



Ibexa vise juste avec la Fédération Française de Golf



La Fédération Française de Golf propose des services, des informations à ses 420 000 golfeurs amateurs français, soit plus de la moitié du nombre total de joueurs du pays. Les frais d'adhésion représentent l'essentiel des revenus de la ffgolf, donc retenir et recruter des membres est la priorité numéro un. Dans d'autres grandes nations jouant au golf - les États-Unis, le Japon et le Royaume-Uni - l'adhésion à une association a stagné. Par conséquent, la ffgolf se concentre sur le contenu numérique et les médias sociaux. La migration vers une plateforme d'expérience numérique moderne était la pierre angulaire de cette stratégie centrée sur le client.

La Fédération Française de Golf a migré son site Internet vers Ibexa DXP afin de moderniser l'expérience client. Son approche axée sur le contenu et son engagement ciblé grâce aux médias sociaux ont stimulé les revenus publicitaires et entraîné une augmentation du nombre de partenaires commerciaux désireux de s'affilier à la marque. Les adhésions à la ffgolf sont en hausse, et quand un nouveau passage à la version 3 de la DXP d'Ibexa, la personnalisation pourrait amplifier ces résultats.

La Fédération Française de Golf représente plus de la moitié des joueurs amateurs du pays mais son ambition est de les voir tous inscrits. La stratégie ? Fournir un contenu pertinent et de plus en plus personnalisé sur le site internet et les médias sociaux. L'outil ? Ibexa DXP est à la fois robuste et polyvalent pour permettre aux contributeurs d'alimenter une vaste gamme de types de contenu vers un backend intuitif.

Le site génère une audience importante - nous parlons de dizaines de millions de pages vues tout au long de l'année. Et nous devons présenter une expérience utilisateur de qualité.

Michael Akrich, Directeur du Département Médias, ffgolf

! Défis

- Mettre en œuvre une plateforme capable de fournir du contenu, de l'interactivité et des services aux membres tout en absorbant les pics de trafic
- Accélérer l'activité sur les plateformes de médias sociaux
- Contrôler et diffuser du contenu multicanal à partir d'une seule source
- Améliorer l'expérience utilisateur et augmenter le trafic
- Développer des fonctionnalités de recherche plus polyvalentes sur le site
- Capacité à générer du contenu et de nouveaux sites rapidement

📦 Résumé du Projet

- Migration d'eZ Publish vers eZ Platform 1.7 avec le Legacy Bridge
- Redirection des URL
- Synchronisation du contenu via les API
- Implémenter l'authentification unique pour les membres de la fédération
- Moteur de recherche intégré pour les événements et les terrains de golf les plus proches
- Prêt à migrer vers Ibexa DXP 3au printemps 2021.

📈 Avantages Commerciaux & Retours sur Investissements

- Backend intuitif pour 30 contributeurs internes et externes
- Absorbe sans effort les pics de trafic lors des tournois majeurs
- L'augmentation du nombre de visiteurs et la diversité du contenu pertinent augmentent les revenus publicitaires
- L'adhésion est en hausse
- Une présence de marque plus forte attire de nouveaux partenariats commerciaux



Pourquoi Ibexa?

Un moyen important de d'assurer l'avenir est d'assurer la continuité. Une migration d'eZ Publish vers Ibexa DXP a permis aux contributeurs de se familiariser très facilement avec le nouveau backend, tandis que le Legacy Bridge a fourni la stabilité requise par la Fédération Française de Golf, compte tenu de la quantité de contenu.

Le framework Symfony était un facteur technique important tout comme la robustesse du site qui connaît des pics de trafic considérables lors de tournois importants (notamment la Ryder Cup en 2018). Avec Ibexa, la solidité du système va de pair avec la virtuosité de son contenu - et met l'accent sur le contenu pertinent et le fondement de la stratégie de croissance de la ffgolf.

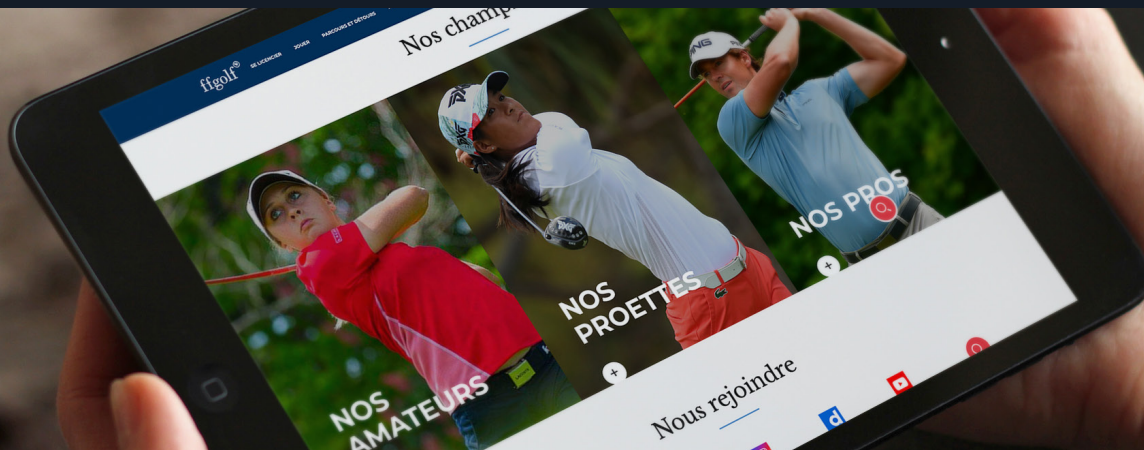
Le nombre de membres a augmenté pour atteindre les 20 000 membres grâce à une nouvelle stratégie numérique

En France, le golf est une industrie de 1,5 milliard d'euros de recettes annuelles, ce qui correspond à plus de recettes annuelles que le box-office français. Sur les 800 000 golfeurs français passionnés, près de 420 000 sont affiliés à la Fédération Française de Golf (la ffgolf). Bien que la ffgolf ait connu une croissance spectaculaire depuis les années 1970, la fédération s'est récemment fixé un défi ultime : convaincre chaque golfeur français de devenir membre ou, comme l'explique Michael Akrich, Responsable des Médias de la ffgolf, « nous mobiliser chaque jour pour nos adhésions est la porte d'entrée des services pour tous les golfeurs. »

Le modèle de revenus d'organisations comme la ffgolf dépend dans une large mesure (80% dans le cas de la fédération française) des cotisations des membres. Dans les nations matures du golf, notamment aux États-Unis, au Japon et au Royaume-Uni, les revenus de licences stagnent ou diminuent régulièrement, mais grâce à la position stratégique proactive de ffgolf - et au rôle qu'Ibexa joue dans son déploiement - cette tendance a été inversée : en 2019, le nombre de membres a augmenté de 20 000.

L'ambition d'inscrire chaque golfeur français en tant que membre implique la nécessité d'avoir un message fort pour chaque joueur de la ffgolf. Comme pour toute autre entreprise à l'ère de la numérisation, la fédération a dû devenir plus agile dans sa manière d'innover son produit et son expérience client. « Nous devons pouvoir être en contact régulier avec les golfeurs - l'ensemble des golfeurs - pour leur dire ce que nous faisons avec leurs membres, pour les informer des offres et les services que nous proposons », explique Michael Akrich. « C'est pourquoi nous avons décidé de nous concentrer sur les contenus, ainsi que les plateformes numériques et les réseaux sociaux. »

Le site attire 250 000 visiteurs par mois, avec des pics à plus de 400 000 visiteurs lors des tournois.



une DXP moderne permet d'offrir une expérience utilisateur de qualité

Le site internet de la ffGolf est un des principaux piliers de la stratégie d'adhésion de la fédération. Le site attire 250 000 visiteurs uniques par mois, avec des pics de 400 000 lors des tournois importants. ffGolf.org est un portail B2C qui informe les membres existants et les membres potentiels sur les services et les réductions offerts par les partenaires de la ffGolf et les clubs associés. Le site gère un calendrier des compétitions de golf qui renvoie aux formulaires d'inscription pour les tournois ; les résultats détaillés sont extrêmement appréciés. « Ils génèrent une audience importante », déclare Michael Akrich. « Nous parlons de dizaines de millions de pages vues tout au long de l'année. » Un espace personnalisé « réservé aux membres » donne accès aux offres et services accessibles aux membres, et permet d'accéder aux statistiques individuelles des joueurs telles que la performance des tournois et le handicap.

C'est ainsi que Michael Akrich résume pourquoi la ffGolf avait besoin d'une plate-forme d'expérience numérique (DXP) moderne : « C'est à la fois un site d'information et de contenu », dit-il. « C'est aussi un site de services. Et c'est là que réside le plus grand défi. Nous devons réussir à marier le contenu éditorial avec tous ces services afin de présenter une expérience utilisateur de qualité.

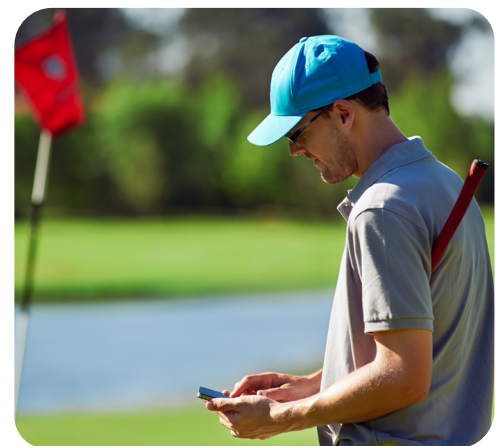
La ffGolf a opté pour Ibexa DXP, qui s'intitulait auparavant eZ Platform. La continuité était un facteur important : la Fédération utilisait eZ Publish depuis 2011 et était satisfaite du système ainsi que du support offert. La collaboration avec Codéin, le partenaire Silver d'Ibexa, s'est déroulée à merveille. Il y avait aussi des considérations techniques à prendre en compte. L'architecture modulaire d'eZ Platform a permis à la ffGolf de mettre en œuvre ce dont elle avait besoin et de ne pas trop compliquer le projet. « De plus, c'est une vraie application Symfony. Nous avons maintenant tous les outils Symfony à notre disposition », déclare Simon.

Initialement, en 2017, le site a été migré vers Ibexa DXP, qui était à l'époque eZ Platform 1.7 avec Legacy Bridge. « Cette rétrocompatibilité fournie par Legacy Bridge était très importante pour nous. Nous misions vraiment sur la stabilité, compte tenu de la quantité de contenu que nous avons. »

La migration a été un succès et un projet de relance du site sur Ibexa DXP 3est en cours et devrait être achevé à l'été 2021.

Les défis techniques de la mise en œuvre de la version 1.7 étaient centrés sur la récupération et la synchronisation de contenu via les API et la réorientation des URL. Des fonctionnalités pour les recherches géographiques filtrables (par exemple : quels parcours de golf se trouvent à moins de 25 km de mon emplacement ?) Et un calendrier des événements consultable (quels tournois pour mon niveau de jeu sont prévus pour octobre 2020 ?) ont été intégrés.

Un espace personnalisé « réservé aux membres » donne accès aux offres et services accessibles aux membres de ffGolf ainsi qu'aux statistiques individuelles des joueurs.





un contenu de qualité transforme la présence et les revenus de ffGolf

Le contenu est au cœur de la stratégie de croissance de la ffGolf et le DXP d'Ibexa permet à la Fédération de se concentrer à 100% sur sa gamme éditoriale en gérant de manière transparente et intuitive 130 types de contenu différents.

« La principale force d'Ibexa DXP est le backend », déclare Michael Akrich. « Le contenu est déjà organisé dans une arborescence qui reflète vraiment ce qui se passe sur le front. Il existe également des outils pour personnaliser les pages avec des blocs - le Page Builder. La gestion des rôles et des droits nous permet de séparer les activités de nos nombreux contributeurs - sociétés de production audiovisuelle, journalistes, nos propres créateurs de contenu, photographes, community managers, nous avons une trentaine d'utilisateurs différents. »

« Surtout », souligne Michael Akrich, « il n'y a pas besoin de développement du backend. Le backend répond à 100% des besoins des contributeurs. Cela signifiait que nous étions vraiment capables de concentrer nos efforts sur le contenu et le front end. »

Cela porte déjà ses fruits de différentes manières. Le nombre de membres s'accélère, comme nous l'avons vu. Les revenus publicitaires augmentent considérablement ; la ffGolf surpasse systématiquement et de manière convaincante les verticales golfiques du Figaro et de L'Équipe, deux des journaux les plus lus en France. L'accent mis sur un contenu de qualité et à jour transforme la présence de la marque de la ffGolf et attire de plus en plus de partenaires commerciaux différents. Cela crée un cycle virtuel où la Fédération est en mesure d'élargir sa gamme d'offres et de rabais pour les membres, ce qui stimulera l'adhésion et, à son tour, persuadera davantage d'entreprises de se joindre à nous.

L'introduction d'eZ Platform 1.7 a permis à la ffGolf de mettre en œuvre une stratégie multicanal optimisée où les médias sociaux intégrés et le contenu multimédia pertinent travaillent ensemble pour engager les membres et les membres potentiels. L'objectif de la transformation numérique de la ffGolf sera d'en savoir plus sur ses clients et d'anticiper leurs besoins - à savoir la personnalisation. « Nous voulons être en mesure d'adapter notre offre à ce qui se passe réellement sur le marché, et même de l'ajuster aux différents acteurs », explique Michael Akrich.

Il a lancé le projet de refonte du site et de migration vers Ibexa DXP 3 qui permettra à la Fédération Française de Golf de faire exactement cela.

La principale force d'Ibexa DXP est le backend. Il n'y a pas besoin de développement : la back-office répond à 100% à ce dont nous avons besoin pour la création de contenu.



« Nous sommes fidèles à Codéin en raison de leur rigueur, de leur expertise et de leur adéquation culturelle avec la façon dont nous travaillons. Ils sont proactifs et ont une connaissance approfondie des problèmes auxquels nous sommes confrontés. »

Codein, Montpellier
1 place Francis Ponge
34000 Montpellier
France
09 72 42 26 03