

Eagle Golfguide

Score 54 - Eagle Golfguide

Programm / Ausschreibung	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 4. Ausschreibung 2017	Status	abgeschlossen
Projektstart	17.01.2018	Projektende	16.01.2020
Zeitraum	2018 - 2020	Projektlaufzeit	25 Monate
Keywords	Golftourismus, Prozessdigitalisierung, Unterstützungsdienste KMU		

Projektbeschreibung

Derzeit sind Golfspieler und -reisende dazu gezwungen, bis zu 15 verschiedene Kanäle und Tools (Webseiten, Apps, Verzeichnisse, Handhelds) zu nutzen, um eine Golfreise bzw. einen Tages-Golfausflug zu planen, durchzuführen und Informationen (z.B. die Resultate der Freunde, Fotos) zu sammeln bzw. zu archivieren. Dabei müssen verschiedenste Webseiten und Apps besucht werden, um Information zu den gewünschten Destinationen zu erhalten. Ein typischer Ablauf wäre beispielsweise der Besuch der Webseiten der Golfclubs, um relevante Informationen zu erhalten, die Analyse der Tourismuseiten (lokale Tourismusverbände), Hotelplattformen (tripadvisor, booking.com) und Restaurantführer, die Mitnahme von papierbasierten Scorekarten auf den Platz, oder als Vorab-Download, die Mitnahme und der Einsatz von eigenen Messinstrumenten (GPS-basiert) zur Bestimmung von Distanzen während der Runde, die Nutzung des Smartphones zur Festhaltung von Erinnerungsfotos und teilen auf einer externen social media Plattform.

Mit der bereits als Prototyp bestehenden, digitalen Lösung von Score54 ist es unter dem Motto „Play, Stay, Eat, Meet“ möglich, den gesamten Prozess von der Planung, der Durchführung und der Nachbearbeitung durchgängig auf einer App (oder alternativ auf der Website) zu beschreiten. Der Prototyp ist in seinen Basisfunktionen technisch funktions- sowie marktfähig. Seit April 2017 wurden bereits ca. 7.000 Downloads verzeichnet. Die NutzerInnen können aktuell bereits die Basisfunktionen nutzen.

Unsere Zielgruppen sind Golfer (gratis Nutzung) und Golf-Clubs, bzw. Partnerbetriebe (bezahlen für Repräsentation auf dem Eagle Golf Guide). Zur anstehenden Markteinführung sollen weitere Features in der bestehenden Lösung integriert werden, um den One-Stop-Charakter auszubauen und VertriebsmitarbeiterInnen in 9 Zielregionen rein auf Provisionsbasis beschäftigt werden, deren Aufgabe die Gewinnung neuer Golfplätze bzw. Partnerbetriebe sein wird. Des Weiteren ist die Präsenz auf Golfmessen und Profigolfturnieren geplant, um sowohl Partnerbetriebe als auch potentielle User anzusprechen. Diese Aktivitäten sollen von Events (Gewinnspielen, Golfturniere) und Online bzw. Printwerbung in unserem (bei der Zielgruppe bekannten) Magazin „Perfect Eagle“ begleitet werden. Die technischen Entwicklungstätigkeiten umfassen zusätzliche Features, die in die App und Homepage integriert werden sollen – hier sind beispielsweise die Scorekarten und ein GPS basiertes Birdybook (grafische Darstellung samt Distanzen für die Golfrunde) geplant, sowie die Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit geplant.

Ziel ist es, dem Golfer ein Tool in die Hand zu geben, mit dem er sämtliche relevanten Informationen und Features zur Planung, Durchführung und Nachbearbeitung einer Golfreise aus einer Hand bedienen kann.

Abstract

Golfers are forced to use up to 15 different channels and tools (Websites, Apps, Registers, Gadgets) when planning a golf-trip. A typical process would present itself as follows:

One has to visit various websites to gather relevant information about the target-destination and its golf courses, one will then check up on (Google, etc.) and book Golf-Hotels (Booking.com, etc.) on different platforms. Once booked, the next step would be to check up on tourist-attractions and points of interest within the chosen destination on yet another medium (restaurant-guides, TripAdvisor, etc.) Once arrived at the destination, checked in at the hotel and arrived at the golf course, processes are similarly difficult (paper based score-cards, GPS-tracking-tools to measure distances, social media groups to coordinate further activities or share taken pictures or scores).

The aim when creating our digital travel- and golf guide under the premise of our core-concept “Play, Stay, Eat, Meet” was to get rid of clutter, digitalizing a complex, heterogenous process while always keeping the focus on usability. Our Eagle Golf Guide enables our target group to run through the whole process (as described before) within one solution.

The Eagle Golf Guide comes in two versions: An App and a website (limited to travel-planning-functions). Both are fully functional and market ready. The App-Prototype, with it's basic core functions is available at the play store since April 2017 and has been downloaded more than 7000 times, allowing us to constantly gather feedback from our Users.

During our Market-entry we will add another layer of features to the product (no technological risk involved). The features will be: a digital scorecard, a digital birdie book and a group-travel-tool.

Our solution focuses on two customer groups: Golfers (free usage) as well as golf-clubs and related businesses (paying to be represented in the eagle golf guide).

During our Marketing campaign we plan to establish the Eagle Golf Guide in 16 countries, using external sales staff on a commission basis. As of marketing we will rely on target-group-centred marketing activities, such as trade fairs, tournament presence, social media campaigns and search engine marketing. Additionally, our well-established inhouse magazine Perfect Eagle will implement the concept “Play, Stay, Eat, Meet” in order to increase brand recognition within the target group.

Our aim is to reach and connect our target groups with our product, which digitalizes and merges all processes that occur when doing a golf-trip or spending a golf-day.

Projektpartner

- SCORE 54 GmbH