

Project	Het creëren van partnerloyaliteit				
Vakgebied	Sponsoring	Club	Almere City FC	Door	John Bes & Luc Onink

Geen sponsor verloren

Sponsoring is één van de voornaamste inkomstenbronnen voor BVO's. Naast het aantrekken van nieuwe sponsors is het behouden van bestaande sponsors cruciaal in het creëren van duurzame en langdurige partnerships. Almere City FC is een club die in beide opdrachten slaagt. In de nieuwste stad van Nederland stegen de sponsorinkomsten van het seizoen 2010/'11 tot en met 2014/'15 met zo'n 66 procent. Nog opvallender, bij deze club is al anderhalf jaar lang geen sponsor vertrokken. Hoe is de club hierin geslaagd? KNVB Expertise ging op bezoek in Flevoland en sprak met algemeen directeur John Bes.

Gedeelde verantwoordelijkheid

"De tijd dat bedrijven partner worden omdat ze de club zo leuk vinden is voorbij", zegt John Bes. Bes is sinds september 2014 aan de club verbonden als commercieel manager en bekleedt sinds juli 2016 de functie van algemeen directeur. "Tijdens ieder sponsorgesprek wordt de return on investment (ROI) bespreekbaar gemaakt. Dit is vaak een belangrijke afweging voor potentiële sponsors." Bes benadrukt dat alles moet worden benaderd vanuit het oogpunt van relatieve kleinschaligheid. Iedereen kent iedereen. "Dat is ook de kracht van onze businessclub", aldus Bes. In verband met die relatieve kleinschaligheid zijn er bij Almere City FC geen skyboxen, maar is er één grote businesslounge waar iedereen elkaar ontmoet. Dit biedt veel mogelijkheden tot interactie en netwerken. Almere City FC speelt hier op in door gedeelde interesses te creëren. "Het behoud van sponsors ligt niet alleen bij de commerciële mensen van Almere City FC. Het succes van de businessclub wordt voor een groot deel bepaald door de inzet van iedereen binnen de businessclub." Wordt er dan niets gefaciliteerd vanuit Almere City FC? Het tegendeel is waar. John Bes: "Wij willen graag met z'n allen 'de achterdeur dichthouden', o.a. door hét podium te creëren waar zakelijk Almere samenkomt." Hiervoor worden verschillende activiteiten georganiseerd waarbij 'sport en spel' het hoofdingrediënt vormt.



"De tijd dat bedrijven partner worden omdat ze de club zo leuk vinden is voorbij"

John Bes, algemeen directeur Almere City FC

Zo wordt er elke donderdagochtend vanaf 7.30 uur door de businessclubleden gesport onder leiding van de trainersstaf. Dit wordt afgesloten met een gezond ontbijt waarbij sportieve en zakelijke doelstellingen worden gedeeld. Een voorbeeld van zo'n sportieve doelstelling is de halve marathon van Madrid. Ook wordt er voorafgaand aan elke wedstrijd een diner georganiseerd waarbij de tafelindeling elke keer wijzigt. Daarnaast wordt het eten elke keer door een ander restaurant verzorgd. Bes: "Op deze manier wordt interactie gefaciliteerd en krijgen lokale bedrijven de kans zichzelf te laten zien."

"We proberen zoveel mogelijk activiteiten te organiseren op basis van gemeenschappelijke interesses", aldus Bes. Zo is er het project 'Afvallûh!'. Hierbij worden businessclubleden ingedeeld in teams. Uiteindelijk wordt er twaalf weken lang intensief gesport. "Je kunt met je team punten verdienen door zoveel mogelijk kilo's te verliezen. De verliezers verzorgen ludieke prijzen voor de winnaars. Er mag hooguit twee keer worden afgezegd, daarna volgen er strafpunten. En dat wil niemand, want je wil je team natuurlijk niet in de steek laten", aldus Bes. Dit is slechts een voorbeeld van de vele activiteiten die

Almere City FC organiseert. De interactie, het competitie-element en zakelijke kruisbestuiving leiden tot initiële business en vriendschappelijke banden.

Maatschappelijk verantwoord

Naast de return on investment zijn veel partijen ook geïnteresseerd in de maatschappelijke component van het voetbal. Voor deze partijen biedt het project 'Almere & The City' uitkomst. "In de buurten van Almere worden activiteiten georganiseerd die Almere leuker, veiliger en gezonder maken. Hier zijn ook de spelers bij betrokken. Voor sommige partijen is dit project een belangrijke reden om zich te verbinden aan onze club en/of om betrokken te blijven bij de club", aldus Bes.

Sponsoractivatie

Naast de uitstekende faciliteiten, een gevarieerde activiteitenkalender en een interessante return on investment kunnen ook creatieve sponsoractivaties een goede afweging zijn om partner te worden dan wel te blijven. Een voorbeeld hiervan is 'de huiskamer' die vorig jaar is ingericht. Met behulp van een bank, een schemerlamp, een vloerkleed en een volle ijskast werd er tussen de dug-outs een huiskamer gecreëerd waar vandaan prijswinnaars de wedstrijd konden bekijken. "Altijd leuk om dit samen met proactieve partners te bedenken en realiseren", aldus Bes.

Toekomst

Almere is een nieuwe stad. John Bes beschrijft Almere City FC als: "jong, eigenwijs en ambitieus". Deze kernwaarden vormen de basis van een meerjarenplan waar ze de partners in meenemen. "We only want to do business with people who believe what we believe", aldus John Bes. "Voorwaarde van een structureel goede relatie is dat partners bij de club passen en 'op dezelfde manier in de wedstrijd staan'. Daarna geldt; ken je partners, weet wat er speelt en achterhaal met welke uitdagingen zij worstelen. Pas dan kan je club en partners inzetten om elkaar te helpen. Deze solidariteit en verbondenheid levert toegevoegde waarde op en zorgt ervoor dat bedrijven eerder aansluiten en ook minder snel weggaan."

Uiteraard helpt ook de voetballende component Almere City FC op dit moment hun partners te behouden. Vorig jaar werd een periodetitel gewonnen en in het huidige seizoen werden de laatste zeven wedstrijden in de Jupiler League gewonnen. Daardoor bevindt Almere City FC zich nu op de vierde plaats.

Almere City FC is van plan de relatief grootste stappen binnen het Nederlandse voetbal te zetten op sportief en commercieel gebied. Kansen genoeg in een constant groeiende stad met een jonge, eigenwijze en ambitieuze club.

TIPS VAN JOHN:

- **Gebruik een dynamische targetlist die je dagelijks bijhoudt! Focus op maximaal tien potentials en orden ze op basis van prioriteit. (*Slagingskans x mogelijke financiële bijdrage = plaats op targetlist*).**
- **Iedere nieuwe potential op de targetlist betekent ook dat er een (voorlopig) van de lijst verdwijnt.**
- **Wees persoonlijk en creatief! Verdiep je in het DNA van de potential en gebruik zo weinig mogelijk een brochure.**
- **Vergroot iedere samenwerking tussen businessclubleden onderling uit en deel dit met de gehele businessclub. Op deze manier eer je proactieve partners en motiveer je partners die minder business hebben gedeeld.**
- **Verwerk een competitiecomponent in je activiteiten. Ondernemers willen winnen!**
- **Onderscheid de te verkopen items en breng deze samen in een overzichtelijk sales dashboard dat je op dagelijkse basis monitort.**