hřišť a resortů ve dvaceti třech zemích světa



Za rozhovor děkuje:

Jirka Novosad

Business Director of GolferIS.cz s.r.o. & TCM.golf s.r.o.

