

## **Botkyrka golfklubb – Medlemsundersökning 2007**

### **Sammanfattning - viktigaste resultat av undersökningen**

Nöjdhetsindex är 83 av 100 möjliga.

- Inget enskilt huvudområde är tydligt viktigare än de övriga att åtgärda. Väloptimerad är ett bra uttryck. Man är bra på det som är viktigt och det som man är mindre bra på är också mindre viktigt. Det huvudområde som har störst potential att förbättra medlemsnöjdheten är golfshoppen.
- När det gäller golfshoppen visar undersökningen dock inte på några direkta svagheter. Möjligen är Sortimentdjupet det som har störst potential att lyfta denna.
- Viktigast att åtgärda inom **Anläggningen** är:
  - Personalens flexibilitet och problemlösningsförmåga
  - Tidsbokning via telefon  
Tidsbokning är en viktig fråga och man är mer nöjd med webben än med telefon. Bokning via röststyrd dator är det få som har erfarenhet av, men dessa är inte särskilt nöjda. Tid innan man får kontakt med personalen är också en viktig faktor att förbättra.
- Viktigast att åtgärda inom **Restaurangen** är:
  - Restaurangens miljö och atmosfär
  - Utbudet av olika rätter

Medlemmarna är inte särskilt nöjda med restaurangen, men den är också ganska oviktig för nöjdheten. Detta kan bero på att man inte nyttjar den särskilt mycket. Personalen är det starkaste kortet.

- Viktigast att åtgärda inom **Spelmöjligheterna** är:
  - 18-hålsbanan; priser.
  - Detta är mycket entydigt. Man är mycket nöjd med helhetsintryck och skötsel, men inte med priserna. Detta kan jämföras med 9-hålsbanan, där helhetsintryck och skötsel får klart sämre betyg, men där priset inte upplevs som lika

viktigt.

- Viktigast att åtgärda inom **Klubbverksamhet** är:
  - Kommittéer är det område som skulle ha störst potential att förbättra nöjdheten. Vi har dock inte ställt så detaljerade frågor att man kan säga något om på vilket sätt medlemmarna tycker att kommittéerna borde fungera för att man skulle vara nöjdare med dem.
  - Inom Klubbverksamhet ligger "en klubb som välkomnar alla", "trivsamt i klubben" och "en lockande och spännande klubb" i den så kallade idealrutan. Detta är alltså faktorer som är viktiga för medlemmarna och som de också tycker stämmer bra.

## Övriga frågor

Ett viktigt parti bland de övriga frågor var de som hade koppling till betalningsvilja och investeringsvilja.

Priskänslighetsanalysen visar att medlemmarna är klart priskänsliga och att medlemsavgiften redan ligger nära den nivå där man skulle börja fundera på att lämna klubben. Om man sedan verkligen skulle lämna klubben vid höjning på ett eller flera tusen per år är svårare att säga. Detta eftersom medlemmarna verkar vara nöjda med klubben och sitt medlemskap. Men det är trots allt en indikation om att expansionsutrymmet är klart begränsat.

På frågan om en utbyggnad med hotell- och konferensverksamhet totalt sett skulle innebära mest fördelar eller nackdelar så väger svaren ganska jämt, men den ena gruppen är trots allt större än den andra. 33% procent tror att fördelarna överväger och 42% tror att nackdelarna överväger.

Vi har även frågat om i vilken utsträckning medlemmarna eller deras företag skulle nyttja hotell, konferenslokaler, restaurang etc vid en tillbyggnad. Hälften skulle nyttja restaurangen och mindre än 10 % övriga faciliteter.

Bland dem som skulle nyttja hotell/konferens är det 7% som skulle göra det en gång per år och några enstaka procent som skulle nyttja det uppåt en 8 ggr/år.

En sammanfattning av dessa frågor pekar på att medlemmarna är måttligt intresserade av en utbyggnad, framförallt om den skulle få konsekvenser för medlemsavgiften. Inte heller kan man räkna med att medlemmarna skulle förmedla några större volymer till en hotell-/konferensverksamhet.

Två av tre medlemmar tävlar sällan eller aldrig.

Ungefär var tionde medlem är också medlem i någon annan golfklubb.

15% av medlemmarna har under 10 i handikapp. Ungefär lika många har över 30. 40% har mellan 10-20.

6 av 10 medlemmar spelar mindre än 20 gånger per säsong på klubbens bana medan 1 av 10 medlemmar spelar mer än 40 gånger.

## Förklaring av några begrepp

### Nöjdhetsindex (NGI)

Detta är ett övergripande mått på de undersökta personernas nöjdhet. Om samtliga deltagande i undersökningen gav högsta betyg på samtliga de frågor som ingår i index skulle nöjdhetsindex bli 100.

### Förmågavärdet

Detta visar andelen svarande som använt det eller de högsta värdena på en svarsskala. Alltså de som är "mycket nöjda" eller till och med entusiastiska, eftersom detta mått är mest användbart för att utveckla verksamheter, tjänster och produkter.

### Viktighet

Detta är ett mått på hur viktig en faktor är för den övergripande nöjdheten. Värdet för viktighet kan variera mellan 0 och 100. För att måttet på Viktighet skall vara tillförlitligt krävs att tillräckligt många personer svarat på en fråga. Om så inte är fallet visas markeringen "För få svar" i tabellerna och frågan ingår inte i Prioriteringsanalysen.

### Prioriteringsanalys

Denna kombinerar två mått med varandra. Det ena måttet är Förmåga och det andra är Viktighet. Varje punkt på bilden motsvarar en fråga. Dessa plottas i diagrammet och ett kors placeras sedan mitt i punktsvärmen. Med hjälp av de fyra rutor som då bildas, gör man sedan analysen. I den övre, vänstra rutan finner man de faktorer som är viktigast att åtgärda för att öka den övergripande nöjdheten (den s k "turborutan").

---

## Nöjdhetsindex



Nöjdhetsindex är 83.

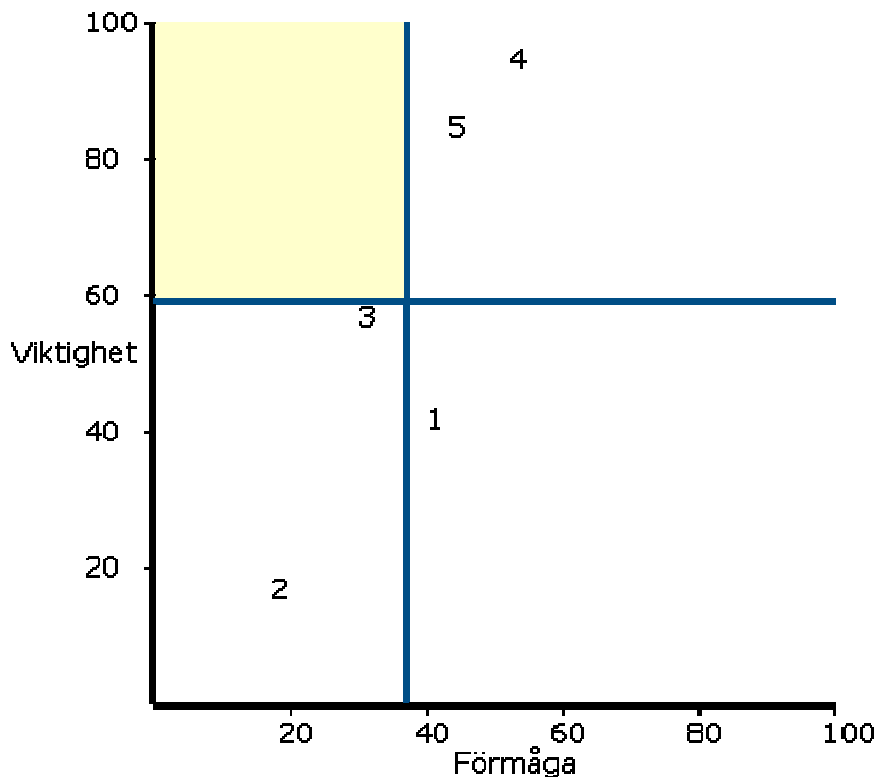
Nöjdhetsindex är baserat på 162 svar.

Följande frågor ingår i nöjdhetsindex:

Fråga	Medel*
Hur nöjd är du allmänt med ditt medlemskap i golfklubben?	7,1
Skulle du rekommendera någon annan att bli medlem i golfklubben?	8,0
Kommer du att fortsätta att vara medlem i golfklubben?	7,4

\* på en skala 1-9

## Verksamhetens huvudområden



### Tydliga framgångsfaktorer saknas.

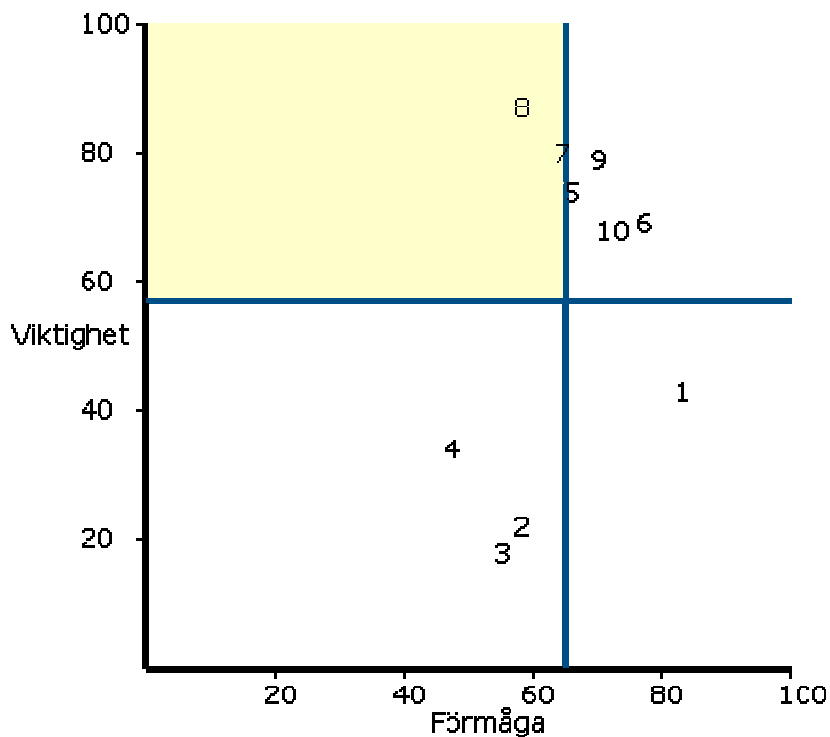
Punkt	Fråga	Viktighet	Förmåga*	Antal svar
1	Servicebyggnaderna	42	41	157
2	Helhetsintryck av restaurangen	17	19	158
3	Helhetsintryck av golfshoppen	58	32	145
4	Helhetsintryck av spelmöjligheterna	95	53	156
5	Helhetsintryck av klubbverksamheten	86	44	131

\*Förmågavärdet är andelen som svarat minst 6 på en 7-gradig skala

Denna typ av diagram visar en väloptimerad företeelse. Det som är viktigt för medlemmarna fungerar bra, det som fungerar mindre bra är inte så viktigt.

Närmast turborutan ligger golfshoppen och denna är alltså det huvudområde som skulle höja nöjdhetsindex mest om det förbättrades.

## Anläggningen

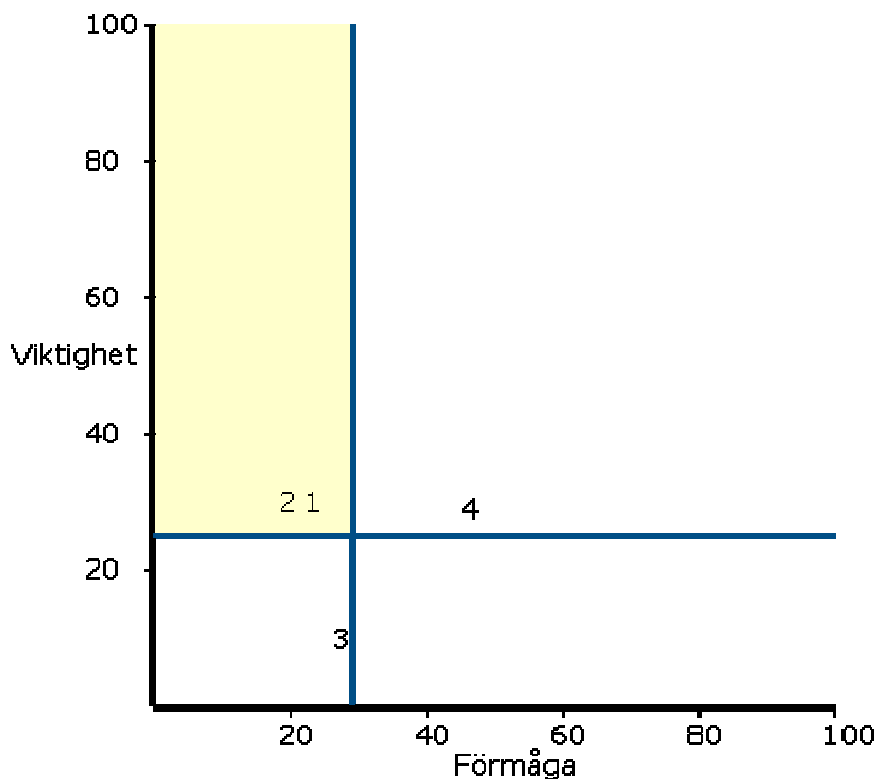


**Viktigast för att förbättra den totala nöjdheten (nöjdhetsindex) är faktorer uppe till vänster i diagrammet (nedan i fetstil).**

Punkt	Fråga	Viktighet	Förmåga*	Antal svar
1	Parkeringsmöjligheterna	44	84	159
2	Omklädningsutrymmena	23	59	143
3	Bastun	18	55	58
4	Uteplatsen med utemöblerna	35	48	162
5	Tid innan kontakt med personalen	75	66	150
6	Bemötande och omtanke i receptionen	69	78	153
<b>7</b>	<b>Flexibilitet och problemlösning</b>	<b>80</b>	<b>65</b>	<b>131</b>
<b>8</b>	<b>Tidsbokning via telefon</b>	<b>87</b>	<b>58</b>	<b>105</b>
9	Tidsbokning via Internet/webb	80	71	120
För få svar	Tidsbokning via röststyrd telefondator		19	16
10	Tidsbokning via receptionen	69	71	133

\*Förmågavärdet är andelen som svarat minst 6 på en 7-gradig skala

## Restaurangen



**Viktigast för att förbättra den totala nöjdheten (nöjdhetsindex) är faktorer uppe till vänster i diagrammet (nedan i fetstil).**

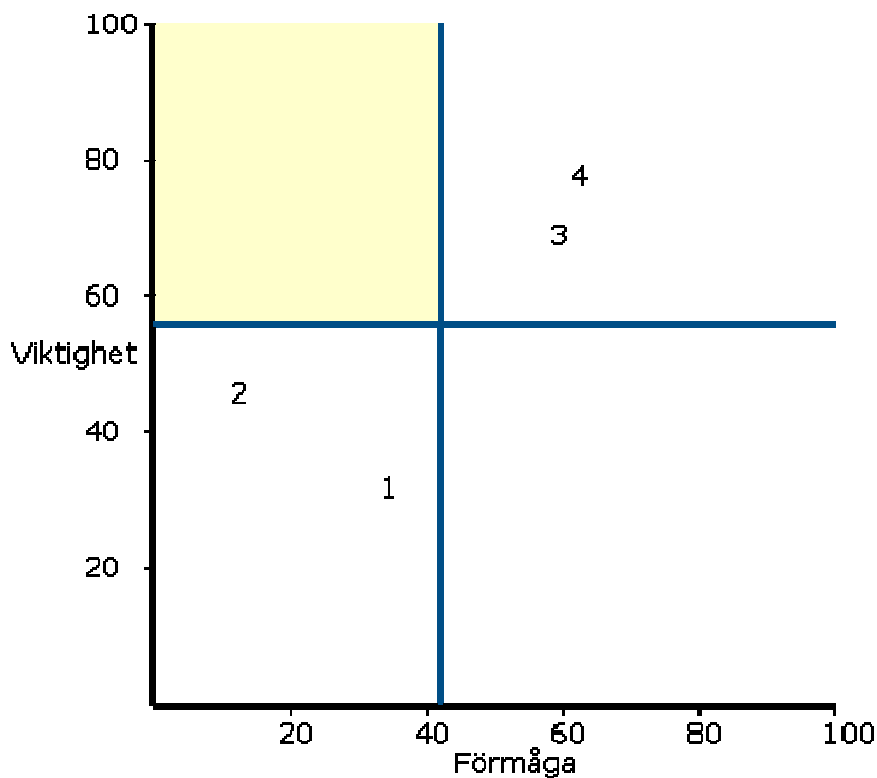
Punkt	Fråga	Viktighet	Förmåga*	Antal svar
<b>1</b>	<b>Restaurangens miljö och atmosfär</b>	<b>31</b>	<b>24</b>	<b>156</b>
<b>2</b>	<b>Utbudet av olika rätter</b>	<b>31</b>	<b>20</b>	<b>143</b>
3	Kvaliteten på maten	11	27	147
4	Personalens omtanke om dig som gäst	29	47	150

\*Förmågavärdet är andelen som svarat minst 6 på en 7-gradig skala

Medlemmarna är inte särskilt nöjda med restaurangen, men å andra sidan är restaurangen av mindre vikt för deras nöjdhet med klubben.

Personalen är restaurangens starkaste kort.

## Golfshoppen



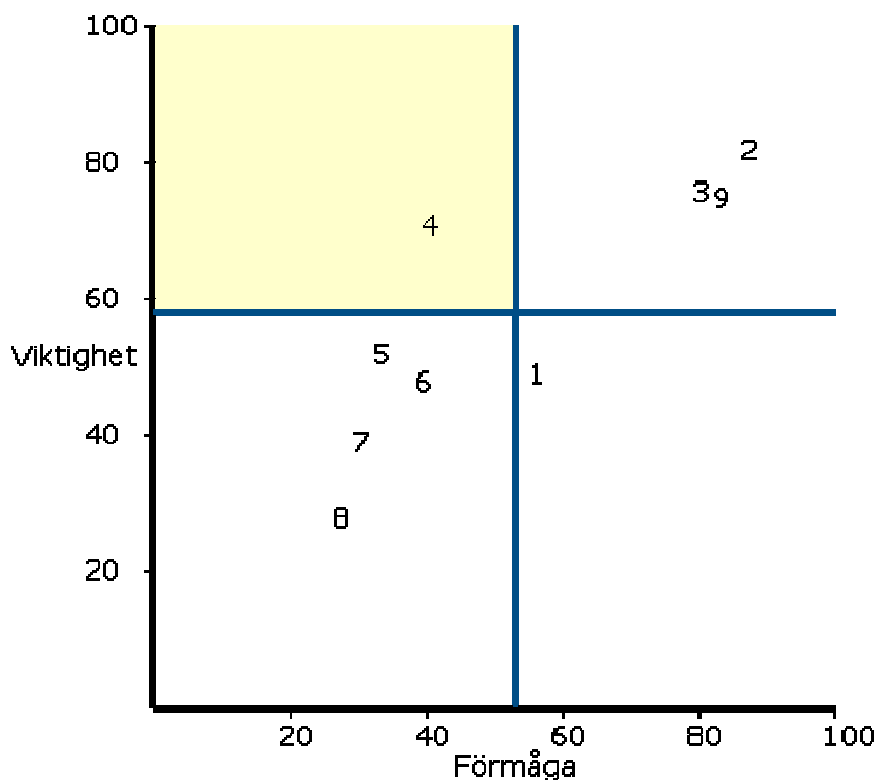
### Tydliga framgångsfaktorer saknas.

Punkt	Fråga	Viktighet	Förmåga*	Antal svar
1	Sortimentbredd	32	35	135
2	Sortimentdjup	46	13	126
3	Kunnigheten hos personalen i shoppen	70	60	121
4	Bemötande och omtanke i shoppen	79	63	134

\*Förmågavärdet är andelen som svarat minst 6 på en 7-gradig skala

Shoppen är välöptimerad. Närmast turborutan ligger sortimentdjupet.

## Spelmöjligheterna



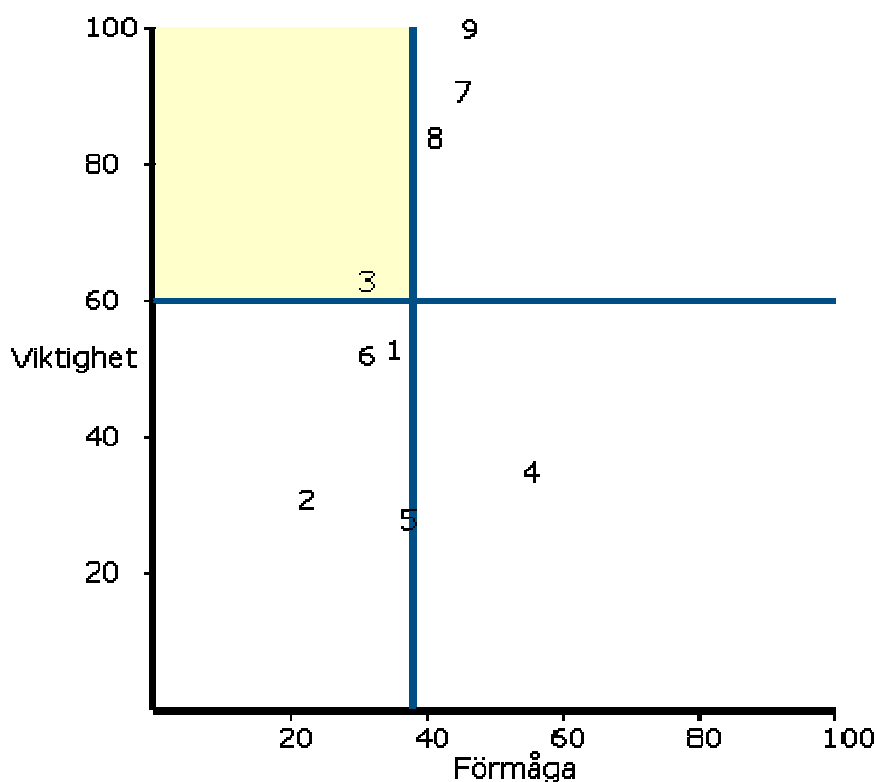
**Viktigast för att förbättra den totala nöjdheten (nöjdhetsindex) är faktorer uppe till vänster i diagrammet (nedan i fetstil).**

Punkt	Fråga	Viktighet	Förmåga*	Antal svar
1	Driving range; helhetsintryck	50	57	155
2	18-hålsbanan; helhetsintryck	83	87	159
3	18-hålsbanan; skötsel	76	80	161
<b>4</b>	<b>18-hålsbanan; priser</b>	<b>71</b>	<b>40</b>	<b>110</b>
5	9-hålsbanan; helhetsintryck	53	34	119
6	9-hålsbanan; skötsel	49	40	113
7	9-hålsbanan; priser	40	30	66
8	"Kiosken"; helhetsintryck	29	28	152
9	Naturen runt banorna	76	84	159

\*Förmågavärdet är andelen som svarat minst 6 på en 7-gradig skala

Priserna på 18-hålsbanan är den största stötestenen för medlemmarna. 9-hålsbanan får låga betyg men är inte lika viktig för den totala nöjdheten. Detta område kan dock bli viktigare om 18-hålsbanan åtgärdas.

## Klubbverksamhet



**Viktigast för att förbättra den totala nöjdheten (nöjdhetsindex) är faktorer uppe till vänster i diagrammet (nedan i fetstil).**

Punkt	Fråga	Viktighet	Förmåga*	Antal svar
1	Tävlingar	54	36	87
2	Sociala sammankomster	32	23	70
<b>3</b>	<b>Kommittéer</b>	<b>64</b>	<b>32</b>	<b>60</b>
4	Juniorverksamhet	36	55	47
5	Klubbtidningen	28	38	136
6	Golfklubbens hemsida	53	32	147
7	Trivsamt i klubben	92	46	149
8	Lockande och spännande klubb	84	42	142
9	En klubb som välkomnar alla	100	46	134

\*Förmågavärdet är andelen som svarat minst 6 på en 7-gradig skala

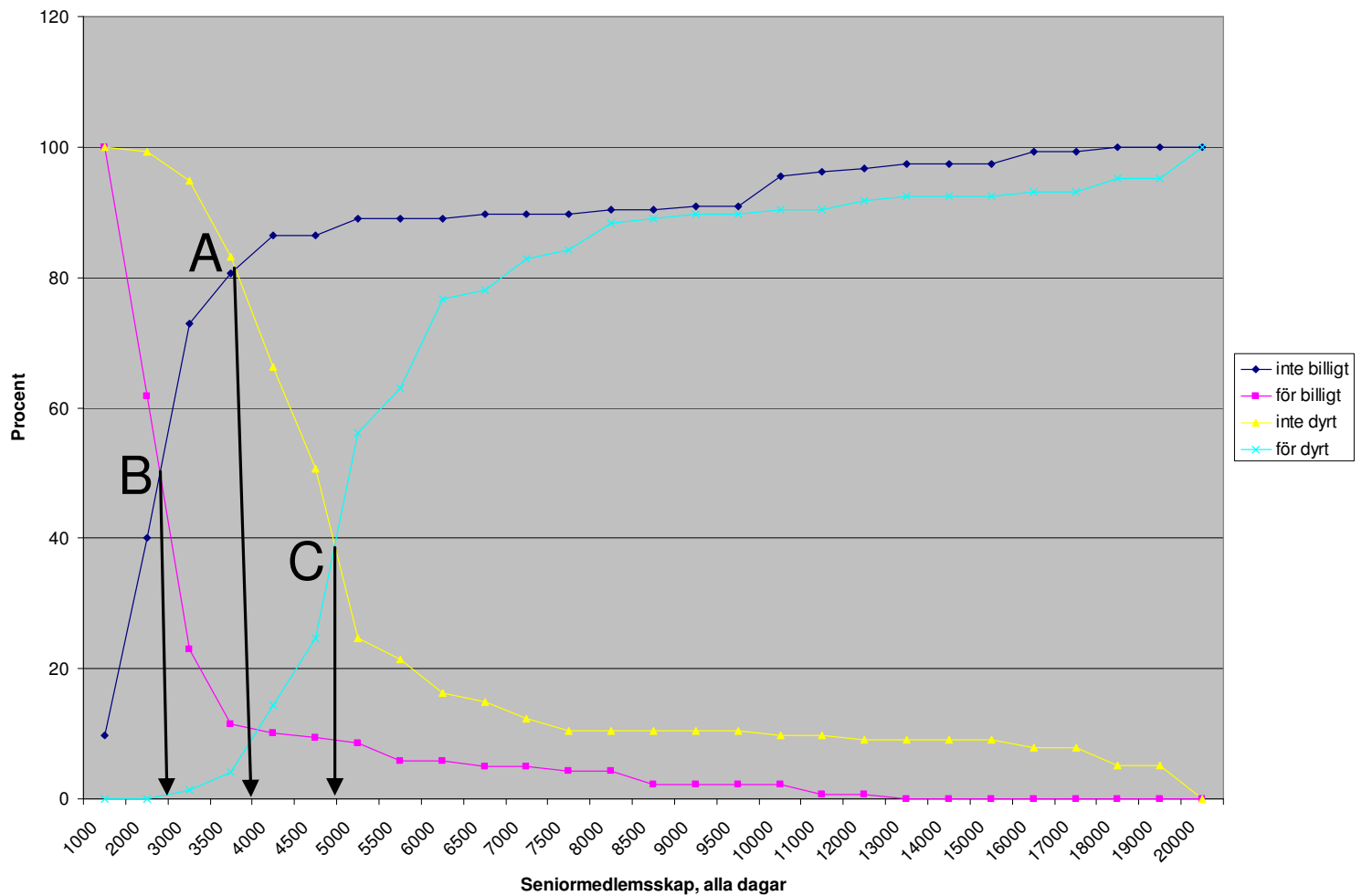
Det är kommittéerna som sticker ut här. Någon kommentar om att kommittéerna borde ta hjälp finns bland de öppna svaren.

## Medelvärden

Fråga	medel
18-hålsbanan; helhetsintryck	6,36
Naturen runt banorna	6,31
Parkeringsmöjligheterna	6,20
Bemötande och omtanke i receptionen	6,13
18-hålsbanan; skötsel	6,11
Tidsbokning via Internet/webb	5,96
Tidsbokning via receptionen	5,95
Tid innan kontakt med personalen	5,82
Kunnigheten hos personalen i shoppen	5,68
Omklädningsutrymmena	5,66
Bemötande och omtanke i shoppen	5,63
<b>Tidsbokning via telefon</b>	<b>5,61</b>
Driving range; helhetsintryck	5,61
Bastun	5,55
Juniorverksamhet	5,45
Helhetsintryck av spelmöjligheterna	5,42
Helhetsintryck av klubbverksamheten	5,37
En klubb som välkomnar alla	5,34
Uteplatsen med utemöblerna	5,33
Trivsamt i klubben	5,32
Servicebyggnaderna	5,30
Personalens omtanke om dig som gäst	5,22
Lockande och spännande klubb	5,21
<b>18-hålsbanan; priser</b>	<b>5,14</b>
Klubbtidningen	5,12
9-hålsbanan; skötsel	5,06
<b>Kommittéer</b>	<b>5,03</b>
Tävlingar	5,02
Golfklubbens hemsida	5,01

Helhetsintryck av golfshoppen	4,97
9-hålsbanan; helhetsintryck	4,95
Sortimentbredd	4,87
9-hålsbanan; priser	4,86
"Kiosken"; helhetsintryck	4,74
Sociala sammankomster	4,66
Kvaliteten på maten	4,63
<b>Restaurangens miljö och atmosfär</b>	<b>4,54</b>
Sortimentdjup	4,44
<b>Utbudet av olika rätter</b>	<b>4,41</b>
Helhetsintryck av restaurangen	4,37
Tidsbokning via röststyrd telefondator	4,31

## Priskänslighetsanalys Botkyrka Golfklubb



A = Köparnas uppfattning om "normalt" pris. Lika många anser produkten vara billig som dyr. Det "normala" priset är där "inte dyr-kurvan" skär "inte-billig-kurvan" \*).

B = Nedre gräns för acceptabelt pris. Lika många anser produkten vara för billig som inte billig. Priset finner man i skärningen mellan "för billig-kurvan" och "inte billig-kurvan".

C = Övre gräns för acceptabelt pris. Lika många anser produkten vara för dyr som inte dyr. Priset finner man i skärningen mellan "för dyr-kurvan" och "inte dyr-kurvan".

**Slutsatser:** Medlemmarna är priskänsliga och det finns inget stort utrymme ovanför nuvarande serviceavgift.

## Bakgrundsfrågor

### I vilken utsträckning deltar du i olika golftävlingar inom och utom klubben?

Tävlar mycket	12 %
Tävlar något	24 %
Tävlar sällan	37 %
Tävlar aldrig	26 %
Ej svarat	1 %
Totalt antal svar	164

### Är du medlem i någon annan golfklubb?

Nej	82 %
Ja	13 %
Ej svarat	5 %
Totalt antal svar	164

#### • Om ja, vilken eller vilka?

- Furudalsbruks golfklubb
- Gripsholm
- Halltorp
- Haninge Strand
- Huddinge
- Huddinge GK
- Huvudstaden
- I utlandet
- IFGK
- Kallfors
- Kallfors GK
- Karlshamns GK
- Katrineholm
- Olofström GK
- Storängen GK
- Trosa GK
- Vidbynäs och Akademiska GK
- Ågesta fr.o.m. nu
- Ågesta och Huddinge
- Österåkers GK

<b>Vilket handikapp har du?</b>	
0	1 %
1 eller 2	1 %
3 eller 4	1 %
5 eller 6	4 %
7 eller 8	2 %
9 eller 10	6 %
11 eller 12	10 %
13 eller 14	4 %
15 eller 16	10 %
17 eller 18	12 %
19 eller 20	4 %
21 eller 22	8 %
23 eller 24	6 %
25 eller 26	5 %
27 eller 28	5 %
29 eller 30	3 %
31 eller 32	3 %
33 eller 34	2 %
35 eller 36	12 %
Ej svarat	1 %
Totalt antal svar	164

<b>Ungefär hur många gånger per säsong spelar du på klubbens bana?</b>	
0 gånger	1 %
1-10 gånger	29 %
10-19 gånger	27 %
20-29 gånger	23 %
30-39 gånger	9 %
40-69 gånger	10 %
70-99 gånger	1 %
100 gånger eller mer	0 %
Ej svarat	1 %
Totalt antal svar	164

<b>Det finns tankar på att utöka servicen på golfbanan. Markera vilka av nedanstående som du eller ditt företag troligen skulle utnyttja</b>	
Restaurang	49 %
Pub	5 %
Hotell/övernattning	8 %
Konferensanläggning	8 %
Inget av ovanstående	27 %
Ej svarat	2 %
Totalt antal svar	164

<b>Om du har markerat hotell och/eller konferens i föregående fråga; ungefär hur ofta skulle du/ditt företag utnyttja dessa?</b>	
Ej markerat hotell eller konferens	19 %
10 gånger eller fler per år	0 %
9 gånger per år	0 %
8 gånger per år	1 %
7 gånger per år	0 %
6 gånger per år	0 %
5 gånger per år	1 %
4 gånger per år	0 %
3 gånger per år	2 %
2 gånger per år	2 %
1 gång per år	7 %
Ej svarat	68 %
Totalt antal svar	164

<b>Vad anser du? Skulle en utbyggnad med hotell- och konferensverksamhet på golfbanan totalt sett innebära mest fördelar eller mest nackdelar?</b>	
Absolut mest fördelar	5 %
Troligen mest fördelar	28 %
Varken eller	15 %
Troligen mest nackdelar	33 %
Absolut mest nackdelar	9 %
Ej svarat	10 %
Totalt antal svar	164

<b>Hur gammal är du?</b>	
Under 20 år	4 %
20-29 år	2 %
30-39 år	13 %
40-49 år	25 %
50-59 år	29 %
60-69 år	23 %
70 år eller äldre	4 %
Ej svarat	1 %
Totalt antal svar	164

<b>Är du?</b>	
Kvinna	21 %
Man	77 %
Ej svarat	1 %
Totalt antal svar	164

Undersökningens startdatum: 2007-08-21

Undersökningens slutdatum: 2007-09-07

Svarsfrekvens: 61%