FC UTRECHT BUSINESS GROEIT EXPLOSIEF

PROFESSIONEEL NETWERK MET MENSELIJKE MAAT

Tevreden gezichten alom bij FC Utrecht. Medio november staat de club op een mooie vierde plaats. Het zakelijke netwerk is uitgegroeid tot het grootste van de regio. Steeds meer ondernemers zijn enthousiast over de sfeer en de impact ervan. Een halve seizoenkaart is een aantrekkelijke manier om dit in de praktijk te ervaren.

Voor de beleving in het stadion is het vertoonde spel zeker zo belangrijk als de positie op de ranglijst, benadrukt René Vermeend. “We krijgen alom complimenten voor het attractieve, herkenbare voetbal,” aldus de teamleider bij FC Utrecht Business. De huidige prestaties komen niet uit de lucht vallen. “De afgelopen vijf seizoenen zijn telkens de play-offs om Europees voetbal bereikt. FC Utrecht is een stabiele subtopper die regelmatig tegen de top aanschurkt.”

GOUDEN GREEP

Naast het sportieve succes floreert ook het zakelijke netwerk van de club. “Een aantal jaren geleden is besloten de commercie in eigen beheer te nemen. Dat bleek een gouden greep. De concepten voor leden zijn aangepast waarbij het accent weer ligt op verbinden en gezelligheid. Dat past bij het DNA van de club en zorgt voor veel beleving en dynamiek in de verschillende businessruimtes. Dat leden positief zijn, blijkt uit de acht plus die zij ons gemiddeld geven.”

DANSVLOER VOL

Ook Gert Kruys is enthousiast over de sfeer in de businessclub. De oud-voetballer, tegenwoordig trainer en analist, werd twee geleden door Frans van Seumeren gevraagd om zich commercieel in te zetten voor de club. “Ik voel me als een vis in het water in deze rol. Daarbij trek ik veel samen op met René. Door de week enthousiasmeren we leden en sponsoren. Tijdens wedstrijddagen nemen we onder meer de voor- en nabeschouwingen op ons.” Zowel qua persoonlijkheid als wat betreft ervaring zijn beide mannen complementair. “René is al twintig jaar actief in het zakelijke netwerk van de club, ik ben voetbalman in hart en nieren,” aldus Kruys. “Er is een enorme chemie en we hebben veel lol samen. Zeker als we bij de naborrel in de ‘t Wed & Waard-lounge de hele dansvloer vol krijgen.”

Regelmatig zijn er acties waarbij verbinding wordt gelegd tussen een sponsor, club, supporters of Businessclubleden. Tijdens FC Utrecht-Fortuna Sittard werd samen met hoofdsponsor Zorg van de Zaak aandacht gevraagd voor stress. Onder meer bij Gert Kruys en supporter Reinier Meuken werden het spanning- en stressniveau gemeten en getoond in het stadion.

DISCO EN OKTOBERFEST

Rond een aantal wedstrijden heeft het programma voor leden van FC Utrecht Business een thematisch karakter. “Na afloop van de met 3-0 gewonnen topper tegen PSV was er in de ’t Wed & Waard-lounge een groot Oktoberfest voor alle zakelijke relaties,” aldus Vermeend. “En na de wedstrijd tegen AZ gingen leden met een discoparty back to the eighties. Dit maakt het bezoek aan een wedstrijd tot een echte avond uit.”
Ook buiten wedstrijddagen worden regelmatig evenementen georganiseerd. “Denk aan een barbecue, een golf- en jeu de boulestoernooi. Spelers nemen vaak actief deel aan dergelijke evenementen. Ook hoofdtrainer John van den Brom is bij vrijwel alle events aanwezig. Verder spreekt hij regelmatig op seminars voor klanten. Ook zakelijk is de trainer een visitekaartje voor de club.”

AMBASSADEURS

FC Utrecht Business is een professioneel netwerk. “Maar ook de menselijke factor draagt in sterke mate bij aan het succes,” weet Vermeend. “Daarom is het zo belangrijk dat onze accountmanagers lang verbonden zijn aan de club. Zij kennen de klanten, hun voorkeuren en behoeftes. Met die kennis helpen we bij het leggen van contacten met andere leden. Hierdoor ontstaan mooie zakelijke verbindingen.”
Bij het bewaken van de kwaliteit van het netwerk spelen de ambassadeurs een belangrijke rol. “Dit zijn vertegenwoordigers van leden die kritisch meekijken naar concepten en events. Ook denken zij mee over de visie en plannen van de club. Dit levert feedback op waarmee wij onze toegevoegde waarde verder kunnen vergroten.”

GROOTSTE VAN DE REGIO

Dat FC Utrecht Business daarin slaagt, blijkt uit de sterke groei. “Tijdens wedstrijden is er volop beleving en het lidmaatschap werpt ook zakelijk vruchten af. Dat spreekt zich rond. Klanten nodigen relaties uit die op hun beurt de impact van ons netwerk ervaren. Zo gaat het vliegwiel steeds sneller draaien.” Dat zorgde afgelopen seizoen voor een explosieve ledengroei van 28%. “De stijgende lijn houdt dit seizoen aan. Belangrijk is ook dat het verloop minimaal is. Met ruim 400 leden zijn we het grootste zakelijke netwerk in de regio.”

DIGITALE VERBINDINGEN

Ook digitaal timmert FC Utrecht Business stevig aan de weg. De LinkedIn-pagina van FC Utrecht heeft ruim 8.000 volgers. Via de business-app kunnen leden niet alleen hun nieuws en events delen maar ook onderling connecties maken. En recent is het salesteam versterkt met een online specialist.

AMERSFOORT EN TOP-500

Ambitie van de club is om dat verder uit te breiden. “Zo is intensief contact met de Vereniging Amersfoortse Bedrijven (VAB). Samen wordt onderzocht hoe we het bedrijfsleven uit die stad sterker kunnen verbinden met FC Utrecht.” Ook is er een campagne gericht op top-500-bedrijven in de regio. “Voor dergelijke grote organisaties kan bijvoorbeeld een rol als domeinpartner aantrekkelijk zijn. Dit zijn bedrijven waarmee FC Utrecht een exclusieve thematische relatie heeft. Denk aan connectiviteitspartner T-Mobile, bierbrouwer Amstel en mobiliteitspartner Henri & Herman.”

AANTREKKELIJKE KENNISMAKING

Bedrijven die het zakelijke netwerk van FC Utrecht willen ervaren, kunnen dat bijvoorbeeld doen via een halve seizoenkaart. “Deze kaart is goed voor acht wedstrijden waaronder die tegen Ajax, traditiegetrouw de belangrijkste van het jaar. Ook Vitesse, FC Twente en ADO Den Haag komen nog naar de Galgenwaard. Verder krijgen ondernemers met de halve seizoenkaart toegang tot alle evenementen. Denk onder meer aan het golftoernooi en een feestavond in Holland Casino. Als extra trigger is een vergaderdag voor tien personen in een van de skyboxen inbegrepen. Volledig verzorgd, inclusief lunch en een rondleiding door het stadion. Het maakt de halve seizoenkaart tot een aantrekkelijke kennismaking die hopelijk smaakt naar meer.”

Een halve seizoenkaart bij FC Utrecht Business is verkrijgbaar vanaf € 1.199,- (ex. BTW). Heeft u interesse, neem dan contact op met René Vermeend, Sales Manager bij FC Utrecht Business: r.vermeend@fcutrecht.nl of 06-55742740.

Meer informatie op www.fcutrecht.nl/utrechtbusiness