



# NA GOLF Z GOLFOM?

## Kako s segmentacijo in ciljnim nagovorom širiti krog uporabnikov storitev

**Aleš Gregorič, Golf Ljubljana**

**Manca Tominc, Mediana**

April, 2010

**Mediana**<sup>®</sup>  
Beyond numbers

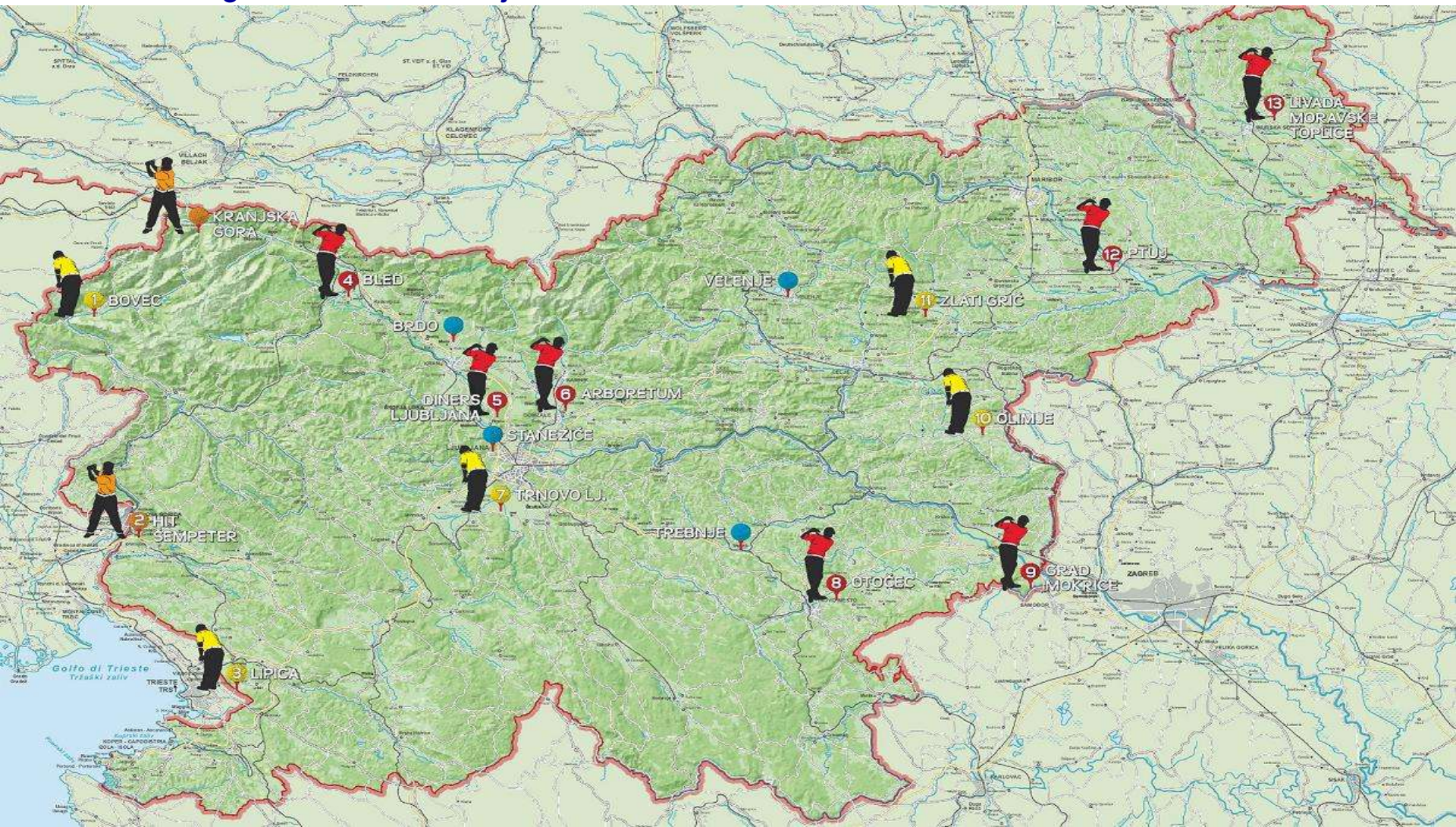


- Ⓜ Golf v Sloveniji se igra od leta 1937 na golf igrišču na Bledu
- Ⓜ Med II. Svetovno vojno je bilo igrišče zaprto; prenovili so ga leta 1973
- Ⓜ Golf se je v Sloveniji začel bolj razvijati po letu 2000 ter je vsako leto dobil približno 500 novih igralcev
- Ⓜ Glavni razlog je bil, da so se začela graditi nova igrišča in so imeli igralci več priložnosti poizkusiti golf



# NEKAJ STATISTIČNIH PODATKOV O GOLFU V SLOVENIJI

- 📍 Danes je v Sloveniji 12 igrišč in 26 vadišč
- 📍 Število klubov: 45 klubov, ki so registrirani v GZS (Golf zvezo Slovenija)
- 📍 Število igralcev v letu 2009 je 6.379



# POGOJI IGRANJA

- Ⓜ Vsa golf igrišča v Sloveniji zahtevajo od igralcev, da imajo opravljen izpit iz golfa
- Ⓜ Izpit je sestavljen iz dveh delov:
  - Ⓜ Poznavanje pravil ter praktičnega igranja na igrišču,
  - Ⓜ Članstvo enega registriranega golf kluba



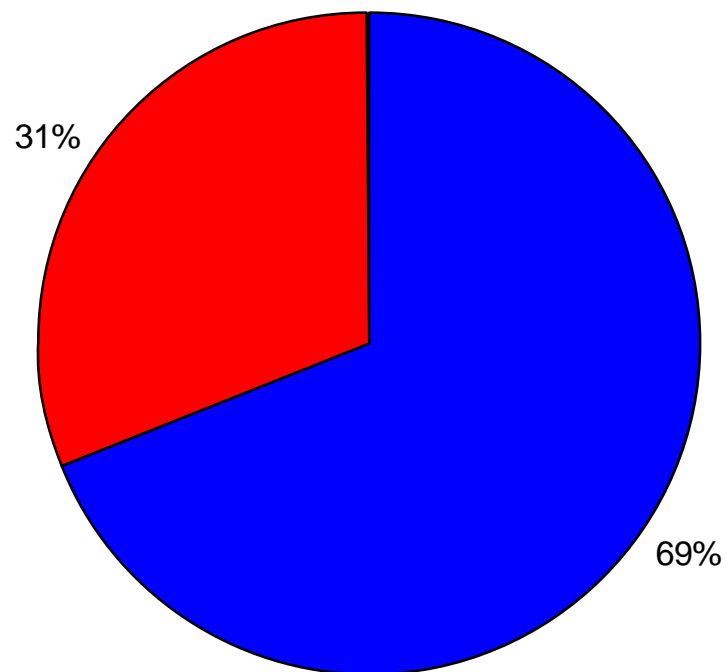
# RAZLOGI NERAZŠIRJENOST GOLFA

- Ⓜ Golf ima v Sloveniji zelo negativen prizvok, ker krožijo stereotipi o golfu:
  - Ⓜ Gre za šport premožnih,
  - Ⓜ Onesnaževaje okolja zaradi škropljenja,
  - Ⓜ Problematika gradnje igrišč, ker golf ni uvrščen med športe
  - Ⓜ Naj bi bil šport starejših - ko ne morem početi ničesar več
  - Ⓜ Nepoznavanja pravil golfa, zato se jim zdi igra nezanimiva
  - Ⓜ Premalo možnosti za preizkusiti igranje golfa, malo igrišč v Sloveniji (počasna gradnja golf igrišč, veliko potrebne birokracije, visok začetni strošek za izgradnjo)



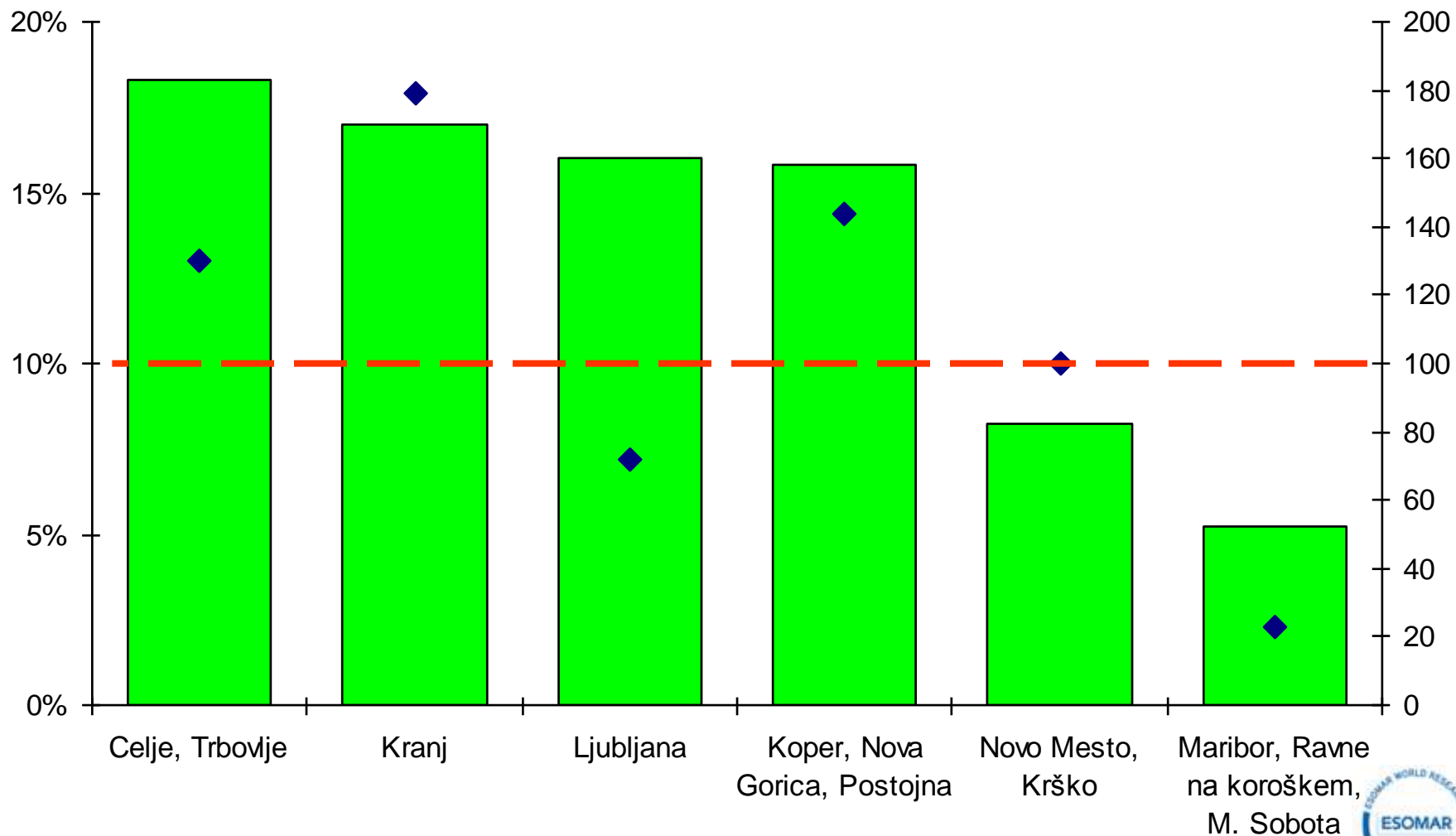
# **PROFIL IGRALCEV GOLFA**

# IGRALCI GLEDE NA SPOL

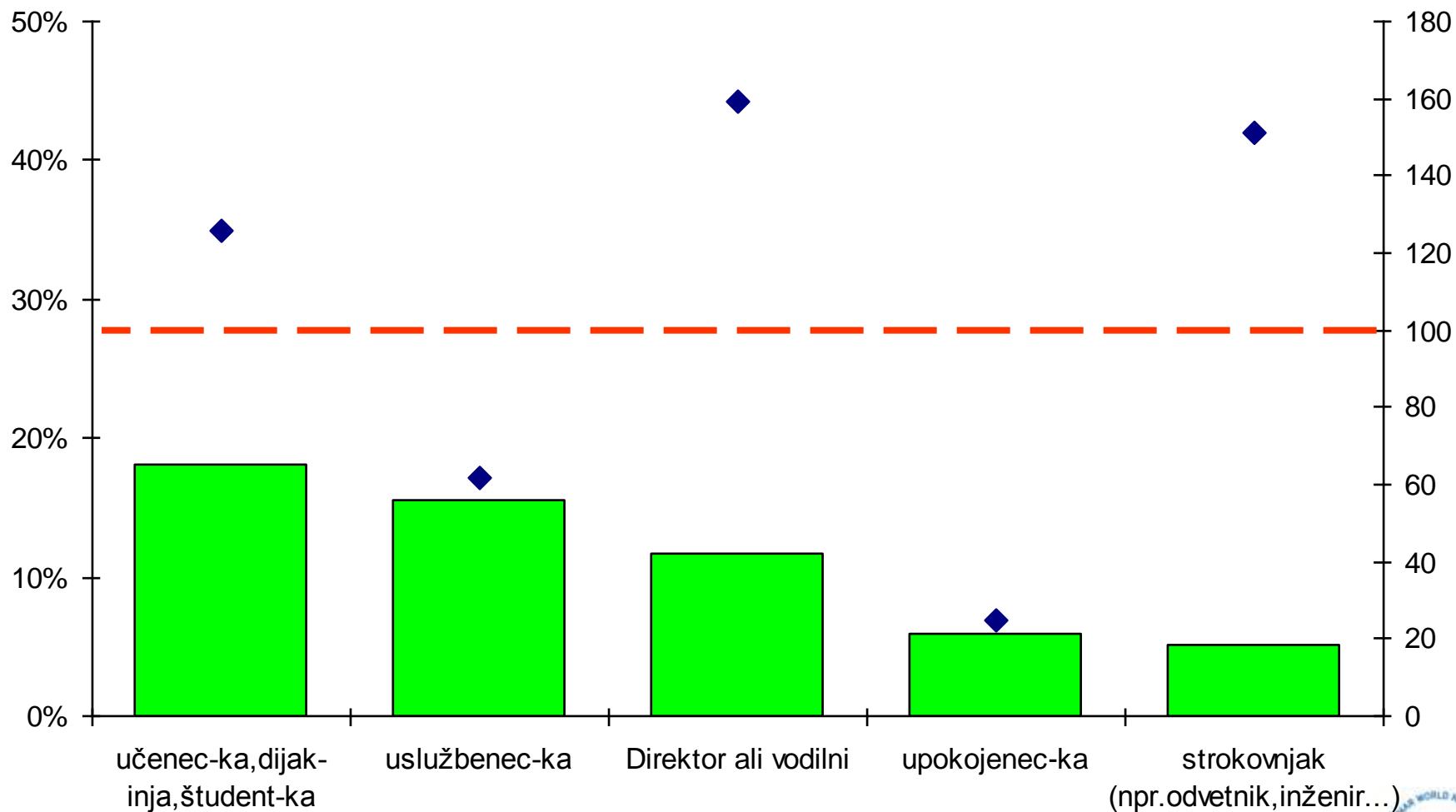


■ moški ■ ženske

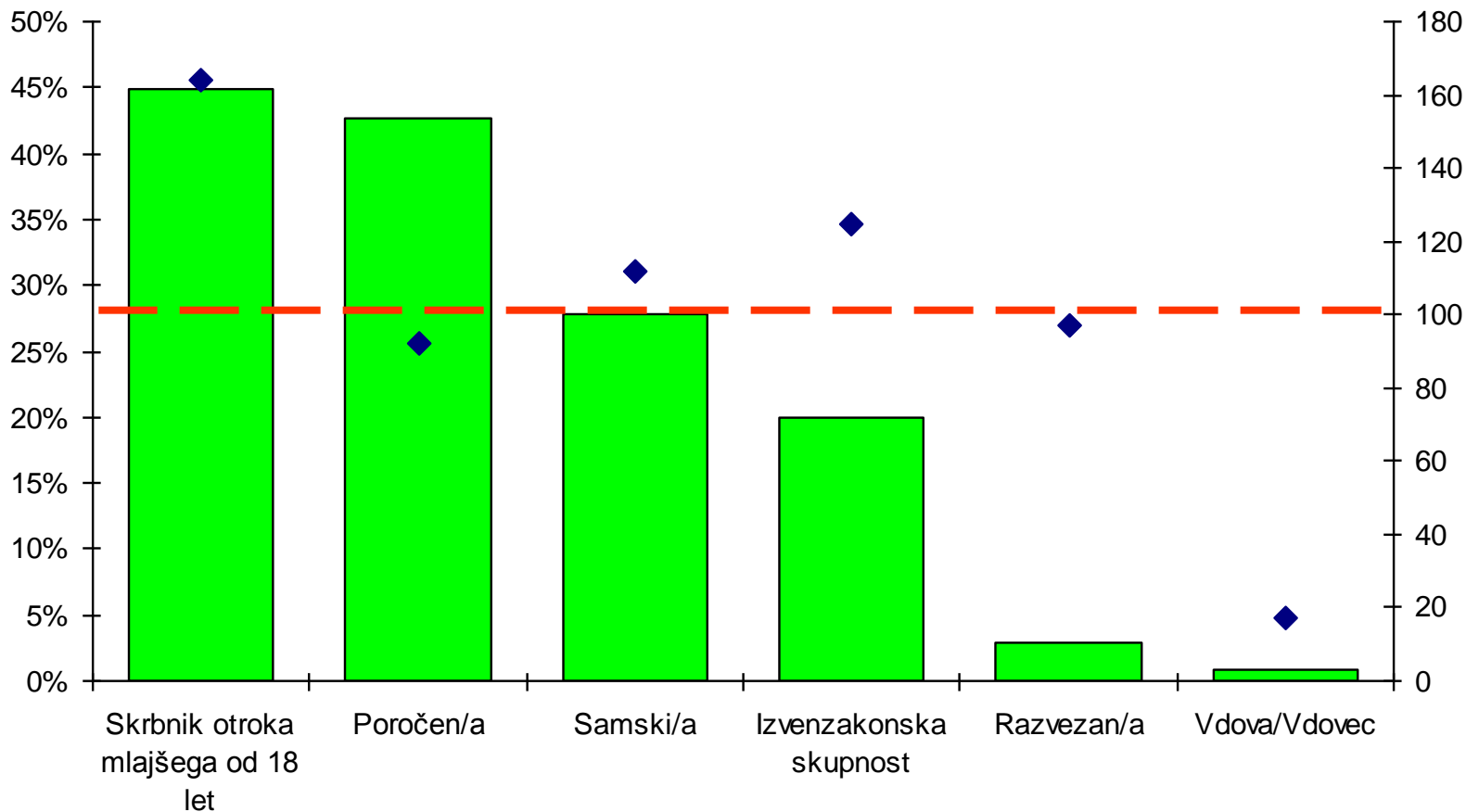
# IGRALCI GLEDE NA REGIJO BIVANJA



# IGRALCI GLEDE NA POLOŽAJ NA DELOVNEM MESTU



# IGRALCI GOLFA GLEDE NA ZAKONSKI STAN IN SKRBNIŠTVO OTROK



# IGRALCI GOLFA PO ŽIVLJENJSKEM STILU

## Ⓜ Mediji

- Ⓜ Ne morejo se upreti kupovanju revij
- Ⓜ So redni obiskovalci kina
- Ⓜ Na televiziji ne opazijo oglasov

## Ⓜ Nakupne navade

- Ⓜ Ko vidijo nov proizvod ga pogosto kupijo
- Ⓜ Veliko denarja porabijo za oblačenje
- Ⓜ Nakupovanje preko interneta jim je poenostavilo življenje
- Ⓜ Ljudje jih vprašajo za nasvet, ko kupijo nekaj novega
- Ⓜ Niso pozorni na nakup domačih proizvodov
- Ⓜ Niso lojalnim blagovnim znamkam

## Ⓜ Značilnosti

- Ⓜ Želijo doseči vrh v karieri
- Ⓜ Na službo gledajo bolj kot na kariero kot na delo - med prostim časom mislijo na službo
- Ⓜ Želijo si svojega podjetja
- Ⓜ Ob večerih zelo radi zahajajo v lokale (bar, gostilne)
- Ⓜ So mnenjski voditelji
- Ⓜ Imajo raje počitnice v tujini kot v Sloveniji
- Ⓜ Radi uživajo

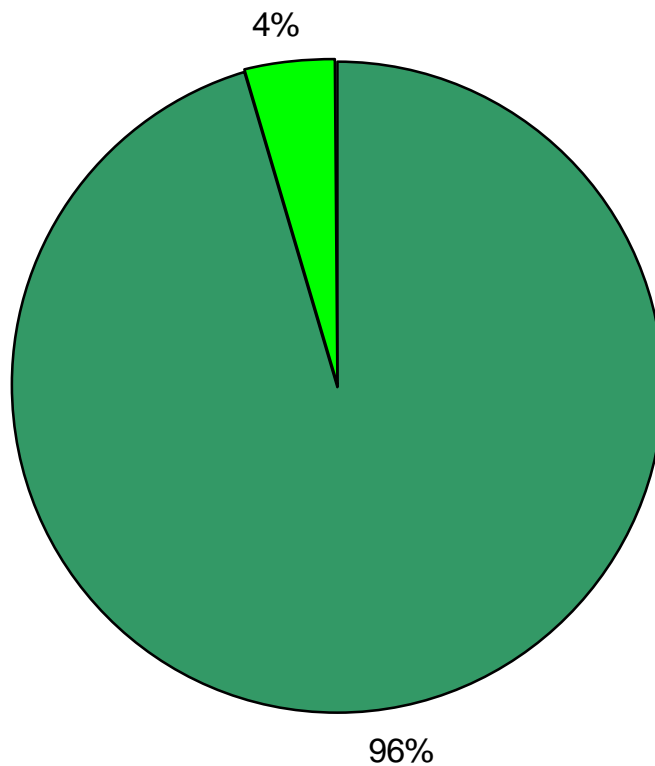




# POTENCIALNI IGRALCI GOLFA

# POTENCIALNI IGRALCI GOLFA

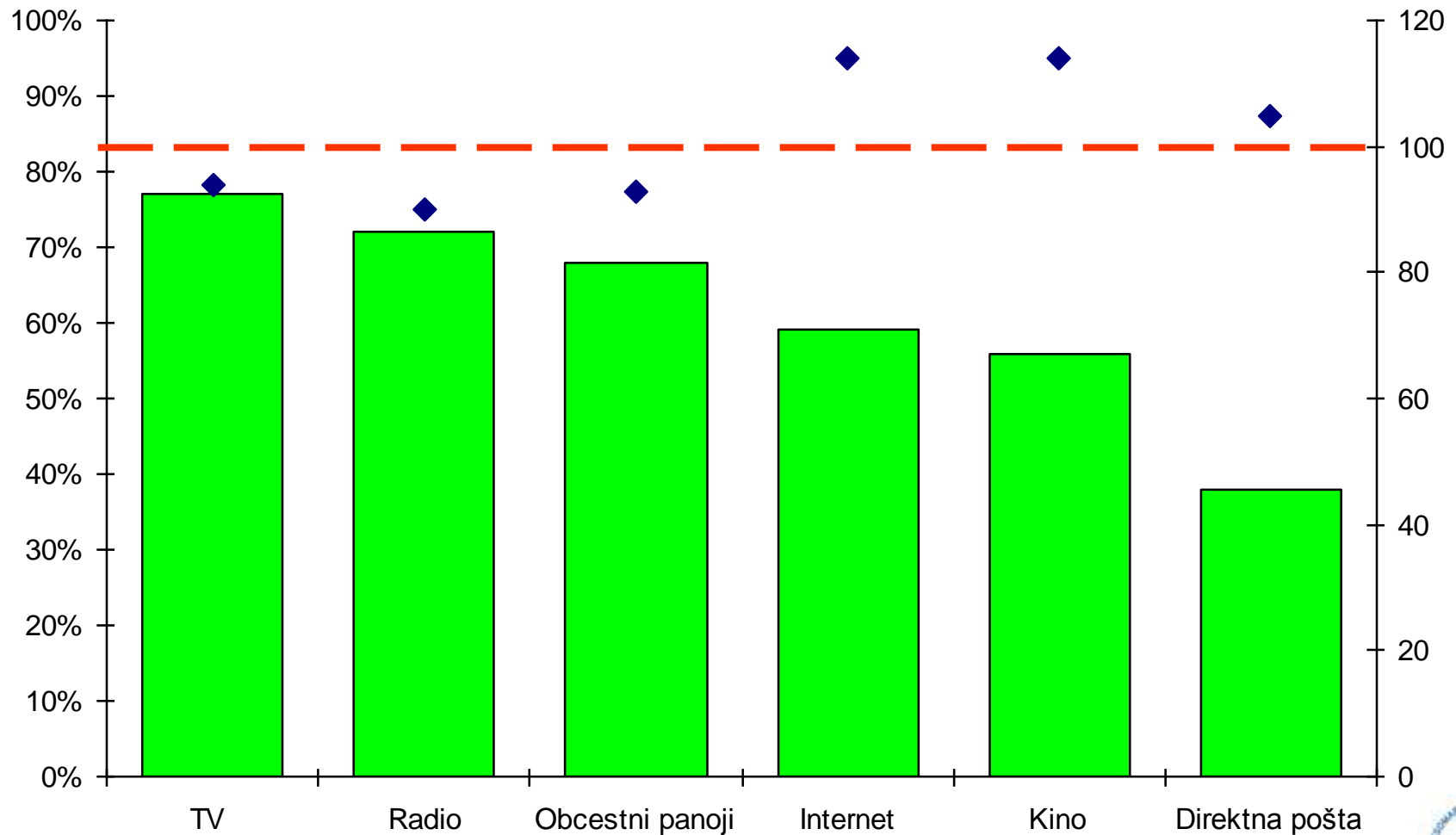
- ® Analiza potencialnih golfistov → na osnovi analize žiljenjskega sloga golfistov



■ potencialni igralci ■ igralci

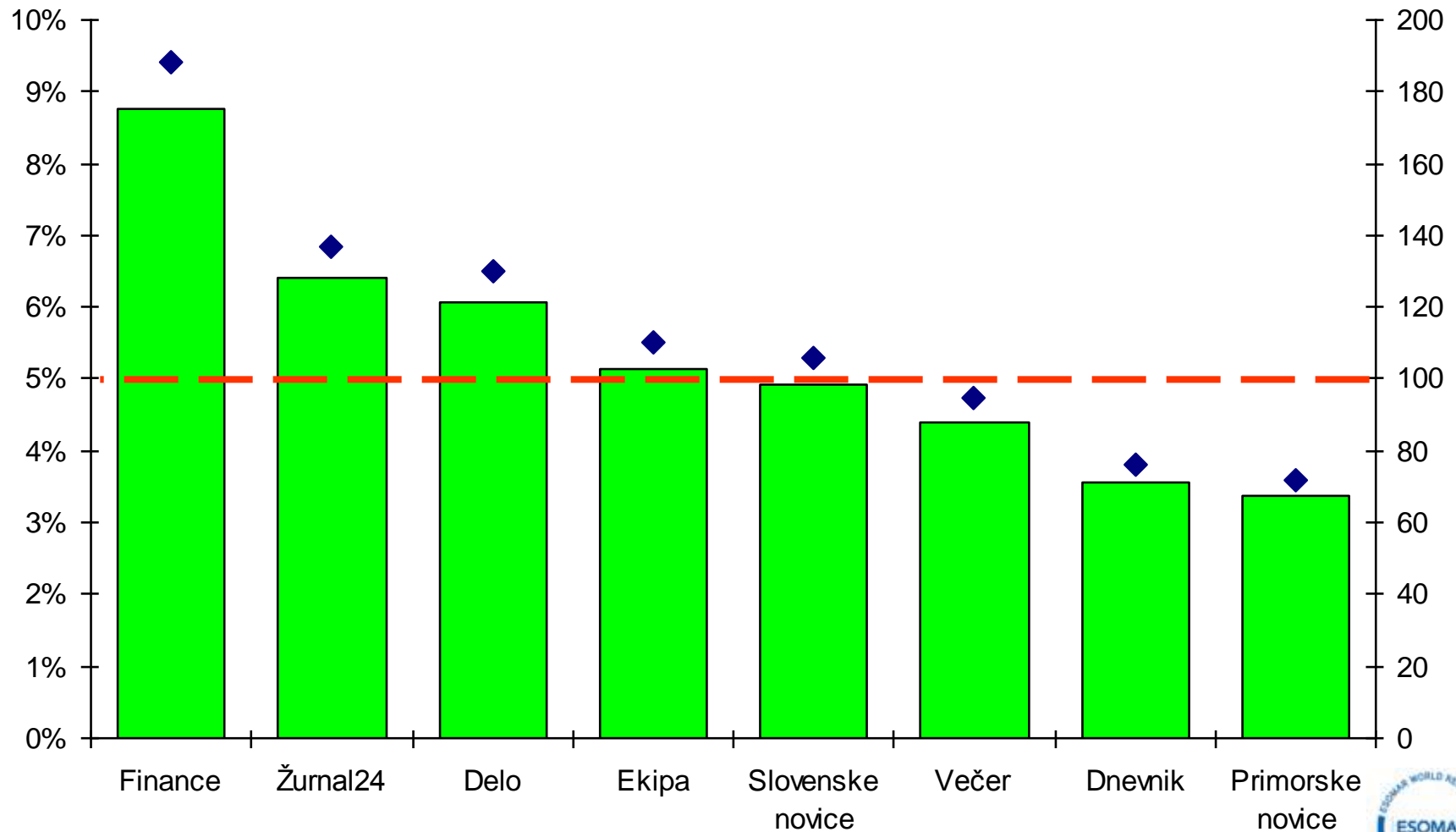


# MEDIJSKA POTROŠNJA POTENCIALNIH GOLFISTOV



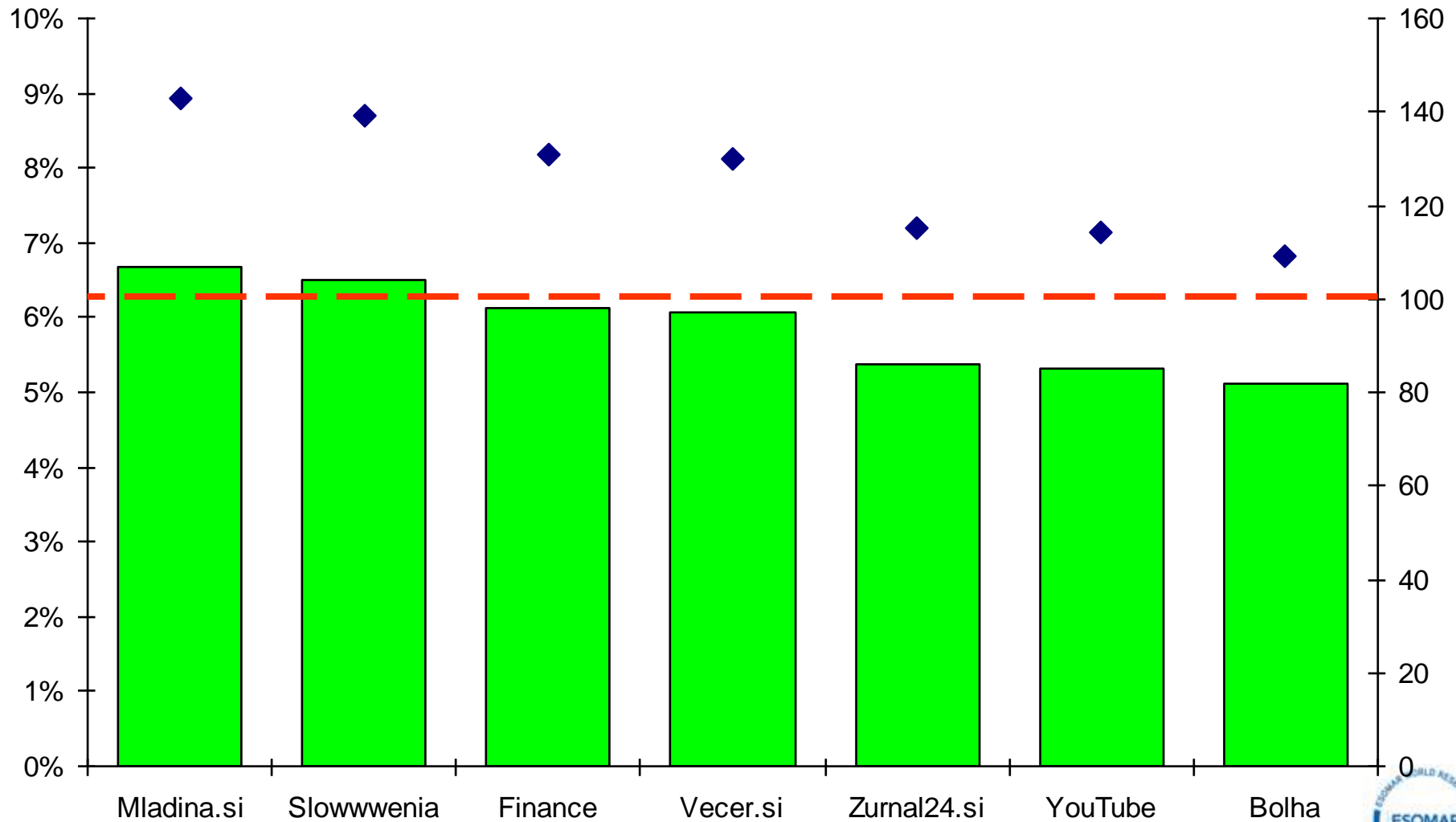
# MEDIJSKA POTROŠNJA POTENCIALNIH GOLFISTOV

## Denvniki



# MEDIJSKA POTROŠNJA POTENCIALNIH GOLFISTOV

## Internet



# KAKO PRITEGNITI LJUDI K IGRANJU GOLFA

## R Za obstoječe golfiste:

### R Razširjanje ponudbe in na golf igrišču:

R Ustvariti ekipo specialistov, ki bodo na različnih področjih izboljšali storitve (učitelji, sodnik, fizioterapevt, zdravniki, pedagogi za delo z otroci, strokovnjaki za prehrano, psiholog),

R Sodelovanje z drugimi športnimi klubi / dejavnostmi

R Ponuditi izkušnjo za celo družino – šola golfa za otroke

R Boljše povezovanje s hoteli in drugi turističnimi organizacijami

R Vključevanje golfa v hotelsko ponudbo

R Boljša povezanost med slovenskimi igrišči

## R Za nove golfiste:

R Splošna predstavitev golfa za širše skupine

R Približanje golfa kot športa (pomen fizične pripravljenosti, dolgih sprehajalnih poti)

R Brezplačni dnevi odprtih vrat

R Predstavitev golf na sejmu turizma

R Team-building za podjetja → veliko karieristov, ki bi lahko preko dela spoznali golf

R Golf v osnovnih šolah

R Projekt podpira GZS, z izobraževanjem učiteljev telesne vzgoje imajo interesne dejavnosti

R Športni dnevi za osnovne šole → povečanje segmenta juniorjev

# Hvala za vašo pozornost!

[www.mediana.si](http://www.mediana.si)  
[mediana@mediana.si](mailto:mediana@mediana.si)

Inštitut za raziskovanje trga in medijev, **MEDIANA**  
Institute for Market and Media Research, **MEDIANA**

**Mediana**  
Beyond numbers

**PRILOGA**

# ŠTEVILO GOLFISTOV V SLOVENIJI V.S. TUJINA

Leto	Slovenija	Avstrija	Italija	Hrvaška	Srbija
1984	173	B/P	B/P	B/P	B/P
1985	222	5.024	18.000	B/P	B/P
1986	236	5.309	20.526	B/P	B/P
1987	282	6.039	22.350	B/P	B/P
1988	330	6.964	24.700	B/P	B/P
1989	329	8.633	26.000	B/P	B/P
1990	357	10.506	31.500	B/P	B/P
1991	401	14.080	35.000	B/P	B/P
1992	477	17.309	36.500	B/P	B/P
1993	515	21.242	41.594	B/P	B/P
1994	873	24.243	42.682	B/P	B/P
1995	939	28.588	43.289	B/P	B/P
1996	1.380	33.411	44.362	B/P	B/P
1997	1.773	37.643	46.866	B/P	B/P
1998	2.158	40.970	50.467	B/P	B/P
1999	2.674	48.772	57.922	B/P	B/P
2000	2.739	54.703	56.140	B/P	B/P
2001	3.847	60.478	58.946	B/P	B/P
2002	4.111	66.707	63.534	B/P	B/P
2003	4.270	74.085	67.092	B/P	B/P
2004	4.584	81.572	71.907	B/P	B/P
2005	4.937	86.366	76.717	B/P	B/P
2006	5.649	89.812	81.100	B/P	B/P
2007	5.858	95.833	84.153	B/P	B/P
2008	6.246	100.266	91.791	B/P	B/P
2009	6.379	104.072	95.430	550	300