SWOT från workshop 1, visionsarbete Lyckorna GK 2025-12-10

Allmänt

En SWOT-analys är ett verktyg som används för att analysera styrkor, svagheter, möjligheter och hot inom ett företag, projekt eller en organisation. SWOT står för:

1. **Styrkor (Strengths)**: Interna faktorer som ger företaget eller projektet en fördel över andra. Det kan vara specifika resurser, kompetenser eller marknadspositioner som skiljer verksamheten positivt från konkurrenterna.
2. **Svagheter (Weaknesses)**: Interna faktorer som kan hämma organisationens förmåga att prestera optimalt. Detta kan vara brister i resurser, processer, eller områden där konkurrenter har en fördel.
3. **Möjligheter (Opportunities)**: Externa faktorer som organisationen kan utnyttja för att förbättra sin position eller växa. Det kan vara nya marknadstrender, teknologiska framsteg, eller förändringar i lagar och regler som gynnar verksamheten.
4. **Hot (Threats)**: Externa faktorer som kan skada organisationens prestation eller tillväxt. Detta kan vara konkurrens, ekonomiska förändringar, politiska faktorer eller nya regleringar som påverkar marknaden negativt.

Syftet med en SWOT-analys är att skapa en överblick över både interna och externa faktorer för att hjälpa företag eller projekt att utveckla strategier, ta tillvara på möjligheter och hantera risker.

Styrkor

- Bra kuperad bana med många utmaningar.
- golfbanor både 18håls o 9hålsbanan**.**
- Bra lunchrestaurang öl o vinrättigheter
- Vackra vyer
- Bra tävlingsutbud och en bra Lyckorna vecka.
- Bra range och aktivitetshus med puttning inomhus
- 9-hålsbanan öppen vintertid
- Aktiva kommittéer
- Närheten för banan för personer i lyckorna**.**
- Ideellt arbete förekommer i kommittéer
- Bra parkering
- Många elbilar/golfbilar
- Närheten

- Lätt att parkera
- Bra restaurang numera
- Medlemsandan, omhändertagande
- Trivsel och en rolig bana som håller bra nivå
- Läget (det geografiska)
- Unik bana, välskött och närhet till bostad
- Spännande utformning, utmanande hål
- Välskött bana
- Damkommittén skapar positiv stämning och social miljö

Svagheter

- Stigar med ojämnt
- Bunkerdisciplinen-krattning av bunkrar
- Nedslagsmärken
- Skräpplockning
- Infon till medlemmar
- Klubbkläder
- För många medlemskategorier, minska på dessa
- Ideellt arbete
- Ordning o reda
- Inga gästrabatter, spela 3 betala för 2, etc…
- Tidsstyrning saknas, dvs det kan gå ut 1+2bollar alldeles efter en 4boll etc..
- Inga greenfeebiljetter
- Dåliga på att dela klubbens aktiviteter i sociala medier
- Greenfee rabatter saknas. Tex spela 5ggr betala för 4
- Den ”sterila” känslan i klubbhuset
- Klubbaktiviteter i kommittéer o i övrigt. Behöver inte alltid vara kopplat till golf
- Bättre körvägar ger större tillgänglighet till banan
- Bunkrarna kan bli bättre, annars är valet självklart
  Bättre tees
- Städning golfbilar
- Golfvärdar som ökar trivseln
- Faddergrupp för att ta hand om nya medlemmar
- Husbilsplatser
- Höja nivån på 9håls banan
- Färre medlemskategorier kan ge fler betalar högre avgift= mer intäkt
- Sponsorgrupp-aktiv sponsorkommitté borde ge ökade intäkter för klubben.
- Aggressivare marknadsföring för att öka antalet medlemmar samt greenfee gäster
- Privata golfbilar bör avgiftsbeläggas
- Synlighet på media
- Kurser o träningspaket mot även företagare

- Vara ambassadörer vid tävling och gäster
- Kontakta gamla medlemmar och höra om de vill ta upp golfen igen, både äldre och yngre
- Klubbkläder, tag på bagen, beg med Lyckorna GK
- Bra service i shop
- Lägg till en medlemskategori där man får mer innehåll för mer pengar, favör vid bokning,
- Ordna mer event
- Ringa upp gamla medlemmar
- Städavgift ingår i årsavgiften men återfås på vårstädningen
- Sluta med all extern rabattering
- Stärka varumärket runt restaurangen likt Laxbutiken mfl
- Locka unga deltagare kalas med skärmarna och med matpaket från restaurangen
- Ambassadör på bana, parkering o rangen
- Städpatrull
- Mindre skillnad i avgift mellan vardags och full medlem
- Anpassa spelavgifter efter långtidsprognos
- Differentiera greenfeen så dyrast på vardagar mellan 16-18 o helger mellan 09-13
- Ta bort ålderskategorier= 1 grupp 22-84 år
- Starter som möter upp vid 1a tee
- Skapa en starkare vi känsla
- Inför maxtak på kategorier och medlemstal
- Prestationskrav på marknadsintäkter mot KC
- Demodagar
- Företagsgolf
- Spara pengar med att skippa KC
- Marshall på banan för att kontrollera att alla följer regler o riktlinjer…
- Reklamplatser på övningshål
- Bjud in bekanta från andra klubbar
- Differentierade starttider ”Röd avgång”
- Justera avgiften årsvis och betona innehåll
- Inrätta en kommunikationskommitté för att bättre nå ut till såväl medlemmar som ut i samhället
- Tala väl om klubben
- Skapa restaurangkänsla i restaurangen, idag är det en konferenskänsla
- Paketering spelrätter reklam
- Bunkrar Teer och dränering
- Utveckla kiosken
- Städavgift ingår i årsavgiften, återfås efter vårstädningen
- Utveckla kommunikationen till alla medlemmar
- Uppdatera webb
- Uppdaterad FB
- Ta bättre hand om nya medlemmar som leder till mer ”vi-känsla”
- Inbjudan till kommittéer
- Golfvärd på parkering, range och bana
- Lagklädsel vid tävling, bagar osv som man kan få/köpa subventionerat

- Dela klubbens aktiviteter genom sociala medier
- Bättre greener på korthålsbanan, samma fart som stora banan
- Prova-på erbjudande
- Vad kan vi spara in på kostnadssidan?
- Se över arbetssätt för ökad kostnadskontroll, inkl roller och ansvar
- Höja green-fee medlemskapet
- Inte tro att vi kan lösa allt med ökade intäkter
- Se över kostnaderna
- Bor golfbil
- Skapa måste-lista
- Skapa önskelista
- Marknadsföra klubbens medlemskap HÅRT på sociala medier över vintern
- Ta bort onödiga kategorier
- Mindre skillnad mellan fullmedlem och vardagsmedlem
- Fler kategorier, tror det finns många som är beredda att betala mer.
- Aktivt nätverkande med lokala företag, bjuda in till träffar osv
- Aktiv kontakt med arrangörer av stora företagsevent
- Paketera korthålsbanan med lunch i ett paket
- Locka ung publik med kalas på rangen med hjälp av skärmarna
- Ringa runt, vara synliga.
- Event är bra
- Öka omhändertagande av våra greenfee gäster,
- Värdskap
- Banguider
- Trevligare incheckning
- Om vi fortsätter ha en fin bana kommer det öka. Precis som i år.
- Bättre omhändertagande av ALLA, inklusive våra green-fee gäster
- Värdskap
- Kort som innebär rabatt vid t ex 5 ronder
- Bättre möjligheter att komma/parkera med husbil
- Sluta med all extern rabattering
- Tempot på banan, långsamt spel.
- Öka den sociala samvaron i klubben

Möjligheter

- Boendepaket med ultralokala aktörer
- Marknadsföra restaurangen vid E6an för att få in golfare som då upptäcker banan
- Utöka serveringstid på alkoholen
- Bäst lunchställe/mat, öppningstider, bra service i shop, range och kaffestugan
- Reklamintäkter
- Sponsoravtal – hur ser de ut idag? Låt en grupp arbeta med detta.
- Paketera ihop med mat från restaurangen
- Marknadsföra restaurangen längs med E6 för att locka in golfare som då upptäcker banan.

- Göra restaurangen till en snackis likt pizzerian i Falkenberg, Laxbutiken etc
- Göra attraktiva paket med alla boendemöjligheter som finns i Ljungskile
- Anfasteröd
- Hotell o konferens
- Sparreviken
- Boendepaket med ultralokala hotellaktörer

Hot

- Saknas året runt aktiviteter i restaurangen