

INTERVIEW HENK BLOEMERS, DE GRAAFSCHAP

“BLIJVEN WERKEN AAN DE BINDING MET DE REGIO”

Ondanks de beperkingen gedurende de coronapandemie en de recente prestaties op het veld, mag De Graafschap ook dit jaar weer nieuwe Business Club leden verwelkomen. De betaald voetbalclub, en zeker ook het vierkoppige commerciële team, is de ondernemers in de regio daar erg dankbaar voor en zet volop in op het bieden van een kwalitatief en uitgebreid netwerk.

Over de sportieve kant van de eerste helft van het seizoen is commercieel manager Henk Bloemers duidelijk: “Dat was onder onze verwachtingen en zeker onder ons kunnen. Daarom is het juist des te hartverwarmender hoeveel supporters er elke wedstrijd weer komen kijken en hoeveel nieuwe Business Club-leden wij hebben mogen verwelkomen. Uiteindelijk blijft een voetbalwedstrijd toch een mooi avondje uit voor veel mensen. Ook bij de Business Club-leden merken we dat de gezelligheid belangrijker is dan de sportieve prestaties. De netwerkbijeenkomsten bieden hen de gelegenheid om hun netwerk uit te breiden. De leden gunnen elkaar onderling de handel, dat is ook kenmerkend voor de Achterhoek. Klanten meenemen naar een wedstrijd is bovendien een hele prettige en laagdrempelige vorm van relatiemarketing.” Ook de jongere generatie ondernemers wil graag lid worden van de Business Club. “Zij hechten waarde aan ons platform en het netwerk dat we bieden, dat immers toch het grootste zakelijke platform in de Achterhoek is. Daarnaast zijn we als organisatie betrokken richting de leden. We informeren minimaal twee keer per jaar naar hoe het met hen gaat, of ze tevreden zijn over de Business Club en of ze bepaalde wensen hebben.”

NETWERKAVONDEN

Om de Business Club optimaal te laten profiteren van het netwerk dat De Graafschap biedt, heeft het commerciële team, bestaande uit Business Club-manager Judith Roelofsen, accountmanagers Brend Evers en Jordi Brockötter en Henk Bloemers volop geïnvesteerd in de netwerkvondens. “Kwaliteit is belangrijk, zeker omdat het lastig is om je als netwerkplatform te onderscheiden met je bijeenkomsten. Zo hebben we al diverse topsprekers mogen ontvangen, waaronder Kees van der Spek, Guus Hiddink, Hans Kraay Jr. en Ronald en Frank de Boer. Ook koppelen we wedstrijden aan bepaalde thema’s, bijvoorbeeld een Hollandse avond of een Tiroler avond, inclusief

passende muziek, aankleding en hapjes. Sinds dit seizoen zijn de bijeenkomsten all-inclusive, wat betekent dat de drankjes bij de prijs zijn inbegrepen. Wij zien dit als een kleine tegemoetkoming voor de coronaperiode. Toen konden we niet de faciliteiten bieden die we wilden bieden, terwijl de leden ons trouw bleven en niet eens een compensatie vroegen voor hun bijdrage.” De inspanningen die het commerciële team levert, zijn niet zonder resultaat. Gemiddeld komen er tussen de 200 en 250 Business Club-leden naar de bijeenkomsten.

GOUDEN BOEREN

Ook de sponsors worden niet vergeten. Zo werden in het afgelopen jaar de Gouden Boeren extra in het zonnetje gezet, onder andere met een speciale lunch. Deze ruim vijftig sponsors zijn elk al meer dan 25 jaar aan de club verbonden. Henk: “We zijn ontzettend trots op de loyaliteit van de Gouden Boeren. Zij hebben de afgelopen jaren samen met ons de hoogte- en dieptepunten van de club meegemaakt. Bovendien zijn deze sponsors goede ambassadeurs die nieuwe leden aandragen en ons tippen met wie we eens in gesprek zouden moeten gaan. Die betrokkenheid koesteren we.”

OP NAAR EEN BETER SEIZOEN

Komend seizoen gaat De Graafschap weer *D’ran*. “We hopen uiteraard op een beter seizoen en willen meedoen aan de play-offs voor promotie naar de Eredivisie. Daarnaast gaan we onze getalenteerde jeugdspelers uit de Achterhoek trainen en klaarstomen voor de eerste selectie. Voor supporters en zakenrelaties is het ook leuker om spelers uit de regio te zien spelen. Naast het inzetten op een goed netwerk en mooie netwerkvondens willen we ook op die manier blijven werken aan de binding met de regio.”

