

Golfe 200 mil

Plano de desenvolvimento do Golfe Nacional



Golfe 200 mil	1
Introdução.....	3
Fase 1 – Avaliação do mercado Nacional	4
1.1. Inquéritos.....	4
1.1.1. População alvo.....	4
1.1.2. Objectivo	4
1.1.3. Detalhe das conclusões	4
1.1.4. Operacionalização	5
1.2. Golfe Monitor	6
2.1. Acções de avaliação do mercado existente.....	7
2.2. Acções de avaliação do mercado potencial.....	8
2.2.1. Pela triagem dos inquéritos feitos nos campos.....	8
2.2.2. Inquirição em lugares públicos.....	8
2.2.3. Projecto “escola”	8
2.3. Programa de acção no campo (“Experimente”).....	8
2.4. Monitorização	10
2.5. Recursos humanos.....	10
2.7. Espaços de actividade.....	10
2.8. Custos	10
ANEXO 1	12
ANEXO 2	13
ANEXO 3.....	14
ANEXO 4.....	15
ANEXO 5	16

Introdução

O projecto é baseado na vontade de promover o jogo em Portugal, para jogadores Portugueses.

Pretende-se:

- Disponibilizar todos os Driving Ranges, de todos os campos de golfe de Portugal, 2 horas ao Sábado e 2 horas ao Domingo, em todas as semanas, ao longo de 4 anos, a jovens localizados em escolas perto dos campos de golfe, assim como aos seus pais e irmãos.
- Os campos de golfe cedem gratuitamente as áreas de prática, assim como orientam as recepções e os seus profissionais de golfe, na intervenção junto dos aderentes
- O Objectivo final é fazer 200 mil novos contactos a jovens e seus familiares com o golfe durante um periodo de 4 anos
- Concretizar uma taxa de sucesso de 20 mil novos jogadores de golfe.

Fase 1 – Avaliação do mercado Nacional

1.1. Inquéritos

1.1.1. População alvo

Os inquéritos irão incidir sobre os jogadores e os não jogadores.

1.1.2. Objectivo

Terão por objectivo tipificar as duas populações.

1.1.3. Detalhe das conclusões

Deverá concluir sobre:

Aspectos gerais das duas populações

Segmentação por sexo

Faixa etária

Composição familiar

Actividade profissional

Rendimento mensal

Aspectos específicos

Jogadores

Início de actividade golfista

Filiação em “clubes de campo”

Filiação em “clubes sem campo”

Motivações de filiação

Perfil de jogo semana/fim-de-semana

Não Jogadores

Visitas a infra-estruturas de golfe

Experiências passadas

Relação com jogadores

Motivos de inibição

Os inquéritos serão base de trabalho para o plano de desenvolvimento em duas vertentes distintas:

Associar imediatamente cada “não jogador”, a um convite para entrar na fase “Experimente” do projecto.

Adequar as actividades da fase “Experimente”, que incidem sobre a desmistificação preconceitos como os do preço do jogo, do material, do ambiente social, etc.

É sobretudo nesta fase que todo o projecto se baseia. É portanto um factor crítico. O “Inquérito”, ao contrário do Golfe Monitor, que é um processo estatístico não detalhado nas motivações, revela-se como a ferramenta ideal para numa segunda fase se poder aferir do efeito mediático da primeira.

1.1.4. Operacionalização

O processo de concretização do inquérito seguirá as seguintes etapas

Etapa	Responsável Operacional	Datas conclusão	Comentários
Discussão sobre: a população alvo, objectivos, perguntas do questionário, e conformidade com detalhes a obter.	Direcção Executiva	Dia 1	
Novas ideias quanto aos itens propostos e às formas apresentadas.	Membros CNIG	Dia 11	A enviar à direcção
Re-apresentação a todos os membros dos pontos originais corrigidos com as propostas entretanto apresentadas.	Direcção Executiva	Dia 15	Entrega por Correio electrónico, com verificação de recepção
Reapreciação, versão final.	Direcção Executiva	Dia 19	Aprovação “Electrónica” (Email), por parte da direcção.
Publicação dos Inquéritos.	Direcção Executiva	Dia 26	
Distribuição do inquérito aos sócios dos clubes de golfe.	Membros CNIG	Dia 26 a Dia 56	Entrega dos formulários e concepção de espaço para a sua recepção. Reenvio à direcção dos resultados.
Recepção / processamento de informação	Direcção Executiva	Dia 70	Colectar a informação para base de dados
Resultados e análise/conclusões para os membros	Reunião de direcção	Dia 75	Discussão
Interacção com o projecto “Experimente”	Reunião de direcção	Dia 75	Discussão
Reformulação do inquérito	Reunião de direcção	Dia 75	Discussão

1.2. Golfe Monitor

O Golfe Monitor é a maior aposta de sempre na gestão da informação da indústria.

Nasce através da parceria com a Associação de Hotéis de Portugal, que providenciando a plataforma técnica, permite ao CNIG estruturar um conjunto de conceitos, que detalham o panorama do golfe nacional através da análise dos seguintes pontos:

Pergunta	Definição
Total de voltas	Nº de voltas de 9 ou 18 buracos previamente autorizadas; não contam as voltas de 2/3 buracos dadas ao fim da tarde. 9 Buracos contam meia volta.
Voltas de sócios	Nº de voltas de 9 ou 18 buracos dadas pelo universo de sócios no respectivo "home club". 9 Buracos contam meia volta. Inclui voltas de torneios de sócios
Voltas de sócios nacionais	Voltas de sócios de nacionalidade Portuguesa.
Voltas de sócios estrangeiros residentes	Voltas de sócios estrangeiros residentes em Portugal (Ver definição de voltas de estrangeiros residentes).
Voltas de nacionais	Voltas de jogadores nacionais não pertencendo ao "home club".
Voltas de estrangeiros não residentes	Total de voltas dadas por jogadores estrangeiros não residentes em Portugal.
Voltas de estrangeiros residentes	Total de voltas feitas por jogadores com casa/apartamento em Portugal, mesmo que não residentes permanentes em Portugal.
Voltas de torneios comerciais	Nº voltas de jogadores em torneios comerciais.
Voltas de torneios de beneficência/cortesia	Nº de voltas de jogadores em torneios de beneficência, ou de cortesia para a organização do mesmo.
Voltas de cortesia	Cortesias concedidas, voltas de sócios convidados, fundadores, outros.
Número de sócios	Nº de jogadores pagam direitos de jogo por sistemas de quotas (Não inclui sócios fundadores, de cortesia etc.).
Número de buracos	Número de buracos do campo.
Número de voltas possíveis	Número teórico de total de voltas possíveis por campo e por mês.
Receita total	Receita em Euros de todos os universos de jogadores, de todas as áreas de actividade, excluindo F&B.
Receita de Green-fees	Receita global exclusivamente de green-fees de todos os universos (excluindo quotas).
Receita de Sócios	Receita das quotizações ou subscrições de sócios no mês.
Receita de Nacionais	Receita de jogadores portugueses não pertencendo ao "home club".
Receita de estrangeiros não residentes	Receita de jogadores estrangeiros.
Receita de estrangeiros residentes	Receita de jogadores com casa/apartamento em Portugal mesmo que não residentes permanentes.
Receita de torneios comerciais	Receita total de torneios comerciais (green-fees, taxas, publicidade, etc. Não inclui F&B).
Receita de Hire Itens	Receita de equipamento de aluguer (buggies, cestos de bolas, trolleys, etc.).
Receitas de Buggies	Receitas de aluguer de buggies.
Receitas de Driving Range	Receitas de fichas de Driving Range.
Receita de Pro-shop	Total de receitas da loja.
Número de empregados total	Nº de trabalhadores incluindo a administração e direcções.
Número de empregados de manutenção	Nº de trabalhadores exclusivamente de manutenção.
Número de empregados de exploração	Nº de trabalhadores da direcção comercial, marketing, contabilidade, serviço de golfe.

Procura-se desta forma efectuar uma caracterização quantitativa do mercado nos domínios das receitas, da estrutura humana, da exploração, e da quantificação da procura.

As conclusões que se deduzirão serão relevantes para as políticas de marketing, dimensionamento da actividade, e sobretudo para a política comercial.

Constitui-se como a ferramenta de análise quantitativa a usar no projecto “Golfe 200 mil”, permitindo conclusões em tempo útil, para a adequação das suas políticas de comunicação.

Consegue por fim a união da indústria promovendo o debate, e fortalecendo o impacto negocial desta no mercado.

Fase 2. Operacionalização

A fase de operacionalização envolve um conjunto de actividades que requerem coordenação técnica e atenção permanente aos feedbacks resultantes das acções de campo.

2.1. Acções de avaliação do mercado existente

As acções de avaliação do mercado existente são conduzidas nas vertentes quantitativas e qualitativas.

Na acção qualitativa recorreremos ao inquérito (descrito na fase 1).

Abrangerá todo o universo de jogadores/não jogadores (federados ou não), que desenvolvam actividade esporádica ou regular, no “consumo” de estruturas de golfe, e na prática da modalidade.

Serão distribuídos aos campos os inquéritos e duas caixas fechadas (opacas), para receber as respostas.

Os Clubes deverão disponibilizar 2 espaços no circuito funcional dos jogadores, de preferência, um na recepção, e outro na área de lazer pós-jogo (Club House).

Deverão ainda instruir os recepcionistas no sentido de conduzirem os jogadores para a resposta ao questionário, e sua colocação nas caixas respectivas.

O inquérito NUNCA identificará os inquiridos.

No final do dia os inquéritos respondidos deverão ser introduzidos no formulário electrónico disponibilizado no site do CNIG, ou, em caso de impossibilidade, enviados para o CNIG, com periodicidade semanal, em envelopes a fornecer pelo CNIG.

2.2. Acções de avaliação do mercado potencial

Abrangerá indistintamente jogadores e não jogadores, e terá as seguintes formas de angariação de informação:

2.2.1. Pela triagem dos inquéritos feitos nos campos.

Informação referente a não jogadores, obtida nos inquéritos junto dos Clubes.

2.2.2. Inquirição em lugares públicos.

Recorrer a inquiridores contratados pelo CNIG, ou em regime de voluntariado angariados pelos campos, para proceder a inquéritos de rua.

2.2.3. Projecto “escola”

Este projecto consistirá, em entregar a todas as escolas informação/convite para entrarem no programa.

Esta distribuição consistirá numa carta explicativa para o encarregado de educação do aluno (anexo 1), e de outra para o Director Escolar (Anexo 2).

Outros elementos a distribuir são as fichas de inscrição e lista de campos de golfe para que optem pelo mais conveniente.

2.3. Programa de acção no campo (“Experimente”)

O Programa “Experimente”, procurará criar as condições para promover uma experiência de contacto com a modalidade.

Pretende disponibilizar infra-estruturas de prática, com os seguintes serviços específicos

- 1) Dois recepcionistas
- 2) Um profissional de golfe
- 3) Driving Range
- 4) Bolas de Driving Range
- 5) Tacos para utilizar na experiência

A acção deverá ser conduzida da seguinte forma:

Passo	Descrição	Interveniente	Ação
1	Recepção dos participantes no campo	Recepção	Receber os participantes e informá-los da acção, entregar a informação sobre a acção e promoções, bem como brindes (tees, bolas etc.). A boa disposição é essencial. Integrar os participantes reduzindo desconfortos comportamentais. Encaminhar para o Driving Range.
2	Recepção no Driving Range (DR)	Recepção de DR	Recolher dados sobre os participantes conforme anexo 3.
		Profissional	Explicar o funcionamento, e objectivos da sessão.
3	Sessão no Driving Range	Recepção de DR	Recolha dos dados dos participantes da sessão a decorrer.
		Recepção de DR	Abordar espectadores não participantes na experiência no sentido de os convidar a participar (sessão corrente ou seguinte), e a preencher inquérito.
		Profissional de golfe	Fazer pequena palestra sobre o Golfe (Anexo 4), explicando as bases da técnica. Criar um objectivo facilmente exequível. Não "comercializar" a iniciativa.
		Patrocinadores	Deverão promover os seus produtos sempre com intuito informativo. Só deverão ser promovidos os produtos de baixo valor, tentando passar a imagem de "golfe para todas as carteiras".
4	Final das sessões	Recepção	Inserir as fichas de participação, e os inquéritos, na base de dados preparada para o efeito. Enviar, dentro de envelope fornecido pelo CNIG, os inquéritos e fichas de participação, para a morada do CNIG. Enviar por correio electrónico as bases de dados para o CNIG.

O controlo de presenças será efectuado nos preceitos constantes das regras de adesão ao programa Golfe 200 mil.

2.4. Monitorização

Os resultados qualitativos e quantitativos que forem sendo obtidos, irão redesenhar a estratégia de comunicação.

Sobretudo nas campanhas de “Experimente”, este factor será de extrema importância.

2.5. Recursos humanos

A estrutura de pessoal associada ao projecto, pretende-se descentralizada. Sob a coordenação da Direcção do CNIG, os campos intervirão na formação, angariação de “hospedeiros”, na mobilização dos profissionais, e na disponibilização de pessoal que leve a cabo as tarefas de preparação do espaço de prática.

2.7. Espaços de actividade

Aos campos será pedida a disponibilização das seguintes áreas, e serviços:

- a) Na recepção e Club-House— área de distribuição e recolha dos inquéritos.
- b) Driving Range.
- c) Acompanhamento ao green do 18, com recepcionista.
- d) Visitas ao campo (final de dia)

2.8. Custos

A filosofia do projecto é a de evitar quaisquer custos adicionais aos da exploração normal do campo de golfe. Os recepcionistas e funcionários habituais do Driving Range serão os principais relações públicas desta iniciativa. Os profissionais de golfe serão os parceiros das empresas proprietárias dos campos de golfe na medida em que eles – profissionais – acabarão por ter, a curto prazo, uma carteira de clientes muito mais alargada.

Para gestão da Imagem do projecto foi considerada a atribuição da tarefa a uma empresa especializada. Os custos iniciais associados estimam-se em € 6000, e compreendem logotipo do programa e coordenação da imagem do programa.

Outros custos são os referentes a produção de impressos, cartas, e receptáculos de inquéritos.

Daqui se conclui, que com um esforço principalmente de coordenação de meios humanos, e de reduzido custo, poderemos ter uma acção de impacto enorme com o objectivo de criar um mercado interno mais sustentável.

ANEXO 1

Exm^{o/a} Encarregado/a de educação

O Conselho Nacional da Indústria do Golfe, é uma associação sem fins lucrativos que persegue um objectivo:

“Aumentar o número de jogadores de golfe em Portugal”.

Nesse sentido estamos a proceder a um programa de expansão da modalidade.

São disponibilizadas de forma gratuita, nos fins de semana, durante duas horas, as intalações dos campos de golfe para que possa experimentar e iniciar-se nesta modalidade.

Pedimos que preencha o formulário em anexo, ajudando deste modo a expansão do golfe, abrangendo todos os estratos socio-económicos.

Entregue-o no campo que escolher, constante da lista anexa, e inicie de imediato a sua experiência.

Com os melhores cumprimentos

Fernando Nunes Pedro
Presidente Executivo



O Conselho Nacional da Indústria do Golfe tem o prazer de o convidar, a si e à sua Família, para participar no **Golfe 200 mil**, todos os dias, num dos 72 campos de Golfe de Portugal.

Convite

ANEXO 2

Exm^{o/a} Responsável escolar

O Conselho Nacional da Indústria do Golfe, é uma associação sem fins lucrativos que persegue um objectivo:

“Aumentar o número de jogadores de golfe em Portugal”.

Nesse sentido estamos a proceder a um programa de expansão da modalidade.

São disponibilizadas de forma gratuita, nos fins de semana, durante duas horas, as instalações dos campos de golfe para que possa experimentar e iniciar-se nesta modalidade.

Pedimos que permita a circulação das cartas aos alunos, ajudando deste modo a expansão do golfe, abrangendo todos os estratos socio-económicos.

Com os melhores cumprimentos

Fernando Nunes Pedro
Presidente Executivo



O Conselho Nacional da Indústria do Golfe tem o prazer de o convidar, a si e à sua Família, para participar no **Golfe 200 mil**, todos os dias, num dos 72 campos de Golfe de Portugal.
!

Convite

ANEXO 3

Ficha de Participação

Informação do Aluno

Nome _____

Escola _____

Idade ____, Sexo ____

Informação do Encarregado de Educação

Nome _____

BI _____

Casado (C) / Solteiro (S) ____, N° filhos ____

Informação Geral

Morada

Código Postal _____ - _____

Localidade _____

Email _____

Comentários

ANEXO 4

Palestra introdutória do Profissional no DR

Método uniforme, a desenvolver em colaboração com os profissionais.

ANEXO 5 – A preencher nos campos de golfe

Inquérito de avaliação do perfil do golfista e da probabilidade de adesão à modalidade

Local do Inquérito Campo de Golfe Driving Range Outro

Caracterização do inquirido

Idade _____ Sexo _____ Est. civil _____ Nº filhos _____ Idades _____

Código Postal da área de residência _____

Actividade profissional:

Estudante
Empregado por conta de outrem
Profissional liberal
Empresário
Reformado
Outra : _____

Rendimento Mensal €:

entre 750 e 1000
entre 1000 e 1250
entre 1250 e 1500
entre 1500 e 1750
entre 1750 e 2000

Perfil do jogador

Federado
desde _____

Sócio de Clube **com** campo Quantos _____
Sócio de clube **sem** campo Quantos _____

Quantas vezes joga por semana _____
Quantas vezes no fim de semana _____
Quantas vezes durante a semana _____

Motivo de Adesão ao clube **com** campo

Proximidade da residência _____
Proximidade do local de trabalho _____
Os parceiros habituais jogam lá _____
Qualidade do campo _____
Organização do clube _____
O profissional do campo _____
Não me dá jeito mas é o meu clube de sempre _____

Motivo de Adesão ao clube **sem** campo

Organização do clube _____
Os parceiros habituais jogam lá _____
Foi indicado por um conhecido _____
É um clube conhecido e interessante _____
O profissional do Clube _____

Perfil do não jogador

Já esteve num campo/Driving Range

Sim
Não

Nunca experimentou porque...

Não gosta de golfe
Acha que jogar é muito caro
Acha que o material é muito caro
Não conhece ninguém que o acompanhe nessa aventura
Não gosta do ambiente social do golfe
Gosta do ambiente mas não se sente bem

Gastaria € 75 por mês para jogar Golfe?

Sim porque:
É um valor adequado
É um valor surpreendentemente baixo
Não porque:
É um valor absurdo

Começaria a jogar se:

Fosse financeiramente viável para toda a família
Fosse uma forma de conhecer novas pessoas
Mudasse completamente a minha rotina familiar
Adequasse ligeiramente a minha rotina familiar

Os seus filhos:

São desportistas natos
São desportistas de video-jogos
Estusiasmavam-se se os amigos também jogassem

ANEXO 6

Princípios de adesão ao Golfe 200 mil

1 – O programa Golfe 200 mil tem por conceito subjacente, a facilitação do acesso, por parte de jogadores nacionais, à prática de golfe. As acções desenvolvidas são uma demonstração do que os indivíduos e/ou as famílias podem obter nos âmbitos desportivo e social.

2 – As acções de driving range, não se destinam a ser veículos de evolução na modalidade, mas antes de início e encaminhamento na mesma. O acesso é limitado a 3 (três) sessões por pessoa.

3 – O controlo de frequências será feito pelo número de bilhete de identidade (BI). A base de dados a acumular para controlo das frequências, e a facilitar a cada um dos campos, terá um campo com o BI e outro com o local das sessões. Em cada participação é obrigatório solicitar a identificação dos participantes.

4 – Não se admitirão pessoas que sejam ou tenham sido membros de um clube de golfe, ou Federadas.

5 – As condições de adesão aos campos de golfe, que resultam do programa Golfe 200 mil, só serão aplicadas a jogadores que apareçam pelo programa Golfe 200 mil, e que nunca tenham tido filiação em qualquer clube de golfe.

6 – Os valores de adesão aos clubes de golfe, dos campos onde pretendam ter a sua actividade, serão estipulados pelo CNIG, após aprovação em reunião de direcção.

7 – Os campos serão aconselhados a permitir a mensualização do pagamento do valores de adesão.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.