

Verksamhetsplan 2017 och Verksamhetsinriktning 2018

Verksamhetsplan 2017

Bakgrund

2017 fortsätter vi att satsa på de två prioriterade verksamhetsområden utbildning och marknad. Nedan listar vi aktiviteter under respektive område i övriga identifierade verksamhetsområden.

Mötesplatser är grunden i verksamheten på såväl lokal som riksnivå. Väl fungerande kommunikation är ett måste då våra medlemmar har ett stort informationsflöde från olika håll.

Vi lägger stort fokus på GAF som varumärke. Vår kommunikation ska vara professionell och våra värderingar i varumärket ska vara tydliga. Vi fortsätter arbetet med rekrytering genom aktiviteter, mötesplatser och utbildningar.

Vi fokuserar på den nationella verksamheten men vi kommer också att engagera oss internationellt. Det genom utbildningar och mötesplatser. En stabil ekonomi är fortsatt viktig. Omsättningen steg under föregående år och ambitionen är att vi ska fortsätta att växa som organisation. Målsättningen är att erbjuda fler och bättre aktiviteter/utbildningar. Vi ska stå för samverkan med övriga organisationer inom Golsverige.

Verksamhetsområden

Utbildning

Kompetensutveckling är en grundsten för hela vår organisation. Vår styrka är bredden eftersom vi har människor med många olika bakgrunder som innebär utmaningar av olika slag. Vi arbetar med att våra egna medlemmar ska kunna utbilda och utveckla varandra.

- **Vara lyhörda för nya utbildningar och ge alla medlemmar möjlighet att delta.**
- Genomföra Klubbchefsutbildningen med PGA, SGF och IHM.
- Erbjuder HUA och GUA.
- Erbjuder fortsättningsutbildning för alla medlemskategorier.
- Erbjuder SUA (specialutbildningar) exempelvis GIT, ledarskap, service, time management, internationella kurser m.m.
- Samverka med övriga golforganisationer i utbildningsfrågor.
- Administrera Jimmy Gröns Minnesfond för att stimulera utbildningar.
- Genom enkäter få fram medlemsnytta i olika former.

Marknad

Vi satsar på både medlems- och organisationsavtal.

I samarbetet med SGF prioriteras gemensamma och egna marknadsaktiviteter.

- Se över behoven hos våra medlemmar och erbjuda möjligheter som gör deras arbete enklare.
- Utveckla och fördjupa samarbete med egna partners.
- Utveckla klubbnyttverksamheten hos SGF partners.
- Utveckla marknadsinsatser i samverkan med övriga golforganisationer och media.
- Uppmärksamma GAF-medlemmar genom att årligen utse Club Manager of the Year.

Mötesplatser/Distrikt

För att ge stolthet och gemenskap i yrkesrollen vill GAF genomföra ett stort antal mötesplatser under året. Utbyte av idéer mellan medlemmar och andra är en av grundpelarna i GAF. Vi genomför riksträffar under våren och höst samt flera distriktsträffar.

- Genomföra Utbildningsdagar Vår/Golfträffen med föreningens årsmöte.
- Genomföra Utbildningsdagar Höst med GAF-mästerskap i golf.
- Administrera John Deere Utbildningsfond för att stimulera deltagande på utbildningsdagar
- Delta på Elmia Park & Golf och Golfmässan.
- Genomföra minst en distriktsträff i varje distrikt.
- Utse ansvarig klubb som under året arrangerar distriktsmöte i respektive distrikt.
- Aktivt samverka med SGF i den nya klubbrådgivningsverksamheten.

Kommunikation

För att förbättra kommunikationen till våra medlemmar vill GAF följa de aktuella trender som finns och nyttja befintliga och nya kommunikationsvägar. Viktigt att kommunicera, inte bara informera.

- Ha aktiva sociala medier med så många medlemmar som möjligt.
- Utforma informativa nyhetsbrev och kommunicera ofta samt effektivt.
- Prioritera hemsidan som första instans för marknadsföring och kommunikation.
- Öka interaktionen på Facebook.
- Ha erbjudande på hemsidan med köpguide, webbshop, platsannonser etc.

Varumärke

GAF ska vara ett välkänt varumärke inom golfsverige. Våra värdeord ska vara förknippade med varumärket.

- Implementera och arbeta aktivt med ny grafisk profil i all kommunikation.

Rekrytering

GAF ska arbeta för att behålla sina befintliga medlemmar. Nya medlemmar behöver rekryteras då vi dels har en hög medelålder bland våra befintliga medlemmar men också en hög omsättning på grund av konjunktursvängningar. Aktiva kontakter gentemot golfanläggningar utan medlemmar är viktigt även om aktiva kontakter med befintliga medlemmar och dess golfanläggningar prioriteras högst.

Viktigt att utveckla medlemskapet och visa på mervärdet både hos individen och för anläggningen.

- Öka antalet aktiva medlemmar i GAF.
- Se över medlemskategorierna.
- Verka för att fler golfanläggningar väljer GAFs klubbpaket som innebär medlemskap för alla golfadministratörer/tjänstemän på anläggningen.
- Öka antalet golfanläggningar med medlemmar.
- Vara representerade på huvuddelen av Sveriges golfanläggningar.

Internationellt

GAF ska erbjuda sina medlemmar ett internationellt nätverk och ge möjligheter till internationella träffar och utbildningar.

- Främja GAF-medlemmars deltagande vid internationella träffar och utbildning.
- Delta på nordiska länders respektive GAF årsmöte.
- Genomföra Erfaträff med GCMA.
- Genomföra Erfaträff med GAF Danmark.
- Genomföra Erfaträff med IGCMA.
- Samverka med CMAE, främst i utbildningsverksamhet.

Ekonomi

För att trygga GAF:s ekonomiska framtid för dess medlemmar och anställda ska GAF ha likvida medel motsvarande minst 6 månaders drift av kansliverksamheten.

Verksamhetsinriktning 2018

Utbildning/Mötesplatser/Distrikt

- Erbjuda ökat antal SUA.
- Arrangera Golfträffen med ökat antal deltagare.
- Arrangera Utbildningsdagar Höst med ökat antal deltagare.
- Genomföra två träffar per distrikt med olika innehåll för olika målgrupper.
- Samverka med övriga golforganisationer i utbildningsfrågor.

Rekrytering

- Fortsätta öka antalet aktiva medlemmar i GAF, representerande på ett ökat antal golfanläggningar.

Marknad

- Tydlig samverkan med SGF och övriga golforganisationer.
- Erbjuda en partnerresa.
- Erbjuda en partnerdag.
- Utveckla erbjudanden med medlemsnytta för GAF-medlemmar.
- Utveckla marknadsinsatser i samverkan med övriga golforganisationer och media.
- Fortsätta att årligen utse Club Manager of the Year.