



VEEL NIEUW(S) BIJ VVV-VENLO

Met een schitterende twaalfde plaats in de eindrangschikking van de eredivisie werd voor VVV-Venlo een succesvol seizoen 18/19 afgesloten. Maar de club gaat niet op zijn lauweren rusten en is direct aan de slag gegaan met de voorbereiding voor de nieuwe jaargang. “We zijn bezig met de groei van de club. En dat gaat verder dan alleen op sportief gebied!”, vertelt directeur Marco Bogers.

35

Toch nog even dat sportieve gedeelte onder de loep nemen: de geelzwarten uit Venlo laten een opmerkelijke prestatiecurve zien. “Elk jaar worden we een beetje beter. De laatste vijf seizoenen zijn we telkens hoger op de ranglijst geëindigd”, laat de directeur weten. “Dat gebeurde onder de bezielende leiding van trainer Maurice Steijn. Hij koos echter voor een avontuur in Abu Dhabi, maar met Robert Maaskant hebben we een uitstekende vervanger.”

PARTNERS

En dus staat er dit jaar een nieuwe trainer voor de groep, met ook veel nieuwe selectie spelers. En ook op commercieel vlak is er veel gebeurd: “We zijn met ons commerciële team bezig geweest om ook onze ‘selectie’ te versterken. Net als bij ons eerste elftal hebben we enkele sterspelers die al lang onze commerciële partners zijn. Hoofdsponsor Seacon Logistics, stadionnaamgever Covebo en de jarenlange tenue-sponsors als Personato, ACS, Holbox, Viking en ArenaLease. In januari volgt overigens een nieuwe aanvullende broeksponsor, die op dit moment al het contract getekend heeft. Want ook VVV-Venlo wil groeien, zowel in volume als in aantal zakelijke partners”, licht Bogers toe. “Dat heeft geleid tot een groter aantal sponsors, mede door het succes van onze zogenaamde ‘promopartners 2.0’, waarbij ook plaats is voor de kleinere sponsors!”

‘HAPPY EMPLOYEE’

VVV-Venlo is gestart met de nieuwe campagne ‘Happy Employee’, die inspeelt op het actuele employer branding. Deze campagne richt zich op de A-merk uitstraling van de organisatie, leuke secundaire arbeidsvoorwaarden voor de medewerkers en een stukje gezamenlijke trots binnen de gehele organisatie. Sinds de lancering van deze campagne wordt er door zowel werkgevers en werknemers bijzonder enthousiast gereageerd op het inspelen van deze actuele behoefte. Zo voegt VVV-Venlo iets toe aan de employer branding en dat leidt tot meer tevreden medewerkers! Nieuwsgierig? Neem contact op met commercie@vvv-venlo.nl



STADION-UPGRADE

En naast deze nieuwigheden in de vorm van staf, spelers en sponsors, heeft de club ook in en om Covebo Stadion - De Koel - weer een volgende stap genomen in het kader van de overkoepelende actie ‘De Trap Omhoog’. “We zijn op diverse fronten bezig met onze stadion-upgrade. Dat is een gefaseerd meerjarenplan, waarvan het meest in het oog springende onze nieuwe entree is. Onze hoofdingang is nu een prachtige creatie van staal en glas. Daarin is onze receptie, ticketing en een deel van onze kantoorruimtes gevestigd. Er is ook plaats ingeruimd voor een VVV-museum en een verkooppunt voor onze merchandise”, vertelt Bogers met gepaste trots.

CASHLESS

“Maar ook in het stadion zijn diverse zaken aangepakt en verbeterd. Zo zijn nagenoeg alle reguliere stoeltjes op de N4-tribune vervangen door comfortabele lederen zetels en wordt de stadioncatering vanaf dit seizoen verzorgd door onze nieuwe horecapartner YveY, die veel ervaring heeft op dit gebied. Zij zorgen voor een breder assortiment, meer verkooppunten en het allerbelangrijkste is dat de betalingen vanaf nu cashless gaan verlopen. Dat komt de service en snelheid ten goede”, aldus Bogers.

De directeur van de geelzwarten ziet de toekomst met vertrouwen tegemoet: “We hebben ons best gedaan om komend seizoen voortvarend te starten, zowel óp als óm het veld. We hebben er als organisatie alle vertrouwen in, dat ook komend seizoen succesvol wordt!”