



ZAKENDOEN MET DE GRAAFSCHAP

Voetbal en zakendoen gaat al jaren goed samen, zo ook bij De Graafschap. Zo organiseert de Business Club een veelheid aan zakelijke bijeenkomsten, uiteenlopend van een lunch met de spelers tot een avond vol leiderschapslessen van PSV-directeur Toon Gerbrands. En dankzij de inzet van big data kan de voetbalclub commerciële bedrijven helpen om de naamsbekendheid en omzet in en om het stadion te vergroten.

De Business Club van De Graafschap weet elk jaar een aantal interessante bijeenkomsten voor sponsors en andere zakenrelaties neer te zetten. Een voorbeeld hiervan is de jaarlijkse Supervrouwenavond die op vrijdag 31 maart plaatsvond. Zo'n honderd Achterhoekse powervrouwen kwamen naar De Vijverberg om zich allereerst een speciale Supervrouwensjaal te laten omhangen en vervolgens van trainer Henk de Jong himself de opstelling te horen van de wedstrijd die die avond gespeeld werd tegen Jong PSV. Traditiegetrouw won De Graafschap onder het toezien van

de 100 uitgelaten Supervrouwen, dit keer met 2-1 in een zeer spannende wedstrijd. Tijdens de modeshow bij Only For Men in Doesburg op dinsdag 4 april werd de mooiste herenmode op de catwalk aan de Business Club geshowd door de spelers van De Graafschap. Damesmodezaak 'Mooi Ben Jij' had voor een aantal vrouwelijke modellen gezorgd die eveneens de laatste mode voor dames lieten zien, te koop bij de winkel van Sabine in het centrum van Doetinchem.

Nadat op 7 april RKC Waalwijk met 4-0 aan de zegekar werd gebonden, en op

17 april MVV Maastricht met 2-0 aan de beurt kwam, was het op donderdag 20 april weer tijd voor een Happy Hour. PSV-directeur Toon Gerbrands, die eerder ook volleybalbondscoach en directeur van AZ was, nam de sponsors mee in zijn visie op leiderschap en de maakbaarheid van succes. Ademloos luisterde de goed gevulde Business Club naar zijn betoog; vol met managementinspiratie vertrokken de sponsors laat op de avond weer huiswaarts.

Op 3 mei was er weer een Meeting Lunch Hour, waar evenals de eerdere edities de

sponsors in een informele sfeer samen aan de lunch gingen met de voltallige selectie en staf. Ook de komende tijd staat er nog een aantal mooie evenementen op het programma voor de Business Club, waaronder de traditionele Haringparty, de Blauw-Witte Golfdag en de Vakantieborrel, die dit keer bij Tapasrestaurant 't Zusje op het Simonsplein in Doetinchem plaatsvindt.

“IN DE WERVELLENDE WERELD VAN SPORTSPONSORING WORDT BIG DATA INDERDAAD STEEDS BELANGRIJKER.”

BIG DATA

Netwerken is natuurlijk een uitstekende manier om nieuwe business te genereren. Maar ook big data biedt steeds meer mogelijkheden om gericht producten en diensten onder de aandacht te brengen bij

een bepaalde doelgroep. In de wervende wereld van sport sponsoring wordt big data inderdaad steeds belangrijker. Uit de gigantische hoeveelheid digitale informatie die we met elkaar produceren kan heel veel informatie worden afgeleid die voor marketingdoeleinden kan worden ingezet. Waar liggen onze interesses, wat zijn onze bewegingen op de digitale snelweg en waar kopen we uiteindelijk ons product? Door het analyseren van interesses, bewegingen en (koop)gedrag kunt u als commercieel bedrijf het juiste product bij de juiste persoon onder de aandacht brengen. Combineert u dit met de afzetmarkt en gunfactor van een sport organisatie dan heeft u een ijzersterk middel om uw bedrijf en product on top of mind te krijgen.

Ook Betaald Voetbal De Graafschap is deze digitale weg ingeslagen. De waarde van exposure-proposities zijn sterk afhankelijk van de divisie waarin wordt gespeeld. Om hier een constantere basis in te creëren zijn de partnerships van De Graafschap niet

meer alleen gebaseerd op zichtbaarheid maar op zichtbaarheid in combinatie met big data. Om supporters in en rond het stadion optimaal te bedienen, te ontzorgen en te activeren wordt deze zomer De Vijverberg wifi-connected gemaakt. Zo kan de club in het nieuwe seizoen niet alleen de supporters op maat bedienen met producten, maar ook bijvoorbeeld zien bij welk verkooppunt drukte ontstaat en opgeschaald moet worden. In combinatie met een nieuwe interactieve supportersapp is ook De Graafschap klaar om uw als commercieel bedrijf te helpen naar meer naamsbekendheid en omzet.

www.degraafschap.nl



KENGETALLEN BETAALDVOETBAL DE GRAAFSCHAP

- 42.500 (plus) unieke supporters in database (is groeiende)
- 20.000 supporters zijn direct bereikbaar voor partners van club (is groeiende)
- Bereik Twitter 30.000 (plus) volgers
- Bereik FaceBook 17.000 (plus) volgers
- Instagram 14.000 (plus) volgers
- Website 180.000 views per maand
- Een mailing vanuit Betaald Voetbal De Graafschap heeft een openingspercentage van ruim 80%