

Fjällbacka



Golfklubb

Verksamhetsplan

2025

1. Nuläge
1.1 Organisation
1.2 Marknad och konkurrenter
1.3 Ekonomi
1.4 Målgrupper
1.5 Produktbeskrivning.....
1.6 Marknadsföring idag
1.7 SWOT-analys
2. Visionen, affärsidé och strategiska mål
2.1 Vision
2.2 Affärsidé
2.3 Strategiska Mål
3. Kommunikationsplan
3.1 Budskap
3.2 Strategi.....
3.3 Tidpunkt
3.4 Kostnad.....
3.5 Kontroll av effekten.....
4. Aktivitetsplan
4.1 Banan.....
4.2 Personal
4.3 Tidsbokningssystem/Regler
4.4 Medlem.....
4.5 Medlemsrekrytering.....
4.6 Greenfeegäst
4.7 Hotell
4.8 Ekonomi
4.9 Sponsring.....
4.10 Fastigheter
4.11 Idrott/Tävlingar.....
4.12 Marknadsföring
5. Uppföljning
5.1 Personal
5.2 Medlem.....
5.3 Greenfeegäst

Bilaga: Riktlinjer för kommittéernas arbete

1. Nuläge

1.1 Organisation

Fjällbacka golfbana är en naturskön bana som ligger vid Anrås älvens mynning ut i havet. Golfbanan, med tillhörande mark, ägs av AB Fjällbacka Golfbana där Fjällbacka Golfklubb, som är en ideell förening, har majoritet. Aktiebolaget äger klubbhus, omklädningsrum, verkstad, maskinhall samt maskinpark.

Fjällbacka Golfklubb består idag av ca 1200 medlemmar.

Definition: i verksamhetsplanen benämns AB Fjällbacka Golfbana och Fjällbacka Golfklubb med det gemensamma begreppet Golfklubben. Om något annat åsyftas uttrycks hela namnet på ovanstående.

Det är idag 6 st. heltidsanställda i AB Fjällbacka Golfbana - 4 st på banan och 2 st på kansliet. Under sommaren anställs extra personal både i reception och på banan.

Restaurangen drivs av entreprenör.

Till stor del är klubben uppbyggd på ideellt arbete. Styrelse, kommittéer och funktionärer, som är medlemmar i Golfklubben, utför alla arbete i princip utan ersättning.

1.2 Marknad och konkurrenter

Sommarhalvåret är den tid då de flesta av våra medlemmar spelar golf. Högsäsongen varar från början av juli t.o.m. augusti med högpunkten under de sista veckorna i juli och början av augusti.

Under denna tid finns det ändå gott om utrymme för både medlemmar och gäster. Under lågsäsong är det mindre beläggning på vardagar och större tryck på helger.

De finns totalt 19 golfklubbar inom Bohusläns-Dals Golfförbund, BDGF. Inom BDGF bör de kringliggande golfklubbarna anses som våra främsta konkurrenter såsom Mjölkeröd, Torreby, Strömstad, Sotenäs och Dynekilen.

1.3 Ekonomi

Golfklubbens ekonomi är balanserad. Det finns inga medlemslån i klubben. De senaste åren har antalet inträden och utträden av medlemmar varit ungefär lika stort.

Tidigare investeringar har gjorts genom att sälja av tomter från aktiebolagets mark. Ytterligare mark finns att bearbeta, men det är oklart i vilken utsträckning denna mark går att exploatera. Om man framöver kommer fram till att det finns möjlighet till exploatering måste man beakta att det tar lång tid att genomföra exploateringen. Hänsyn måste då tas till den rådande marknadssituation (dvs möjligheten att kunna sälja tomter) och därmed den finansiella risk som finns med exploateringen.

Antalet gästande spelare ligger runt 7000 st per år

1.4 Målgrupper

Fjällbacka GK:s målgrupper kan delas upp i tre kategorier: Övergripande indelning av golfare, Generell kategorisering av golfspelare och Målgrupper utifrån Fjällbacka GK:s perspektiv.

1.4.1 Kategori 1 – Övergripande indelning av golfare

Målgrupp	Beskrivning
Motionsgolfare	Spelar för att förbättra sin golf med samtidigt intresse för motion och socialt umgänge
Tävlingsgolfare	Tävlrar och tränar kontinuerligt och försöker förbättra sin golf.

1.4.2 Kategori 2 – Generell kategorisering av golfspelare

Målgrupp	Beskrivning
Junior	0-21 år
Dam	22-65 år
Herr	22-65 år
Senior	65 år och uppåt

1.4.3 Kategori 3 – Målgrupper utifrån FJGK:s perspektiv

Medlemmar – Deltidsboende	Medlemmar – Åretruntboende	Greenfeegäster	Potentiella medlemmar	Sponsorer/ Företag
Har hus i trakten och utnyttjar banan framförallt på högsäsong och helger.	Bor i regionen året runt och har möjlighet att utnyttja banan även lågsäsong.	Gästar anläggningen och erlägger avgift för att spela på banan. Får sina tider genom internet eller per telefon, alt. genom att boka golfpaket genom hotellen.	<u>Icke Golfare:</u> Anser ofta att golf är en dyr sport och tröskeln är stor för att testa på. <u>Golfare:</u> Deltidsboende anser ofta att de inte spelar tillräckligt många rundor för att medlemskapet ska gå runt. Väljer då att bara vara medlem i "stadsklubben" alt. i en "greenfee-klubb". Åretruntboende är med i en annan klubb alt. "greenfee-klubb".	Företag som väljer att visa upp sig på klubben antingen via företagsgolf eller annonsering. Ofta finns en relation till klubben hos företaget.

1.5 Medlemsformer

Medlemskapet har tre former:

- Helårsmedlemskap, som ger dig möjlighet att spela året runt.
- Vår/höst-medlemskap
- Helårsmedlemskap för studerande

Greenfee-avgiften varierar under säsongen beroende på helger, hög/lågsäsong samt kan variera även under dagen under högsäsong med lägsta avgift på kvällar.

Sponsorpaketet är utformat så att företag ges möjlighet att visa upp sitt företag på klubben.

1.6 Marknadsföring idag

Marknadsföring för att locka greenfee-gäster har gjorts genom annonsering i diverse medier. Visit Sweden är en marknadsföringskampanj som Fjällbacka Golfklubb deltar i.

Olika "Öppet hus" - aktiviteter anordnas för att locka nya medlemmar till klubben.

Proffstävlingen Cutter & Buck Tour är en annan viktig del i marknadsföringen, som ger en kvalitetsstämpel av banan.

Fjällbacka GK samarbetar med Delsjö Golfklubb, Göteborg och med Kungsbacka GK, vilket innebär att våra medlemmar kan spela för en lägre greenfee och boka starttider enligt samma regler som medlemmarna i dessa klubbar. Det finns även ett motsvarande samarbete mellan klubbarna inom Bohuslän Dals Golfförbund (BDGF).

Fjällbacka GK erbjuder flera olika sponsorpaket för små och stora företag där innehållet har varierande grad av exponering och relationsskapande aktiviteter. Förutom dessa färdiga paket finns det även möjlighet att skraddarsy ett eget sponsorpaket baserat på klubbens olika produkter.

1.7 SWOT-analys

En SWOT-modell används för att sammanfatta nuläget.

Styrka	Svagheter
<ul style="list-style-type: none">- Banan – naturskön med hög kvalité- Kunnig personal - bana, pro, kansli- Restaurang- Faciliteter – läge, möjligheter, standard- Attraktivt turistområde- Bra ekonomi - stora investeringar gjorda- Hög ranking- Lång spelsäsong	<ul style="list-style-type: none">- Träningsmöjligheter- Låg täckning vardagar- Banan har ingen naturlig 9-hålsslinga- Långa rondtider på högsäsong- Åldersstruktur
Möjligheter	Hot
<ul style="list-style-type: none">- Motorvägen nära- Närheten till Norge- Låg täckning vardagar- Lång spelsäsong- Utvecklingspotential i förvärvade markområden	<ul style="list-style-type: none">- Greenfee-klubbar- Kringliggande klubbar- Minskat intresse för golf- Andra idrotter, intressen- Stramare ekonomi hos företag

2. Vision, affärsidé och strategiska mål

2.1 Vision

Fjällbacka Golfklubbs vision är att erbjuda medlemmar och gäster en unik golfupplevelse under hela livet!

Genom bibehållen hög kvalitet på banan och faciliteter samt välkomnande service skall Fjällbacka Golfklubb utgöra en golfanläggning, som man önskar vara medlem i och som man prioriterar att besöka. Målet är att Fjällbacka Golfklubb ska ha en ranking mellan 30-40 av de av de ca 450 klubbar, som finns i Sverige.

2.2 Affärsidé

Golfklubben är en idrottsklubb som värnar om både sina medlemmar och gäster. Alla skall erbjudas den bästa möjliga servicen.

Klubbens gäster är vid erlagd greenfee att betrakta som medlem.

2.3 Strategiska Mål

Klubb

- Golfklubben ska sträva efter hög klubbkänsla och ett klubbliv året runt, med sin höjdpunkt på sommaren.
- Golfklubben ska uppmuntra det ideella arbetet inom klubben.

Banan

- Banan ska hålla hög kvalitet med karaktär av semi-seaside där golfen påminner om linksgolf.
- Banan ska erbjuda hög säkerhet för såväl spelare som personal.
- Banan ska ge en naturupplevelse.
- Banan ska vara en utmaning för såväl motions- som tävlingsgolfaren.

Medlem

- Golfklubben ska verka för en stabil och nöjd medlemsskara med stor efterfrågan av medlemskap.
- Golfklubben ska verka för jämställdhet mellan män och kvinnor och följa jämställdhetsplanen.

Gäst

Golfklubben ska erbjuda en unik golfupplevelse för våra greenfee-gäster.

Ekonomi

- Rörelsens kostnader ska täckas av medlemsavgifter, greenfee-intäkter samt sponsorintäkter. Medlemsintäkterna ska dominera.
- Golfklubben ska sträva efter hög beläggning på såväl högsäsong som lågsäsong.
- AB Fjällbacka Golfbana ska fortsätta att utveckla markområden för anläggningsinvesteringar.

Sponsring

Golfklubben ska vara en attraktiv plats för företag att synas och verka på.

Fastigheter

Golfklubben ska sträva efter hög kvalitet på områdets faciliteter.

Restaurang

Golfklubben ska ha en restaurang som erbjuder mat med hög standard och stor trivsel.

Miljö

Golfklubben ska i alla avseenden arbeta för miljön, arbeta för att behålla och utveckla det erhållna miljödiplomet.

Personal

Golfklubben ska sträva efter att bibehålla en stabil och utbildad personal, som kan möta framtiden.

Idrott

- Golfklubben ska satsa på breddverksamhet hos juniorerna och uppmuntra potentiella spelare till elitsatsning.
- Golfklubben ska genomföra intressanta tävlingar, som uppmuntrar både motionsgolfaren och tävlingsgolfaren.

3. Kommunikationsplan

Ansvarig chef för Golfklubben samordnar kommunikationsfrågorna, vilket omfattar Verksamhetsplanen, material/åtgärder från Marknadskommittén, Golfklubbens hemsida.

3.1 Budskap

Två budskap ska kommuniceras ut:

Affärsidé

Fjällbacka Golfklubb är en golfklubb, som värnar om både sina medlemmar och gäster. Alla ska erbjudas den bästa möjliga servicen. Klubbens gäster anses vid erlagd greenfee som medlem.

Golfbanan

Golfbanan är utmanande och har en karaktär av semi-seaside. Golfen påminner om linksgolf då närheten till havet gör att vinden måste tas med i beräkningen. Nio av hålen spelas längs Anräsälven. Första utslaget slås över älven där den mynnar ut i havet.

3.2 Strategi

Budskapen skall rikta sig mot medlemmarna, potentiella medlemmar, greenfee-gäst samt företag.

Till medlemmarna görs detta genom kontinuerligt informationsflöde via hemsida, mail och nyhetsbrev samt att all personal, styrelse och ansikten utåt kommunicerar ut samma budskap i all kommunikation.

Till greenfee-gästen, företagsgolfaren samt potentiella medlemmen kommuniceras budskapen via annonsering, reklam, hemsida, mässor, mail och sociala medier.

3.3 Tidpunkt

Kommunikationen med medlemmarna ska ske kontinuerligt.
All annonsering och reklamutskick ska göras löpande.

3.4 Kostnad

Kostnad för kommunikation och övrig marknadsföring relateras till beslutad budget.

4. Aktivitetsplan

Ansvarig för aktivitetsplanens genomförande är ansvarig chef på Golfklubben och denne har att fördela arbetet på sig själv, övrig personal, styrelsemedlemmar och övriga ideella.

4.1 Banan

- En långsiktig plan är satt för banan och den ska följas.
- Analysera hur träningsområdena kan utvecklas.

4.2 Personal

- Marshallverksamhet sköts av Golfklubben

4.3 Tidsbokningssystem/Regler

- Medlemmen och gäster får boka 30 dagar innan.
- Hotell som har avtal med Golfklubben har rätt att boka starttid obegränsad tid i förväg.
- Personer som ej dyker upp, utan att avboka, kontaktas av ~~klubben~~ [klubbchefen](#).
- Golfklubben ska arbeta för att få till en bemanning av starters under högsäsong och viktiga helger.

4.4 Medlem

- Medlemmen måste tas om hand så att den inte lämnar Golfklubben för en annan klubb som erbjuder, inte nödvändigtvis lägre avgift, utan bättre förmåner. Fjällbacka GK ska därför kontinuerligt arbeta med att skapa fler mervärden för medlemmen.
- Fortlöpande kommunikation med medlemmarna ska ske via hemsida och nyhetsbrev.

4.5 Medlemsrekrytering

- Bibehålla kontakten med skolorna och erbjuda ”prova på dagar”
- Skapa kontakt med företag och erbjuda ”prova på dagar”
- Att förenkla för den nya medlemmen att snabbt komma ut på banan.
Grönt-kort utbildningen fungerar idag mycket bra

4.6 Greenfeegäst

- Skapa mervärden för greenfee-gästen t.ex. banguide, start-kit med FJGK logotype på peggår, markeringsknapp och penna.
- Differentiera greenfeen efter säsong och banstatus.

4.7 Hotell

- Öppet för alla hotell att boka.
- Vid ingånget sponsoravtal gäller överenskommen rabatt på greenfee.

4.8 Ekonomi

- Budgetera för framtida investeringar

4.9 Sponsring

- I dialog med företag utforma sponsorpaket samt aktiviteter som är attraktiva för varje enskilt företag.
- Utveckla och underhålla exponeringsytor t.ex. hålsponsorskyltar.
- Kontinuerligt se över och ta fram förmånliga erbjudanden för sponsorverksamheten.

4.10 Fastigheter

- Arbeta med fastigheterna och den satta underhållsplanen.
- Skapa en prioriteringslista för områden som ska utvecklas.

4.11 Idrott/Tävlingar

- Skaffa tävlingssponsorer med förankring i klubben eller i närområdet. Startavgiften ska helhjärtat gå till klubben. Anpassa antalet tävlingar så att balans råder. Annonsering görs på hemsida och i klubbhuset för att locka fler medlemmar att delta.
- Hålla på reglerna för anmälan till tävling och hcp-gränser vid tävling.
- Samarbete mellan elit och juniorverksamhet.

4.12 Marknadsföring

- Fortsatt samarbete med kringliggande klubbar
- Utveckla samarbetet med hotell i närområdet
- Hemsidan
- Cutter & Back Tour och dess sponsorer
- Annonsering i olika medier.

5. Uppföljning

5.1 Personal

- Varje vecka ska veckomöten hållas med personal och restaurang för att diskutera veckan som gått samt veckan som kommer.
- Utvecklingssamtal med personal görs årligen

5.2 Medlem

En medlemsundersökning genomförs efter varje avslutad säsong. Denna tas fram i diskussion med en konsultfirma och utgår de strategiska målen och dess betygssystem.

5.3 Greenfee-gäst

Konsultfirman tar även fram ett frågeformulär för greenfee-spelare. Här ska framför allt utredas hur de har hittat till Fjällbacka Golfklubb, anledningen till besöket samt deras upplevelse i samband med besöket.

Bilaga

Fjällbacka Golfklubb – Riktlinjer för kommittéernas arbete

Fjällbacka Golfklubb har flera kommittéer, som genom sina insatser bidrar till att marknadsföra golfklubben och skapa mervärde för klubbens medlemmar. Gemensamt för alla kommittéer (undantaget Handicapkommittén) är att de drivs av ideella krafter inom klubben. Fjällbacka Golfklubbs målsättning är att så många medlemmar som möjligt väljer att delta i anordnade aktiviteter och att vi genom aktivt kommittéarbete även bidrar till att locka nya medlemmar till vår klubb.

Precis som för all övrig klubbverksamhet gäller att vi i alla sammanhang uppträder idrottsligt värdigt och hedrar vår hemmaklubb.

Fjällbacka Golfklubb har 2025 följande kommittéer:

Juniorkommittén

Juniorkommittén har följande huvuduppgifter:

- Att erbjuda lärarledda träningstillfällen för juniorer under hög- och lågsäsong
Ansvarig: PRO
- Att erbjuda tävlingstillfällen för juniorerna under högsäsong, t.ex måndagstävlingar varje vecka under sommarlovet
Ansvarig: Juniorkommittén och gärna i samarbete med föräldrar till juniorer

I tillägg till detta så uppskattas genomförande av alla övriga junioraktiviteter, som kan bidra till glädje och kamratskap på och utanför golfbanan. Alla idéer och ideella insatser uppskattas! Exempel på aktiviteter: spel på annan bana, grillkväll, golfbrännboll etc.

Damkommittén

Damkommittén har följande huvuduppgifter:

- Att anordna damtävlingar på torsdagar under högsäsong
- Att till damtävlingar hitta sponsorer till prisbordet

I tillägg till detta så uppskattas genomförande av alla övriga damaktiviteter, som kan bidra till glädje och kamratskap på och utanför golfbanan. Alla idéer och ideella insatser uppskattas!

Seniorkommittén

Seniorkommittén har följande huvuduppgifter:

- Att utveckla de individuella färdigheterna med träning och tävlingsverksamhet för de olika åldersgrupperna: D-22, D-50, D-60, D-70, D-75, D-80, H-22, H-40, H-50, H-60, H-70, H-75, H-80.

I tillägg till detta så uppskattas genomförande av alla övriga senioraktiviteter, som kan bidra till glädje och kamratskap på och utanför golfbanan. Alla idéer och ideella insatser uppskattas.

Tävlingskommittén

Tävlingskommittén har följande huvuduppgifter:

- Att planera och sammanställa Fjällbacka Golfklubbs tävlingsprogram för varje säsong
- Att se till att tävlingsprogrammet är tryckt och klart inför säsongstart
- Att tillsammans med tävlingsansvariga för resp. tävling ta fram sponsorer/priser till prisborden

Marknadskommittén

Marknadskommittén har följande huvuduppgifter:

- Att komma med idéer och ta fram attraktiva erbjudanden, som kan bidra till ökat antal greenfee-gäster och nya medlemmar i Fjällbacka Golfklubb
- Att ta fram sponsorpaket i olika nivåer för företag
- Att komma med idéer och förslag på övriga aktiviteter, som kan bidra till att sprida information om samt öka intresset för Fjällbacka Golfklubb

Handicapkommittén/Regelkommittén

Handicapkommittén/Regelkommittén har följande huvuduppgifter:

- Att årligen se över och revidera medlemmarnas handicap utifrån spelresultatet den senaste säsongen eller efter hänsyn till andra individuella faktorer se till att medlemmarna spelar på rätt handicap.
- Att regelbundet erbjuda regelutbildning och kurser för medlemmarna samt årligen uppdatera lokala regler.