
Onderzoek en analyse naar optimale inhoud en waarde van golfidmaatschappen

Webinar, 8 juni 2022

Agenda



1. Introductie en kansen optimalisatie lidmaatschappen
2. Opzet van het onderzoek en analyse
3. Effecten van optimalisatie lidmaatschappen
4. Praktische zaken en planning
5. Ruimte voor vragen

Introductierondje



1. Wat is je naam en rol binnen de golfclub?



2. Waarom overweeg je mee te doen aan het onderzoek, wat is het doel van de golfclub?



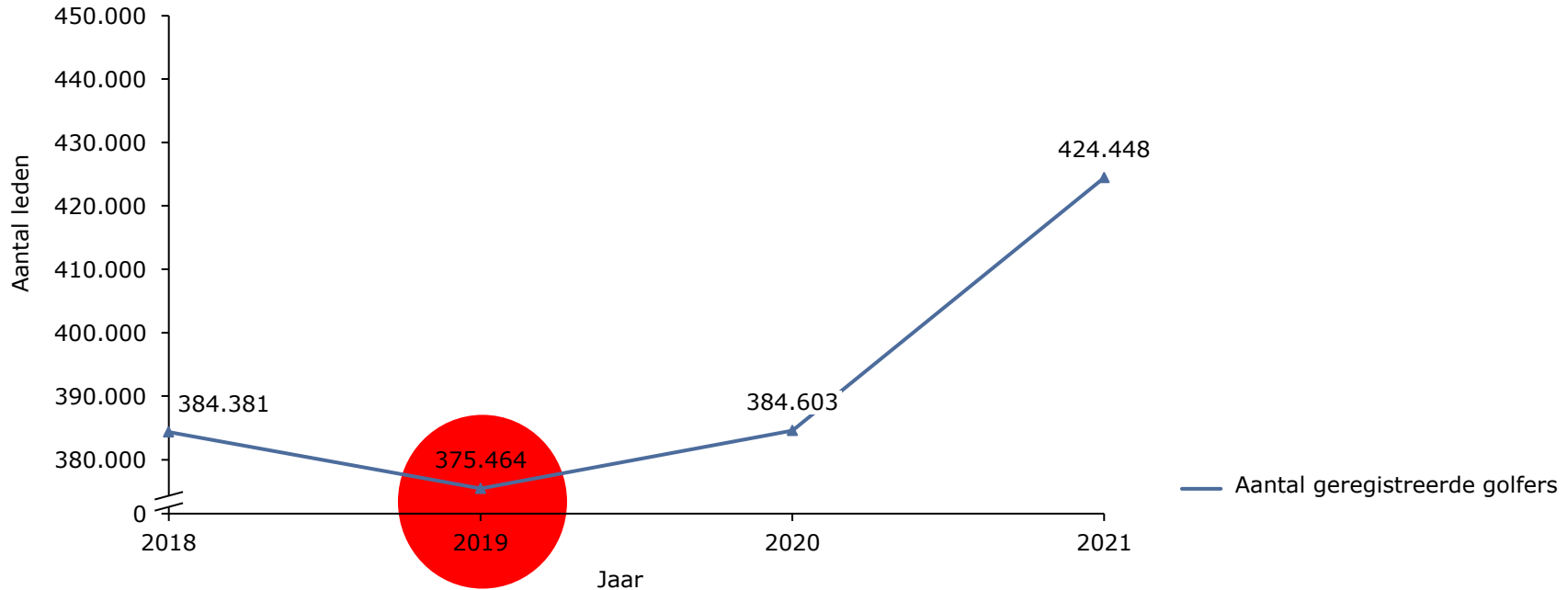
3. Wat zijn je belangrijkste vragen en/of twijfels om mee te doen met het onderzoek?

De afgelopen twee jaar is golf sterk gegroeid, maar hoe gaat het straks verder?



LANDELIJKE ONTWIKKELING VAN AANTAL LEDEN OVER TIJD

Voor alle Nederlandse golfclubs op 31 december voor de jaren 2019 – 2021, volgens NGF data

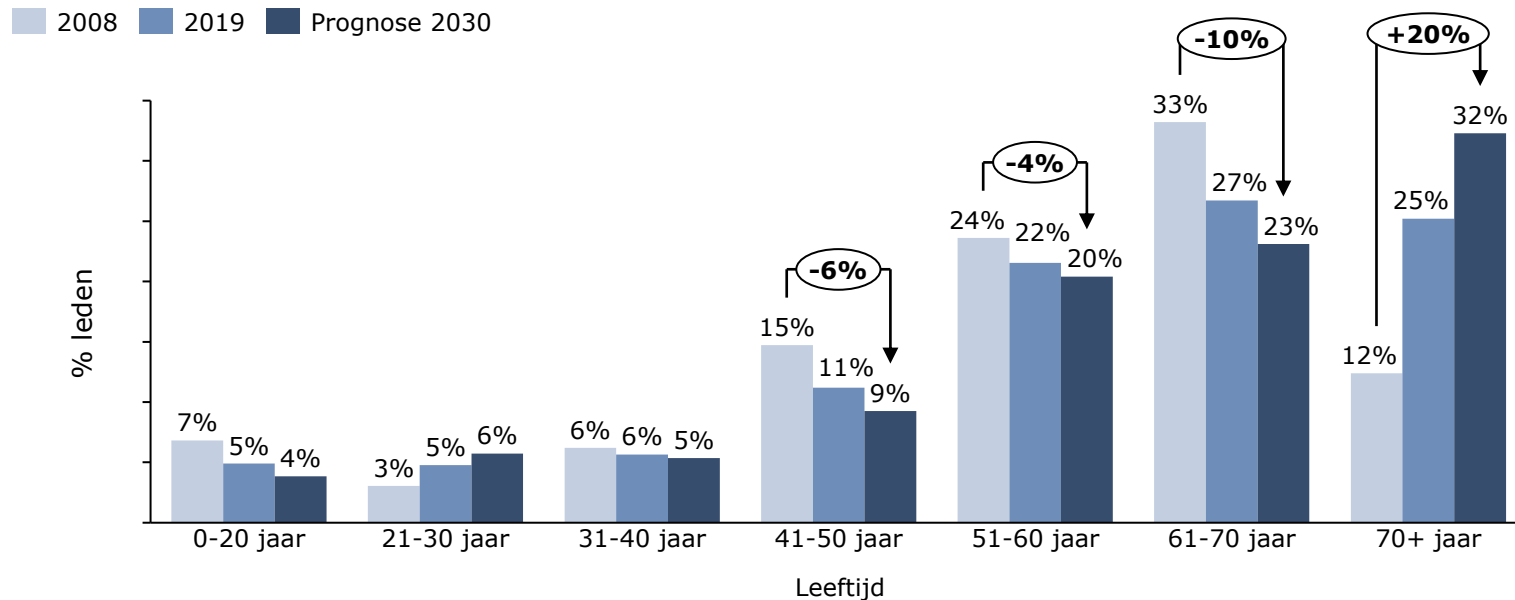


Golfclubs zijn onvoldoende in staat jongere golfers zonder homecourse aan te trekken



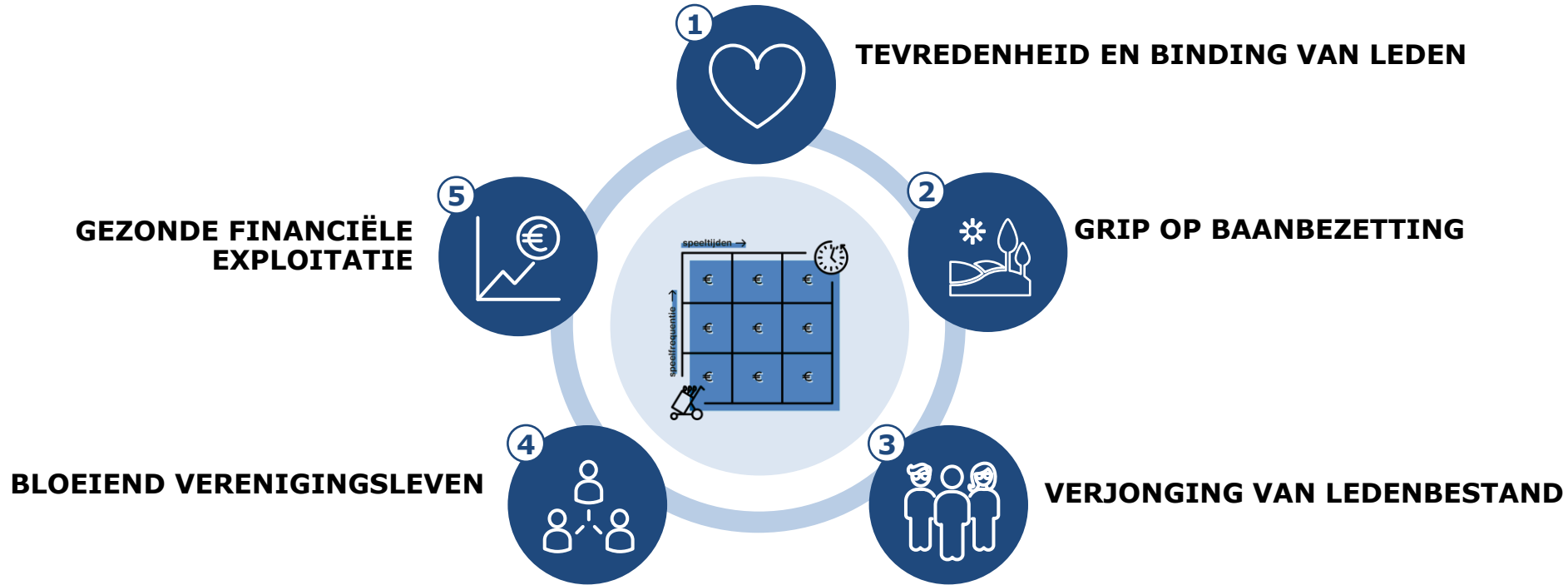
VERDELING VAN LEEFTIJDPROFIEL LEDEN MET HOMECOURSE

In 2008 en 2019 en prognose 2030 – enkel op basis van leden met homecourse



Prognose voor 2030 is gebaseerd op de trend van 2008 tot 2019

Onderzoek en analyse 2020: Lidmaatschapsdifferentiatie biedt de golfclubs vijf kansen voor gezonde groei



Vijf redenen om mee te doen met het onderzoek naar productoptimalisatie, juist nu!



1. Waardevolle inzichten op alle dimensies van lidmaatschappen, tevredenheid van leden en gezonde groei van de golfclub.



2. Kwantitatieve resultaten, die je helpen je lidmaatschapsaanbod te optimaliseren of een factbased beslissing te maken om niets te veranderen.



3. Met de meewind van afgelopen 2 jaar is nu de ruimte om na te denken over toekomst en mogelijk veranderingen door te voeren op korte of langere termijn



4. Ontzorging van de golfclub; opzet onderzoek, versturen onderzoek, analyse resultaten en communicatiemiddelen naar leden voor deelname aan het onderzoek worden geregeld



5. 'Nu of nooit': Dit type onderzoek is alleen collectief te organiseren vanuit data en kosten

Data analytics en Artificial Intelligence is core business MIcompany

TELECOM & MEDIA							
(R)ETAIL							
TRAVEL & TRANSPORTATION							
BANKING							
INSURANCE				 			
PURPOSE		  		 			
SPORT	 KONINKLIJKE NEDERLANDSE GOLF FEDERATIE				 IN THE VOLVO OCEAN RACE		

Agenda



1. Introductie en kansen optimalisatie lidmaatschappen

2. Opzet van het onderzoek en analyse

3. Effecten van optimalisatie lidmaatschappen

4. Praktische zaken en planning

5. Ruimte voor vragen

In 2020 grootschalig marktonderzoek uitgevoerd om inzicht te krijgen in golfbehoefte op landelijk en clubniveau



Deelname

van 32 golfclubs met een homecourse, 4 clubs zonder homecourse en Stichting Golfsport



150.000 golfers

hebben een uitnodiging voor het onderzoek ontvangen



14.269 golfers

hebben het onderzoek ingevuld, verdeeld over 61% leden met homecourse en 39% leden zonder homecourse

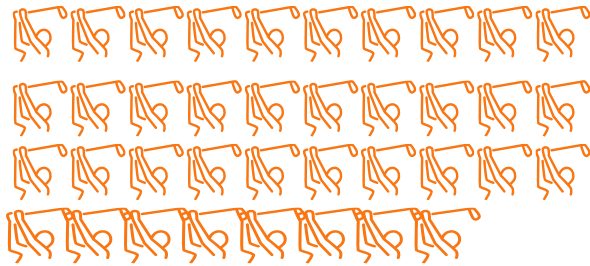


11% tot 40%

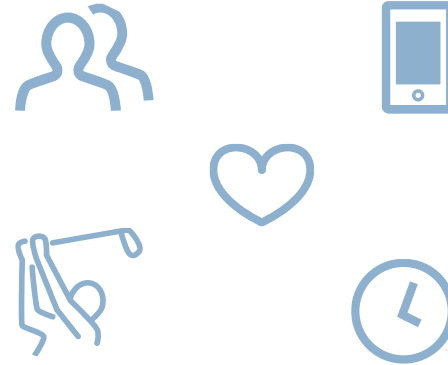
respons bij deelnemende clubs

De primaire vraag is hoe we lidmaatschappen beter laten aansluiten op de behoeften van golfers

425.000 geregistreerde golfers



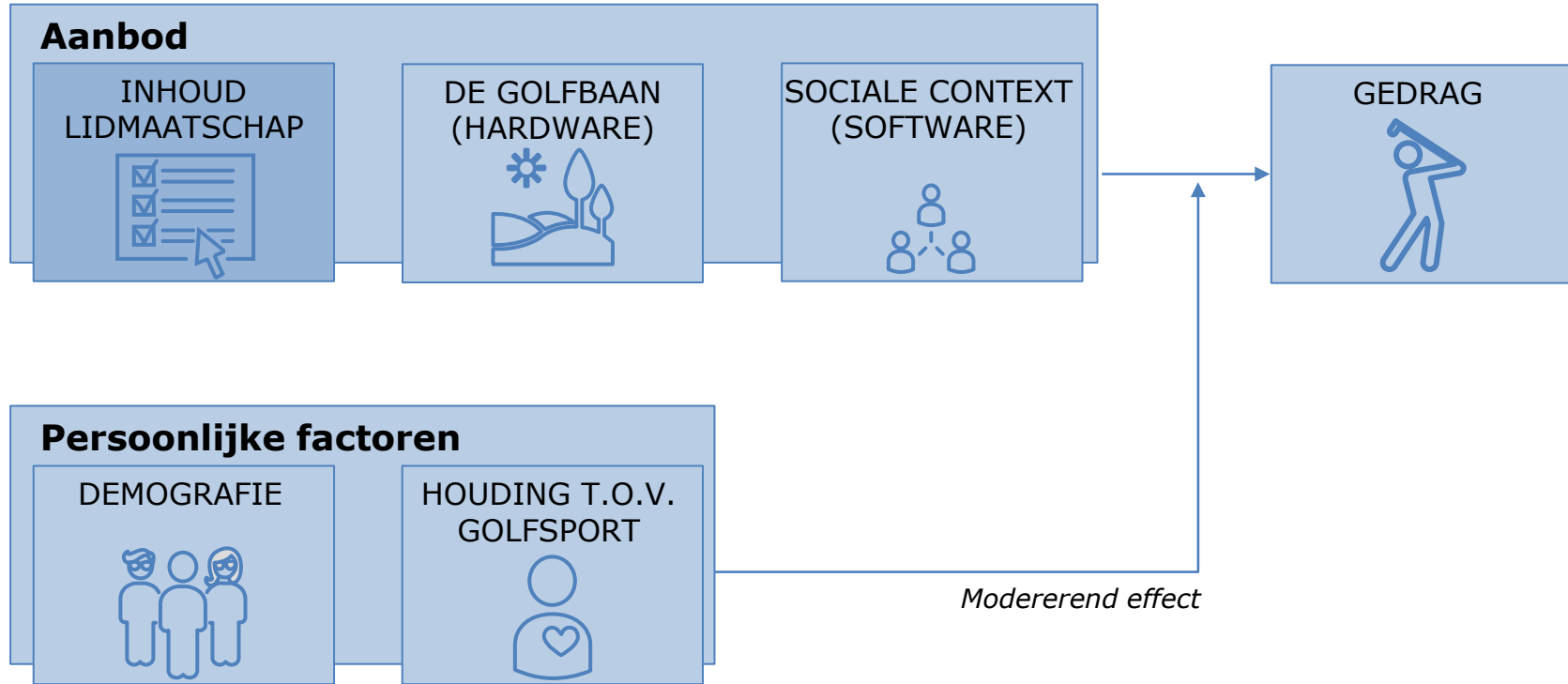
Verschillende behoeften



Hoe differentiëren we lidmaatschappen om beter te laten aansluiten op behoeften van golfers?

Wat is de optimale samenstelling van lidmaatschappen voor een gezonde golfmarkt op de lange termijn?

Naast de inhoud van het lidmaatschap spelen andere factoren een rol in het daadwerkelijke gedrag van de golfer



We hebben de belangrijkste mogelijke dimensies van de inhoud van een lidmaatschap in kaart gebracht



1. Op welke manier kan ik golfen?



- Speelrecht: aantal rondes in het lidmaatschap
- Lessen en oefenfaciliteiten
- Deelname aan activiteiten en wedstrijden

2. Wanneer kan ik golfen?



- Dagen & tijden om te spelen
- Reserveren starttijden



3. Waar kan ik golfen?

- Eén of meerdere banen



4. Welke additionele voordelen krijg ik?

- Privileges en korting



5. Wat is de prijs van het lidmaatschap?

- Prijs

Onderzoek naar nieuwe lidmaatschappen vraagt om specifieke onderzoeksmethodiek



Zou je het volgende lidmaatschap kiezen?

- Golfbaan Luxerheide
- 18 holes
- 25 keer per jaar spelen
- Deelname aan 10 groepslessen
- € 100 per maand



Mensen kunnen wel goed een voorkeur aangeven tussen een beperkt aantal opties, dit is de conjoint methodiek



Als dit de enige opties zijn, welke zou u kiezen? *Daar waar een eigenschap per optie gelijk is, is deze tekst voor uw leesgemak grijs gemaakt.*

(1 van de 8)

📘 Speelrecht: aantal rondes in het lidmaatschap	onbeperkt hele jaar	80 rondes (hele jaar)	onbeperkt oktober - februari
<i>Dagen/tijden om te spelen</i>	<i>doordeweekse dagen voor 16.00 uur</i>	<i>doordeweekse dagen voor 16.00 uur</i>	<i>doordeweekse dagen voor 16.00 uur</i>
<i>Lessen (per jaar)</i>	<i>5 groepslessen inclusief</i>	<i>5 groepslessen inclusief</i>	<i>5 groepslessen inclusief</i>
📘 Sociale en 📘 sportieve activiteiten	geen toegang tot clubactiviteiten	toegang tot clubactiviteiten en inclusief deelname NGF competitie	toegang tot sociale en sportieve clubactiviteiten
Reserveren starttijden	starttijdreservering is niet mogelijk	starttijdreservering is wel mogelijk	starttijdreservering is wel mogelijk
<i>Korting en privileges</i>	📘 brons	📘 brons	📘 brons
Greenfee korting	10% korting op banen in de regio	geen korting, volledige greenfee op andere banen	20% korting op banen in heel Nederland
Prijs per jaar	€1.555	€1.655	€890
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Daarmee wordt de online vragenlijst uit drie delen opgebouwd

1. Achtergrondvragen

How satisfied were you with the following:

Very Unsatisfied Unsatisfied Satisfied Very Satisfied Can't say

The way your call was answered	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
The speed your call was answered	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The answer to your query	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accuracy of the given information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Belang aspecten lidmaatschap



3. Keuzetaken type lidmaatschappen

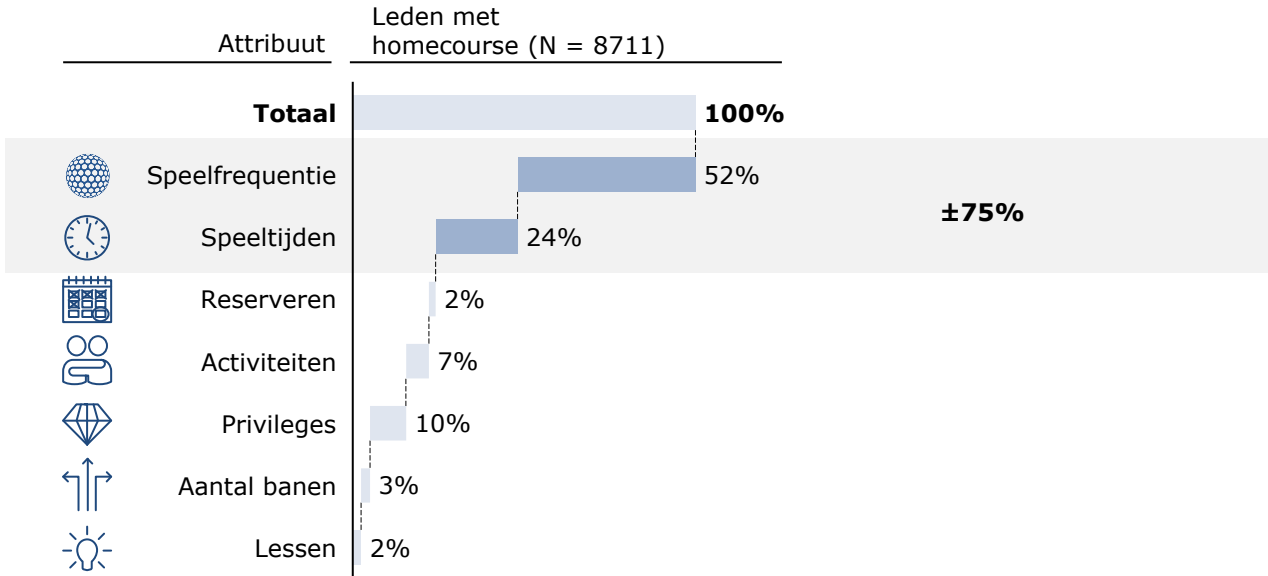
Stel u kunt kiezen uit de volgende opties. Welke optie kiest u?

25 rondes hele jaar doordeweeks na 16 u oefenfaciliteiten Incl. 25 activiteiten Geen 10% korting flight exclusiviteit € 105 p/m	10 rondes alleen zomer doordeweeks tot 16 u driving range onbeperkt twee weken te voren banen vouchers gratis ballen op D. R. € 90 p/m	Onbeperkt alleen winter alle dagen en tijden D.R. en 25 lessen geen een week te voren Introducee vouchers gebruik karren €95 p/m
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Allereerst toont het onderzoek het belang van de verschillende componenten: speelfrequentie en speeltijden dominant



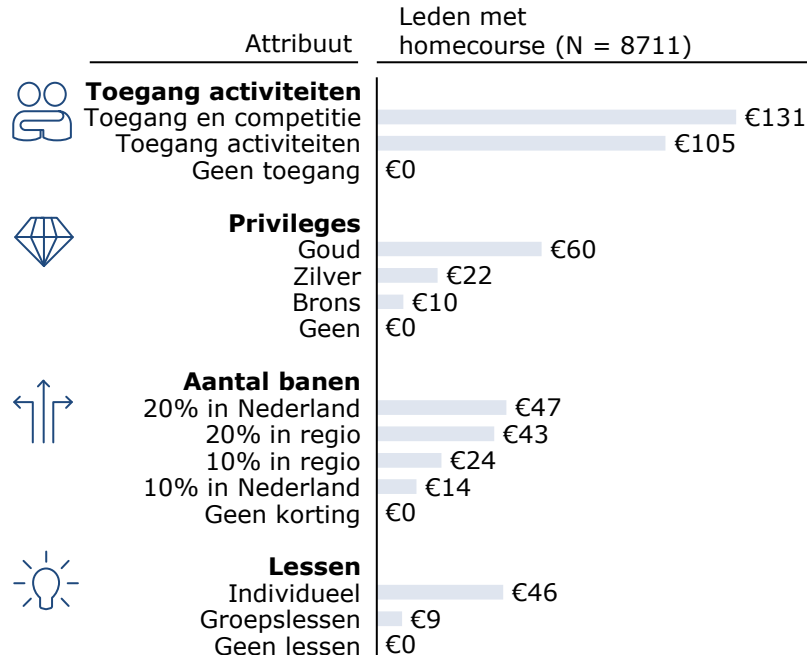
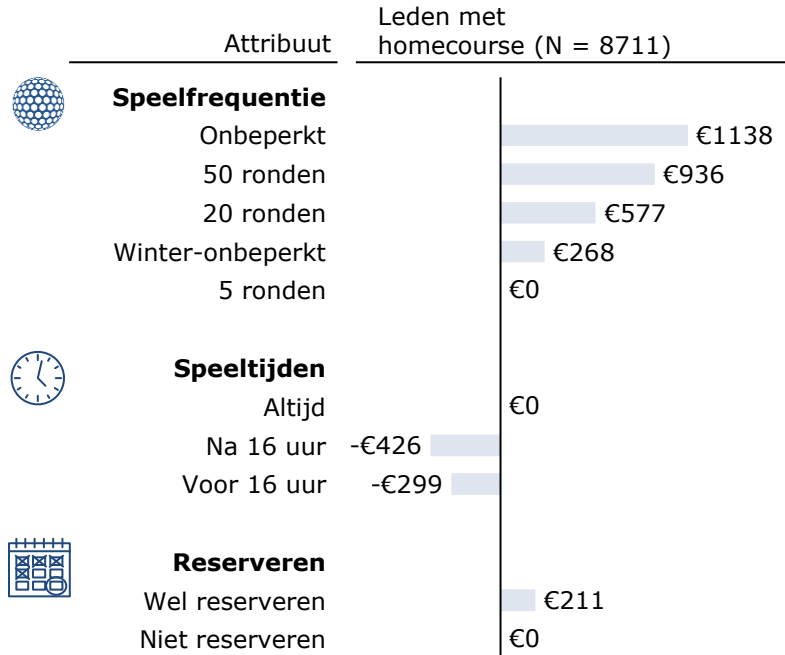
BELANGSCORES OP BASIS VAN UTILITEITEN CONJUNCT



De (meer) waarde van de verschillende componenten afzonderlijk wordt inzichtelijk: de willingness to pay



WILLINGNESS TO PAY VOOR COMPONENTEN LIDMAATSCHAP



Door optimalisatie ontstaan lidmaatschapstarieven die aansluiten bij de verschillende doelgroepen



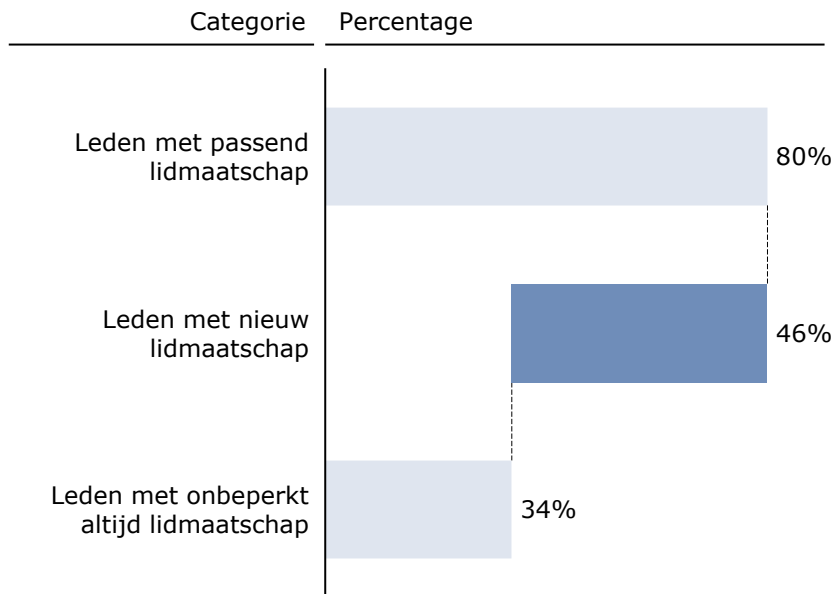
SPEELTIJDEN SPEEL- FREQUENTIE	ALTIJD	VOOR 16 UUR	NA 16 UUR + weekend	ADDITIONELE KEUZES	
				Inclusief	Exclusief
5 RONDEN <ul style="list-style-type: none"> • Equivalent aan 8x 9-holes • Alleen voor nieuwe leden 	€...	€...	€...	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Privileges: brons ▪ Activiteiten ▪ Reserveren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competitie ▪ Lessen ▪ Privileges ▪ Spelen op meer banen
20 RONDEN	€...	€...	€...	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Privileges: brons ▪ Activiteiten ▪ Reserveren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competitie ▪ Lessen ▪ Privileges ▪ Spelen op meer banen
50 RONDEN	€...	€...	€...	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Privileges: brons ▪ Activiteiten ▪ Reserveren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competitie ▪ Lessen ▪ Privileges ▪ Spelen op meer banen
ONBEPERKT	€...	€...	€...	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Privileges: brons ▪ Activiteiten ▪ Reserveren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competitie ▪ Lessen ▪ Privileges ▪ Spelen op meer banen
FUNDAMENT	Golfclubbeleving: mooie baan, je welkom voelen, gezellig sfeer				

46% van de leden met homecourse kiest een passender lidmaatschap bij introductie van nieuwe propositie



MIGRATIES DOOR NIEUW LIDMAATSCHAPSMODEL

Landelijk – enkel op basis van leden met homecourse met onbeperkt speelrecht (N = 6740)



TOELICHTING

- Voor leden met homecourse is bepaald welk deel het bestaande lidmaatschap (onbeperkt altijd) zou kiezen, en welk deel een van de nieuwe lidmaatschapsvormen zou kiezen.

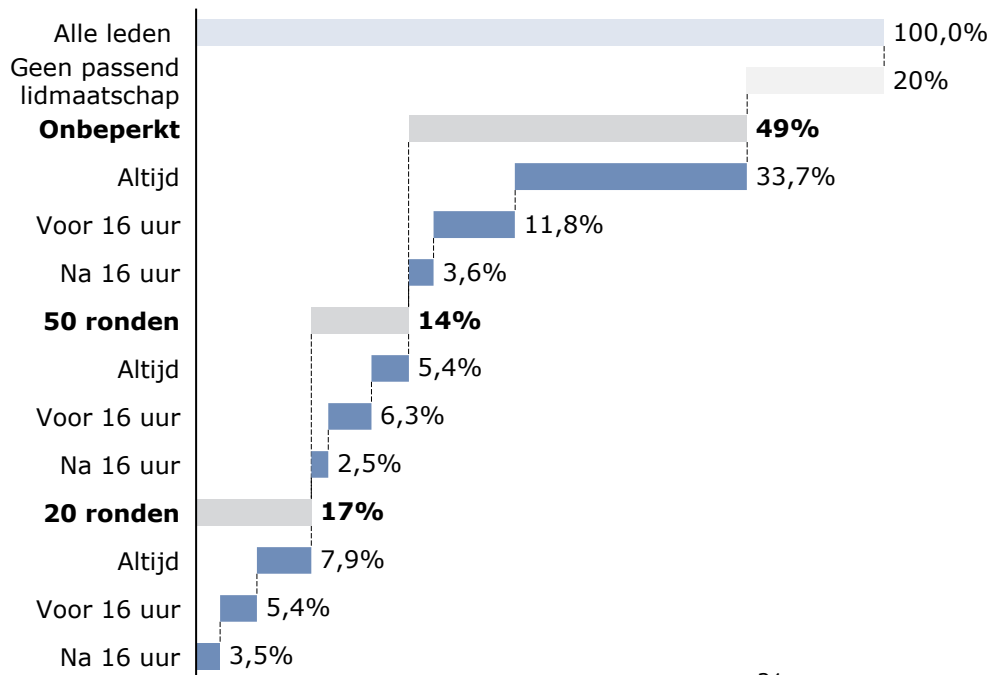
Gedifferentieerd lidmaatschap biedt bestaande leden met homecourse de gewenste keuzes passend bij hun speelgedrag en behoeften



DOORREKENING GEDIFFERENTIEERD LIDMAATSCHAP OP SPEELGEDRAG

Landelijk – op basis van leden met homecourse met onbeperkt speelrecht, o.b.v. conjunct nutscores

Gekozen lidmaatschap Percentage leden met homecourse (N = 6740)

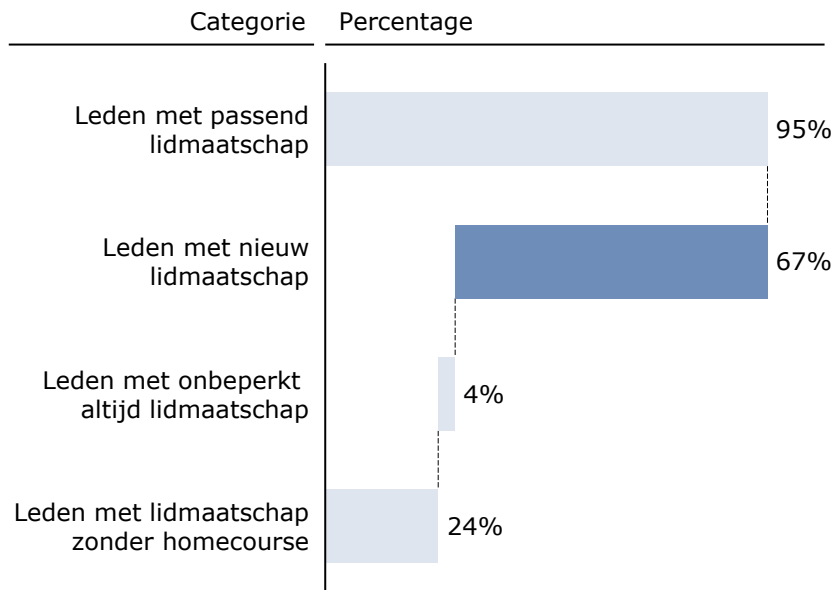


Nieuwe propositie biedt voor 67% van de leden zonder homecourse een aansprekend clublidmaatschap



MIGRATIES DOOR NIEUW LIDMAATSCHAPSMODEL

Landelijk – enkel op basis van leden zonder homecourse (N = 5558)



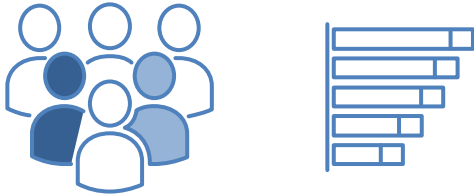
TOELICHTING

- Voor leden zonder homecourse is bepaald welk deel een passend lidmaatschap heeft in de huidige situatie en in de nieuwe situatie na differentiatie.

Met de onderzoeksuitkomsten ontwikkelen we voor iedere deelnemende club een specifieke rapportage

1

**Kwantitatieve inzichten
in behoeften van golfers**



2

**Nieuwe lidmaatschapsvormen
passend bij ledenbestand van de club**



3

**Effecten nieuwe lidmaatschaps-
structuur op ledenaantal en inkomsten**



4

**Unieke databron voor beleid van
je club voor nu en in de toekomst**



Agenda



1. Introductie en kansen optimalisatie lidmaatschappen
2. Opzet van het onderzoek en analyse
- 3. Effecten van optimalisatie lidmaatschappen**
4. Praktische zaken en planning
5. Ruimte voor vragen

Analyse uitgevoerd in samenwerking met 4 clubs die in 2021 differentiatie hebben doorgevoerd



Lidmaatschapsdifferentiatie leidt tot hogere lidmaatschapsinkomsten, meer leden en een verjonging van het ledenbestand



De lidmaatschapsinkomsten van gedifferentieerde clubs zijn gemiddeld een factor 2.3 harder gestegen t.o.v. referentieclubs



Het ledenbestand van gedifferentieerde clubs is met factor 2 harder gestegen t.o.v. referentieclubs in 2021



Lidmaatschapsdifferentiatie heeft geleid tot een sterke verjonging van het ledenbestand



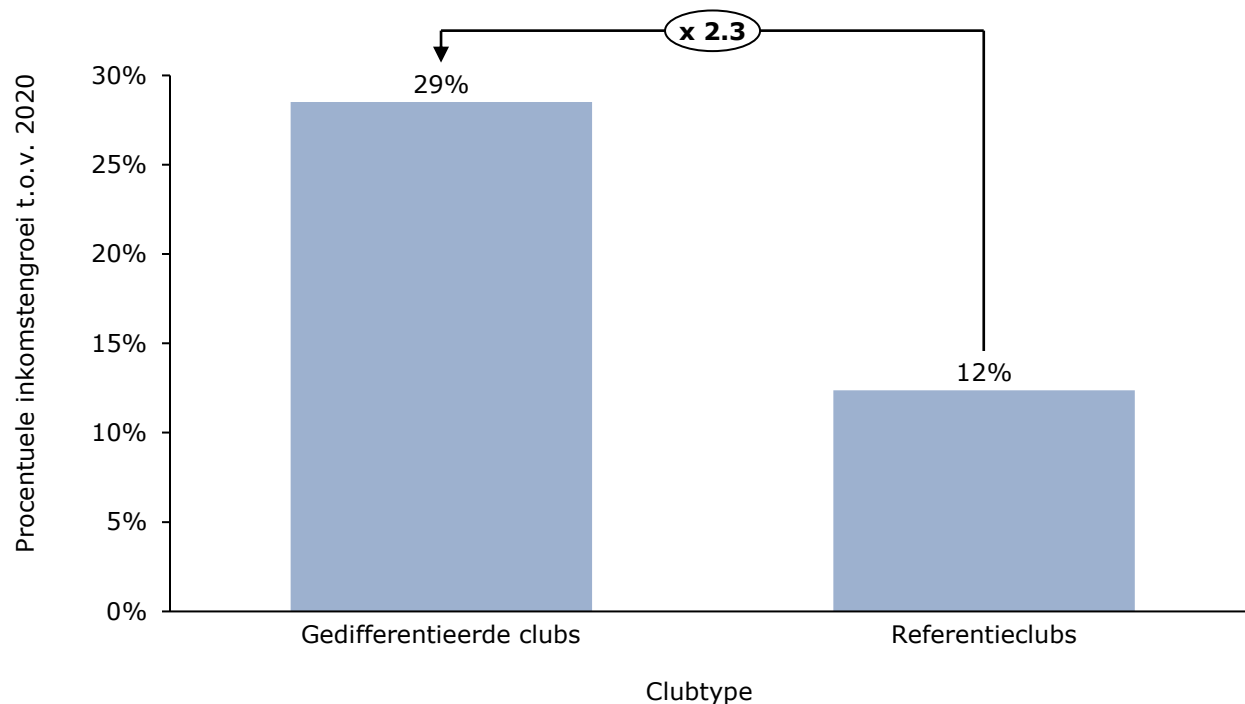
De juiste prijs- en portfolio differentiatie leidt tot groei in leden en inkomsten en voorkomt kannibalisatie

De lidmaatschapsinkomsten van gedifferentieerde clubs zijn gemiddeld met een factor 2.3 harder gestegen t.o.v. referentieclubs



ONTWIKKELING VAN LIDMAATSCHAPSINKOMSTEN IN 2021

Clubs met lidmaatschapsdifferentiatie vs referentieclubs eind 2021 t.o.v. 2020

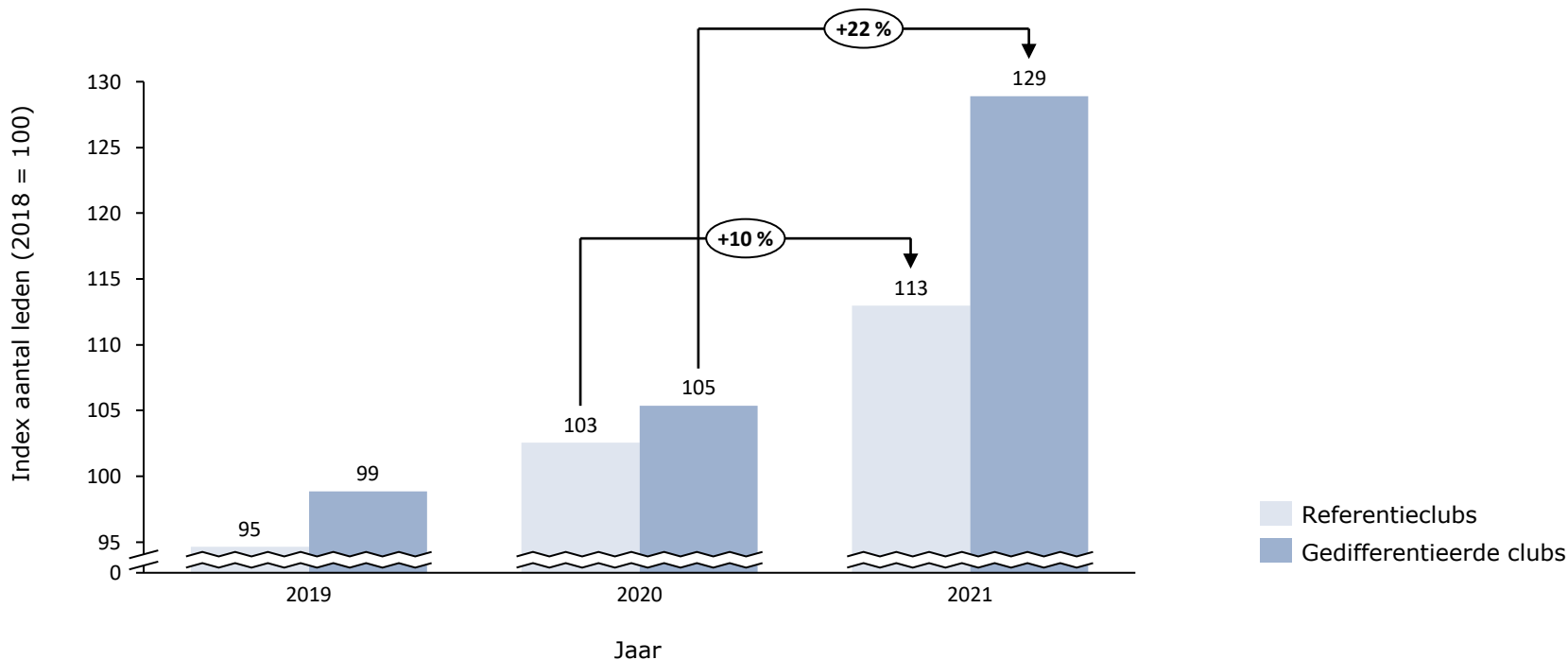


Het ledenbestand van gedifferentieerde clubs is met 22% gestegen in 2021, tegenover 10% voor referentieclubs



ONTWIKKELING VAN AANTAL LEDEN OVER TIJD

Clubs met lidmaatschapsdifferentiatie vs referentieclubs op 31 december elk jaar, volgens NGF data

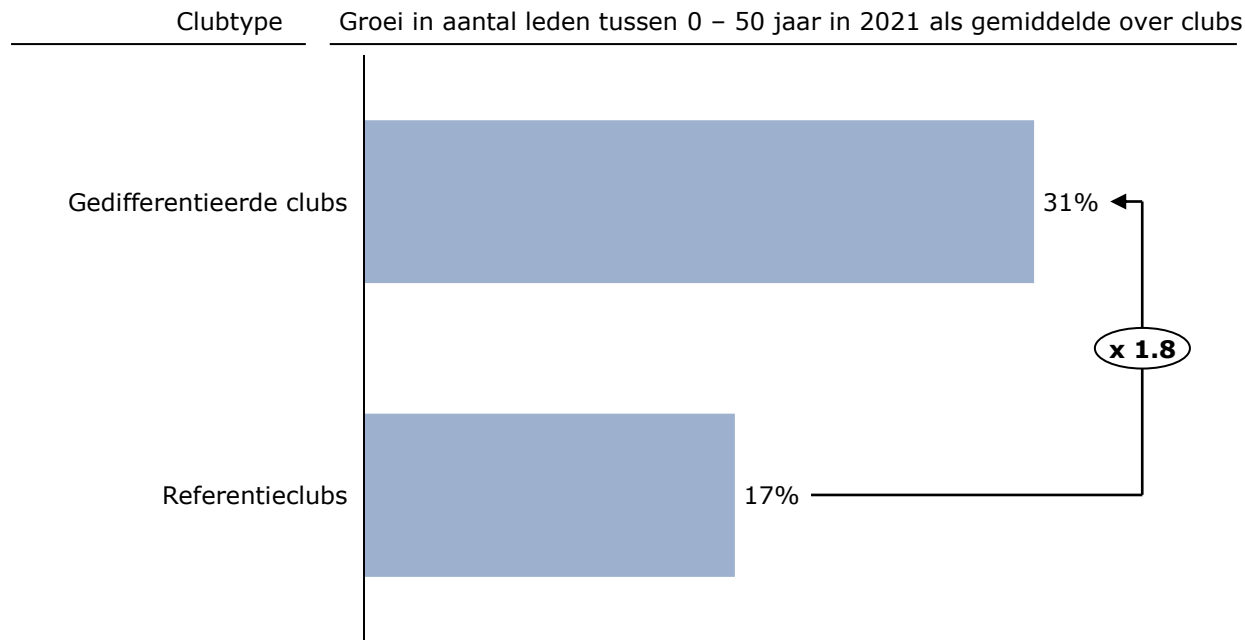


Lidmaatschapsdifferentiatie heeft tot een sterkere verjonging geleid, met bijna dubbel zo harde groei van het aantal leden tussen 0-50 jaar



ONTWIKKELINGSPROFIEL OP LEEFTIJD VAN LEDEN

Clubs met lidmaatschapsdifferentiatie vs referentieclubs in 2021, volgens NGF data

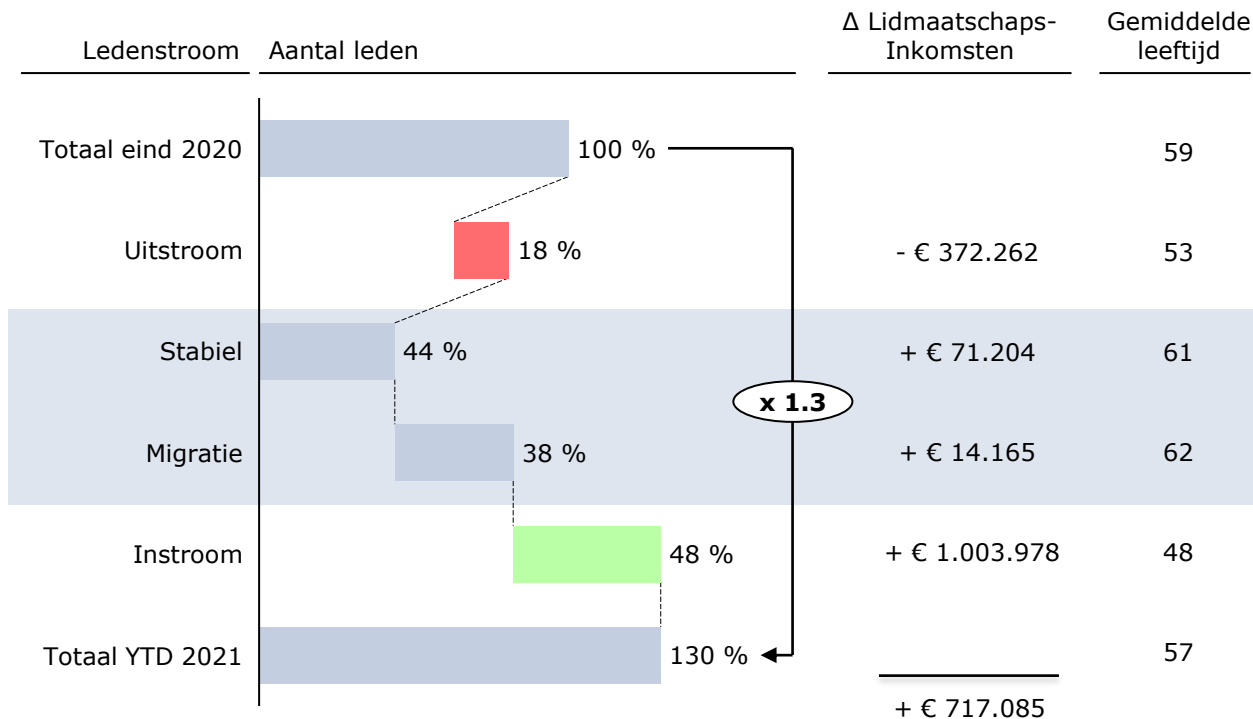


De juiste prijs- en portfolio differentiatie leidt tot groei in leden en inkomsten en voorkomt kannibalisatie



ONTWIKKELING VAN HET LEDENBESTAND MET SPEELRECHT IN 2021

Eind 2021 t.o.v. eind 2020 voor gedifferentieerde clubs



Agenda



1. Introductie en kansen optimalisatie lidmaatschappen
2. Opzet van het onderzoek en analyse
3. Effecten van optimalisatie lidmaatschappen
- 4. Praktische zaken en planning**
5. Ruimte voor vragen

Planning voor uitvoering van het onderzoek en de analyse



STAP

STAP 1. Redesign onderzoek

Belangrijkste deliverables

- Aangescherpte onderzoeksopzet met learnings van de eerste ronde van het onderzoek en gewenste innovaties.

STAP 2. Deelname golfclubs en voorbereiding onderzoek

- Aanmelding van golfclubs die deelnemen aan het onderzoek.
- Geprogrammeerd en getest onderzoek.
- Database voor onderzoek met leden **en** golfers zonder homecourse

STAP 3. Uitvoeren markt-onderzoek

- Kwantitatief online onderzoek/ 'veldwerk'.
- Analysedatabase met uitkomsten op basis van nieuwe onderzoeksopzet, die koppelbaar is met bestaande analyse database.

STAP 4. Analyse en modellering

- Belang van onderdelen binnen lidmaatschap
- Optimalisatie van verschillende type lidmaatschappen
- Overstap effecten van nieuwe lidmaatschappen

STAP 5. Rapportage

- Landelijke rapportage o.b.v. deelnemende clubs gezamenlijk
- Rapportage per club met club specifieke uitkomsten

Planning/doorlooptijd

- Half juni – half juli
- Half mei – half juli
- Sept – half okt
- Half okt – half nov
- Half nov – half dec

Praktische zaken



Kosten:

- € 2.500 voor golfclubs met 18 holes of meer
- € 1.500 voor golfclubs met 9 holes

Aanmelden:

- Uiterlijk 15 juni

Vorbereiding vanuit de golfclub (na 15 juni):

- Format met bestaande lidmaatschappen
- Ondertekening standaard verwerkersovereenkomst
- Goedkeuring op bestand vanuit NGF database voor deelname aan onderzoek
- Communicatie naar leden

Contactpersoon NGF:

Floris van Imhoff

Tel. 06 5112 3546

E-mail: floris.vanimhoff@ngf.nl

Agenda



1. Introductie en kansen optimalisatie lidmaatschappen
2. Opzet van het onderzoek en analyse
3. Effecten van optimalisatie lidmaatschappen
4. Praktische zaken en planning

5. Ruimte voor vragen

Ruimte voor vragen

