



Strategisk verksamhetsplan 2019-2023





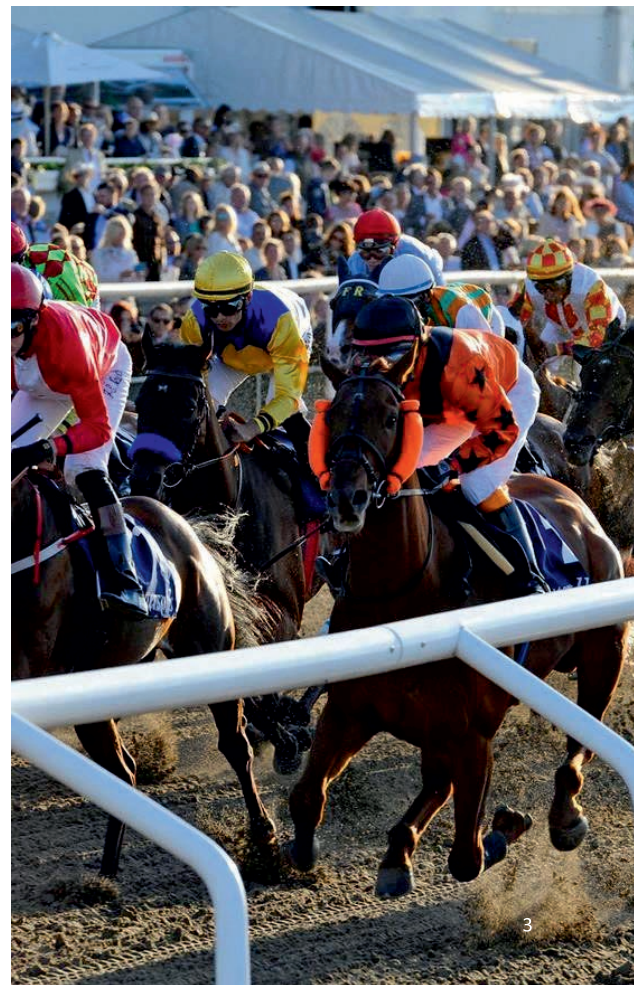
Innehåll

1. Första sidan
2. Innehåll
3. Inledning
- 4-8. Omvärldsanalys
9. Vision
10. Målbild 2019-2023
11. Nuläge & Effekter
12. Strategiska nyckelaktiviteter
- 13-14. Nyckelaktivitet 1 **Tillväxt**. Prioriterade aktiviteter/mål
- 15-16. Nyckelaktivitet 2 **Attraktion**. Prioriterade aktiviteter/mål
- 17-18. Nyckelaktivitet 3 **Affärsmässighet**. Prioriterade aktiviteter/mål
- 19-20. Nyckelaktivitet 4 **Organisation**. Prioriterade aktiviteter/mål
21. Årshjul
22. Organisationsstruktur
23. Aktivitetsplan sport
24. Mätbara mål
25. Aktivitetsplan IT
26. Mätbara mål
27. Aktivitetsplan marknad/kommunikation
28. Mätbara mål
29. Aktivitetsplan ekonomi
30. Mätbara mål
31. Mätbara mål publik på banorna
32. Mätbara mål sociala medier
33. Mätbara mål antal besök på hemsidornas websidor
34. Svensk Galopps förändringspyramid



Inledning

- Galoppen är inne i en negativ spiral med ett färre antal födda hästar, hästägare, publik på banorna och mindre spel. Sverige har relativt sett en liten utbredning och för att kunna växa krävs det stora investeringar.
- Se omvärldsanalys sid 4-8.
- Sista december 2018 avreglerades den svenska spelmarknaden vilket innebär nya utmaningar att finansiellt ställa om och börja arbeta mot att bli självförsörjande.
- Svensk Galopp måste skapa nya intäktströmmar och arbeta långsiktigt med gemensam målbild.
- Fokus under 2019 kommer i huvudsak att koncentreras till ett par övergripande strategier och genom att arbeta mot dessa med tydliga mätbara mål och uppföljningsrutiner kommer vi att nå dem.
- Den styrmodell som Svensk Galopp väljer att använda har sin grund i det strategiarbete som styrelsen påbörjade tillsammans med utvalda medlemmar från de tre sällskapen.
- Under Q4 2018 genomfördes vid respektive sällskap ett strategiarbete som låg till grund för det beslut som togs vid rådslaget. Det arbetet är grund för den förändringsprocess som nu Svenska Galopp går in i.



Omvärldsanalys

1. Skapa **tillväxt** såväl kvantitativt som kvalitativt.
2. Öka **attraktionen** för Galoppen.
3. Vara **affärsmässiga** i alla åtaganden.
4. Utveckla **organisationen** strategiskt och operativt.





Omvärldsanalys forts.

- För tillfället går antal aktiva ner och galoppens ekonomiska utveckling är osäker. Hästantalet m.m minskar. Se nyckeltal sidan 19.
- Galoppen syns knappt och kommunikationen med omvärlden är svag. Detta gäller också internt.
- Organisationen ägnar sig åt brandsläckning och proaktivitet saknas.
- Känsla av ovisshet, vänteläge och vemod skapar frustration.
- Ägarna är engagerade och efterfrågar en förändrad organisationsstruktur såväl för de förtroendevalda som den operativa organisationen.



Omvärldsanalys forts.

- Tillväxt är nödvändigt för att sporten ska kunna växa, utvecklas, och attrahera en bredare publik som i sin tur ska bidra till större spelomsättning. En seriös satsning på ungdomsverksamheten är nödvändig för utvecklingen och framtiden.
- Attraktionskraften måste bli starkare och det genom olika arrangemang och upplevelser som är prisvärda, tillgängliga och välkomnande.
- Att vara affärsmässiga innebär att Svensk Galopp börjar kapitalisera på anläggningar genom att erbjuda mervärde till kunderna. Det kan gälla konferenser, sociala aktiviteter och annat som människor/grupper efterfrågar, eller investeringar i samverkan med partners, som hotellverksamhet, boende, ridanläggning, sponsring och samarbeten.
- Organisationen behöver tydliga direktiv och handlingsplaner som bygger på marknadsundersökningar och målgruppanalyser för att identifiera hästägare, spelare, publik och aktivas behov.

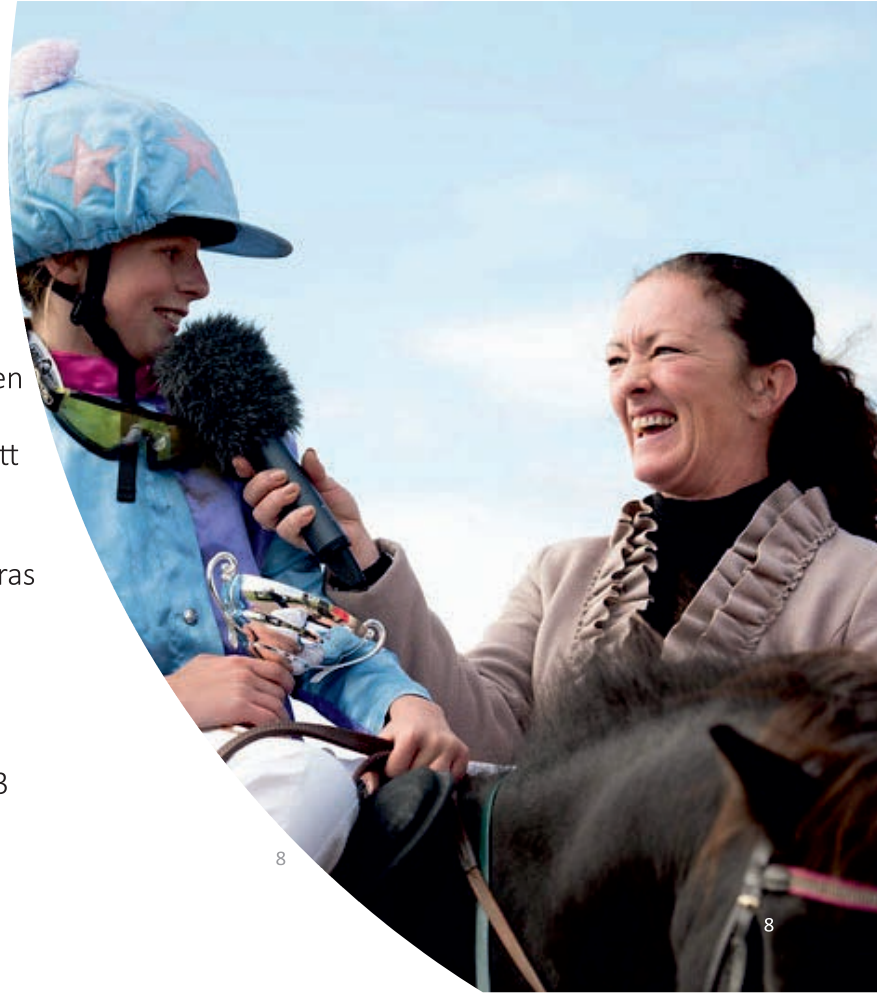


Omvärldsanalys forts.

- Styrverktyg och metoder för att utarbeta planer för verksamhetsutveckling m.m. saknas och kulturen präglas av låt-gå mentalitet och fragmentisering.
- Styrning och ledning måste utvecklas och tydlighet mellan styrelse och operativ organisation måste klargöras.
- Styrelsen är i för hög grad operativ. Den operativa organisationen måste i större grad leverera det styrelsen beslutar och beställer.

Sammanfattning

- Tillväxten måste öka
- Omvärldsanalysen pekar på att man kan göra galoppen mer attraktiv
- Hästägare och aktiva behöver känna framtidstro för att våga satsa och utveckla sporten
- Attrahera nya och yngre människor
- Marknadsföring och kommunikationen måste förbättras
- Affärspartnerskapet måste utvecklas
- Spel och marknader måste utvecklas
- Bättre affärer kan och måste göras
- Organisationsstrukturen måste omgående ses över och anpassas till de mål som ska vara uppnådda 2023





Visionen 2019-2023

Svensk Galopp är en attraktiv mötesplats för besökare som är tävlingssugna och vill ha upplevelser!



Målbilden 2019-2023

En lönsam- och affärsdriven galoppsport

- Omsättning (enligt årsredovisningen) 500 miljoner 2023.
- Fler hästar, hästägare, aktiva och galoppälskare.
- Tillsammans med hästen ska vi skapa aktiviteter och evenemang som förgyller människors vardag.
- Vi ska göra galoppsporten mer välkomnande, attraktiv och rik på upplevelser.





Strategiska
Nyckelaktiviteter

Tillväxt

Attraktion

Affärsmässighet

Organisation



Nuläge 2018

1. Svensk uppfödda registrerade föl 234
2. Antalet hästar i träning 900
3. Antalet professionella tränare 49
4. Antalet amatörtränare 114
5. Omsättning (enligt årsredovisningen) 228,6 MSEK

Effekter av verksamhetsplanen 2019-2023

1. Svensk uppfödda föl . Öka med 10% per år.
2. Antal hästar i träning 1200
3. Antal professionella tränare 60
4. Antalet amatörtränare 135
5. Omsättning (enligt årsredovisningen) 500 MSEK



Nyckelaktivitet 1. Tillväxt

Vad:

Utveckla galoppsporten i volym och kvalitet.

Hur:

- Alltid ta betalt för tjänster som vi erbjuder till sportinfomottagare exempelvis inträdesbiljetter och reklamplats.
- Sälja TV tid mot riktade kunder.
- Dela upp försäljning lokalt och regionalt.
- Tydliggöra internt skillnad mellan försäljning och event.
- Öka antalet hästar, hästägare, tränare och aktiva.

Vem: VD





Nyckelaktivitet 2. Attraktion

Vad:

- Vi måste bli mer synliga i branschtidningar, allmän och social press.
- Hålla galoppintresset levande året runt.
- Arbeta med förebilder och drömmar inom galoppsporten.
- Öka kunskapen om galoppsporten.
- Satsning på ungdomsverksamhet.
- Förädla banorna.

Hur

- Kommunicera mer och regelbundet.
- Erbjud kunden en bättre upplevelse och service på alla tre banorna.
- Vässa paketeringen av häst och spelerbjudande.
- Profiler våra stjärnor oavsett om de är två eller fyrbenta.

Vem VD i samarbete med sällskapen





Prioriterade nyckelaktiviteter- Tillväxt

1. Öka professionalism hos aktiva och ägare.
2. Stimulera till fler födda föl.
3. Satsa på bättre kommunikation och marknadsföring internt och externt.
4. Erbjuder ett attraktivt tävlingsprogram och prispengar.



Prioriterade nyckelaktiviteter- **Attraktion**

1. Bygga och utveckla infrastruktur på banorna
2. Attraktiva mötesplatser
3. Ge bra kundvård/service
4. PR och marknadsföring
5. Bra spelformer
6. Fler tävlingsdagar



Nyckelaktivitet 3. Affärsmässighet

Vad:

- Förädla mark som SG äger kring sportanläggningarna.
- Bygga en ny anläggning i Skåne.
- Modernisera och utveckla anläggningen i Göteborg.
- Färdigställa anläggningen på Bro Park.
- Utveckla samarbete med kommuner och andra intressenter.

Hur:

- Ta fram konkreta planer och mätbara mål för ovannämnda projekt.
- Skapa och tillåta en kultur och miljö som andas framtid.

Vem: VD, styrelse och sällskapen





Prioriterade nyckelaktiviteter- Affärsmässighet

1. Vårda ATG relationerna
2. Öka intäktsmassan genom att bättre utnyttja och utveckla våra anläggningar
3. Utveckla IT och modernisera system
4. Skaffa affärspartners
5. Kapitalförvaltning



Nyckelaktivitet 4. Organisation

Vad:

- Leda och bidra till affärsutveckling för Svensk Galopp.
- Lönsamhet och affärsdriven verksamhet.
- Ungdomssatsning.

Hur:

- Decentraliserad, anpassad, smart och kostnadseffektiv organisation.
- Tydliggöra ansvar och befogenheter mellan styrelse och sällskap.
- Uppdatera stadgar och anpassa dem till nutid.
- Tydlig organisationsstruktur.
- Kompetensanpassa ledningen till nya förutsättningar.

Vem: Vd, styrelse och sällskapen.





Prioriterade nyckelaktiviteter- Organisation

1. Starta en kompetensinventering
2. Decentralisera vissa funktioner ex lokala team för marknad, anläggning
3. Kostnadseffektiv organisation
4. Outsourca tjänster



Organisationsstruktur

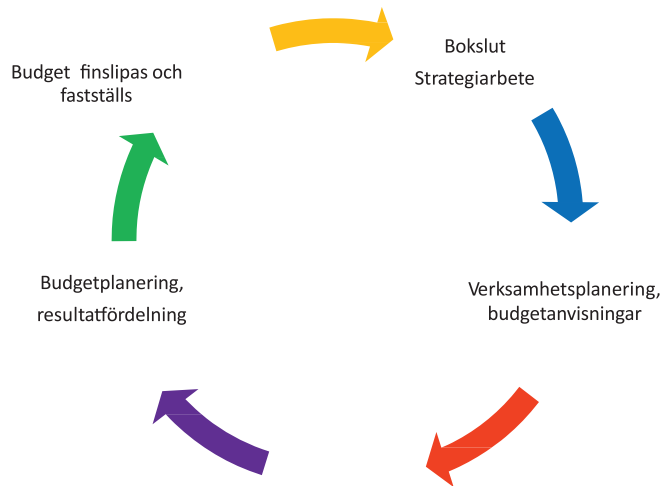
- Målbilden ställer krav på resultatrik organisation som kan möta framtiden och driva verksamheten mot uppställda mål.
- Översyn av den förtroendevalda organisationen inklusive modernisering av stadgar och regelverk.
- Skapa en operativ organisation som kan möta ägarnas krav och genomföra de strategiska beslut som styrelse och fullmäktige efterlyser.
- Översyn av kompetenser, resurser och arbetssätt och arbetsformer.

Rutiner för uppföljning och
rapportering ska fastställas av
organisationen efter stämman.
Deadline 1 juni.



ÅRSHJUL

- Ekonomi
- Marknad
- Kommunikation
- Sport
- IT





Exempel aktivitetsplan Sport

Svensk Galopp AB	jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	Q1-rapport	Q2-rapport	Q3-rapport	Q4-rapport
Aktivitet																
Avdelning/Ansvarig																
Vidareutveckla våra events, så de blir internationellt attraktive.						WJWC	Derbyt		St Cup							
Färdiggöra avtalsskrivning med funktionärer			X	X												
Öka mysfaktorn på våra anläggningar																
Bli synlig för internationella intressenter. (Ägare). Visa fördelarna vid att äga häst i Sverige.																
Marknadsföra prispengar utvecklingen per häst i Sverige.																

25

MÄTBARA MÅL IT

Definiera

- A)
- B)
- C)

Deadline

- A)
- B)
- C)

Handlingsplan/budget

- A)
- B)
- C)



MÄTBARA MÅL SPORT

Definiera

- A)
- B)
- C)

Deadline

- A)
- B)
- C)

Handlingsplan/budget

- A)
- B)
- C)





Exempel aktivitetsplan kommunikation/marknad

Svensk Galopp AB	jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	Q1-rapport	Q2-rapport	Q3-rapport	Q4-rapport
Aktivitet																
Avdelning/Ansvarig																
Utveckla CRM-system								X								
Lansera nya webbplatsen									X							
Genomföra – och förbättra - galoppens största evenemang																
Öka kommunikationen till galoppportens intressenter																
Kommunikationsinsatser till nya målgrupper genom press, sociala medier och bansajter																



Exempel aktivitetsplan ekonomi

Svensk Galopp AB	jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	Q1-rapport	Q2-rapport	Q3-rapport	Q4-rapport
Aktivitet																
Avdelning/Ansvarig																
Effektiviserad bokslutsprocess																
Bättre månadsrapportering till styrelse																
Modell för bättre hantering av prispengar																
Tydligare månadsutskick till aktiva																

MÄTBARA MÅL MARKNAND/KOMMUNIKATION

Definiera

- A)
- B)
- C)

Deadline

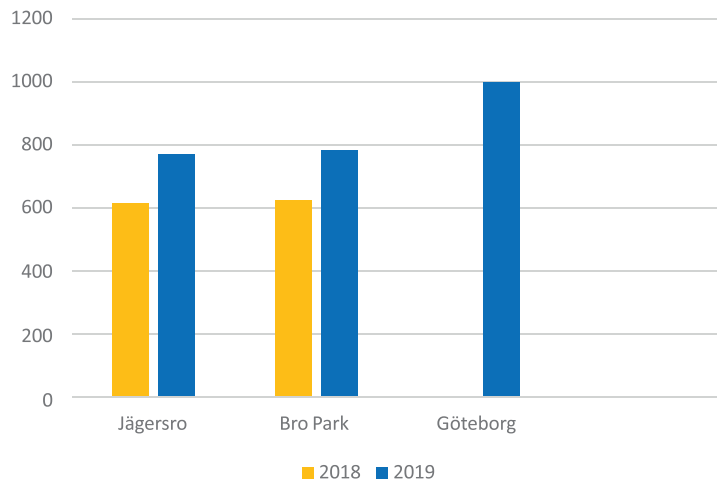
- A)
- B)
- C)

Handlingsplan/budget

- A)
- B)
- C)

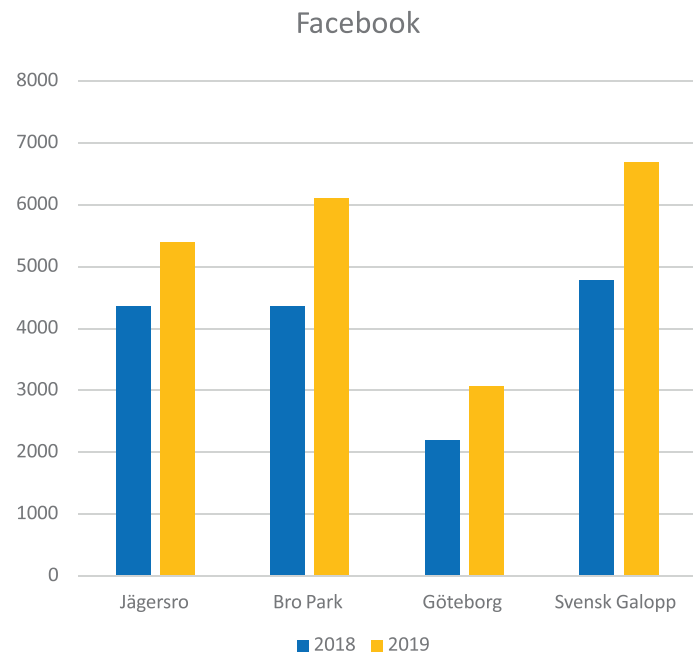


Exempel på mätverktyg:
Öka publik på banorna från föregående år

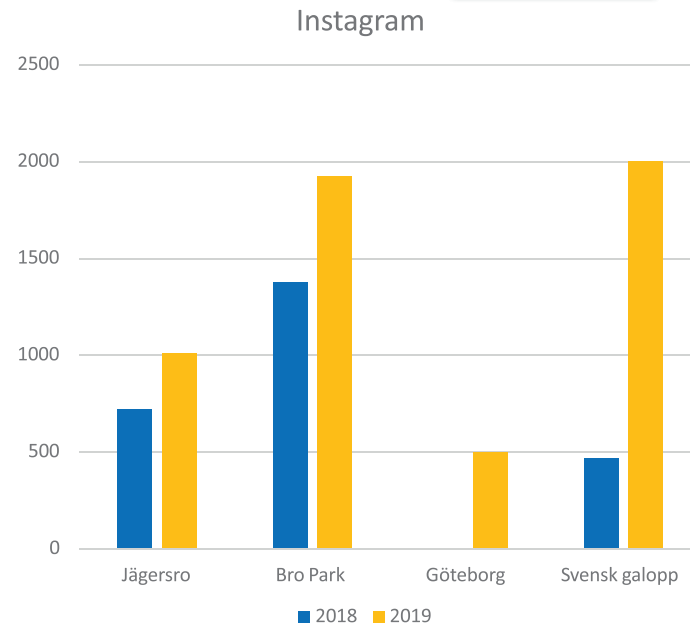


- Jägersro totalt antal totalt 19 275 personer på 25 tävlingsdagar
- Bro Park totalt 27 440 personer på 35 tävlingsdagar
- Göteborg totalt 10 000 på 10 tävlingsdagar

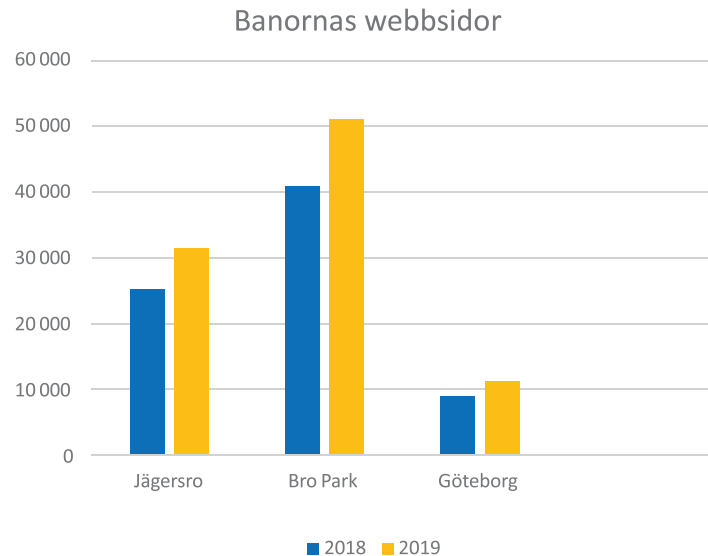
Öka FB från föregående år



Öka Insta från föregående år



Öka antalet besök på banornas webbsidor med minst 25%







2019 Strategisk Verksamhetsplan 2019-2023, Stockholm

@Svensk Galopps Styrelse(SG), Stockholms Galoppsällskap(SGS), Göteborgs Galoppsällskap(GGS) och Skånska Fältrittklubben

I arbetsgruppen har följande personer ingått:

Per Larsson, ordförande (SG), Susanne Hamilton, styrelseledamot (SG), Lisbeth Bolin(SGS), Christer Gråberg (SG), Stig Pilroth (GGS), Bo Jacobsson (SKF), Henrik Engblom(GGS), Håkan Birger (SKF)

Tryck: Text 4U