

Martijn Elkind, commercieel manager bij de superboeren:

De Graafschap wil ondernemer laten scoren

Over één ding in het vaderlandse voetbalwereldje is iedereen het eens: bij de superboeren op De Vijverberg proef je altijd de ongedwongen sfeer van saamhorigheid, van spontane gezelligheid en van trots. Een ambiance die supporters aanspreekt, maar er ook voor zorgt dat ondernemers zich welkom en gewaardeerd voelen bij De Graafschap.

Niet voor niets is het Doetinchemse stadion de bakermat van het grootste en actiefste business-netwerk van Oost-Gelderland. Ruim vierhonderd sponsors vormen binnen de hechte business club een stabiel fundament onder de voetbalorganisatie. “En dat willen we graag zo houden en waar mogelijk uitbouwen”, stelt Martijn Elkind, commercieel manager bij Betaald Voetbal De Graafschap BV.

“De Graafschap heeft aan ondernemers veel te bieden. Los van de sportieve prestaties op het veld biedt de club een groot aanbod van grootschalige en kleinschalige netwerkactiviteiten”, aldus Elkind. “De Graafschap levert sponsors maatwerk dat er nadrukkelijk op gericht is om de ondernemer ook rendement te laten halen uit zijn

investering in deze prachtige club. Wij willen de ondernemers ook blijvend laten scoren. Dat is de basis voor wederzijds succes.”

Shirtsponsor

“De voetbalclub maakt geen onderscheid tussen de grote of de kleine ondernemer. Iedere sponsor is voor ons even belangrijk. Of het nu gaat om de shirtsponsor of om de kleine zelfstandige. De Graafschap richt zich ook niet alleen op het binnenhalen van nieuwe sponsors. Steeds meer energie wordt gestoken in het blijven voldoen aan wensen en eisen van de bestaande en veelal trouwe sponsors.”

Koesteren

“De Graafschap wil namelijk ook vooral koesteren wat we hebben. Als wij willen dat onze zakelijke relaties trots op hun club zijn, moet wij ook trots op hen blijven. Een goed relatiebeheer gaat altijd hand in hand met een goed relatiebehoud.” Het behouden en uitbouwen van de band met de leden van de business club moet volgens Martijn Elkind de onderlinge goodwill versterken. “Die goodwill is uitermate belangrijk. Kijk, aan het eind van een voetbalseizoen is er altijd een klein percentage aan verloop. Welke reden dit verloop ook heeft: De Graafschap op zich mag nooit de oorzaak van dat afhaken zijn.”

Betrokkenheid

Niet alleen de goede relatie met de zakelijke partners is voor De Graafschap van belang. Steeds meer wordt ingezet op het vergroten van de binding met de regio. Die sterke betrokkenheid leidde dit seizoen onder meer tot de unieke actie waarbij sponsors samen met tweeduizend supporters de knip trokken om onder het motto D’ran shirtsponsor te worden.

Ook op het sociaalmaatschappelijke vlak laat De Graafschap zich sterker gelden. Elkind: “De club heeft daarin een belangrijke taak. Wij moeten ook als voorbeeld en voortrekker dienen. Die maatschappelijke functie gaan we samen met allerlei instellingen, organisaties en overheden uitbouwen. Ook dat is een verantwoordelijkheid waarin ook onze sponsors een rol moeten vinden. Zodat de Achterhoek en Liemers niet alleen trots kunnen zijn op hun De Graafschap. Maar ook op onze sponsors.” ■

Voor meer informatie: www.degraafschap.nl/zakelijk

