

Mail FFG du 10 avril 2020

Madame la Présidente, Monsieur le Président  
Madame la Directrice, Monsieur le Directeur,

Tout d'abord, nous espérons que votre santé est bonne, ainsi que celle de vos proches.

Il est encore trop tôt pour mesurer quelles seront les conséquences de la distanciation sociale sur la vie de club.

Depuis le début de cette crise, l'ensemble de nos services se sont mobilisés afin d'accompagner les gestionnaires d'équipements en les informant et en les accompagnant dans leurs démarches d'ordre administratif et social liées à la suspension de l'activité de la filière golf.

La majorité des structures ont réduit leur activité au strict nécessaire, à savoir la préservation du terrain.

Aussi, nous invitons les associations sportives à faire preuve d'une grande solidarité envers les gestionnaires des golfs, qui se battent pour la survie du club. Dans ce contexte de crise, l'engagement associatif est plus que jamais important afin de renforcer le lien social avec les membres AS et abonnés pour pérenniser aux côtés des gestionnaires la vie du club.

Vous êtes déjà nombreux à faire preuve de bonnes pratiques et nous constatons chaque jour de nouvelles initiatives au travers des réseaux sociaux.

Conscient que toutes les associations notamment ne possèdent pas la même maîtrise des outils numériques, nous vous avons préparé une boîte à outils (cliquez ici <Boîte à outils numériques>) pour vous accompagner dans leur utilisation.

A la lecture de ce document, vous, ou la personne en charge de la communication, constaterez la facilité de mise en œuvre de ces outils digitaux.

Nous vous conseillons dans un premier temps d'identifier la communauté visée. Le ciblage est très important en communication digitale et par conséquent le message pourra être différent selon le public (ex : joueurs abonnés/membres du club ou joueurs green-fee). De même, vous devrez prendre en compte les différents profils d'utilisateurs selon les réseaux sociaux choisis (ex : jeunes de l'école de golf ou joueurs séniors du club).

Avec le message rédigé et le public défini, la dernière étape est de choisir :

1. La forme de votre message : Newsletters, photos, vidéos, etc.
2. Le canal de diffusion : e-mailing/campagne SMS, votre site internet ou les réseaux sociaux (Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, etc).

La réussite de vos différentes opérations « maintien du lien social » passera par la création et la diffusion régulière de contenus, la captation du public cible, son engagement et son interaction. Une page facebook ou instagram est un média, et comme tous les médias il doit être vivant et alimenté régulièrement par des infos.

Peu importe le rythme, nous devons y trouver les dernières actualités de votre club. N'oubliez pas de publier !

Vous avez également à votre disposition, pour aider vos membres à rester en bonne forme golfique et physique, les vidéos de l'Académie ffgolf : <https://www.ffgolf.org/Progresser/Tous-les-tutos/Physique/Muscle-ton-Swing>

Nous restons à votre disposition au travers de l'e-mail : [relations.clubs@ffgolf.org](mailto:relations.clubs@ffgolf.org)

En attendant, prenez soins de vous et #RestezChezVous !

Avec tout notre soutien

La Fédération française de golf