

12.05

2022

VUCA

COMPLEX

FREDERIK VANCAUTEREN

UNCERTAINTY

AMBIGUITY

VOLATILITY



Hoe excelleren in een VUCA omgeving

Frederik Vancauteren
CCO – Commercieel & Marketing Directeur OH Leuven

12/05/2022



Hoe als professionele
voetbalclub potentiële
partners overtuigen om een
samenwerking aan te gaan?

VUCA

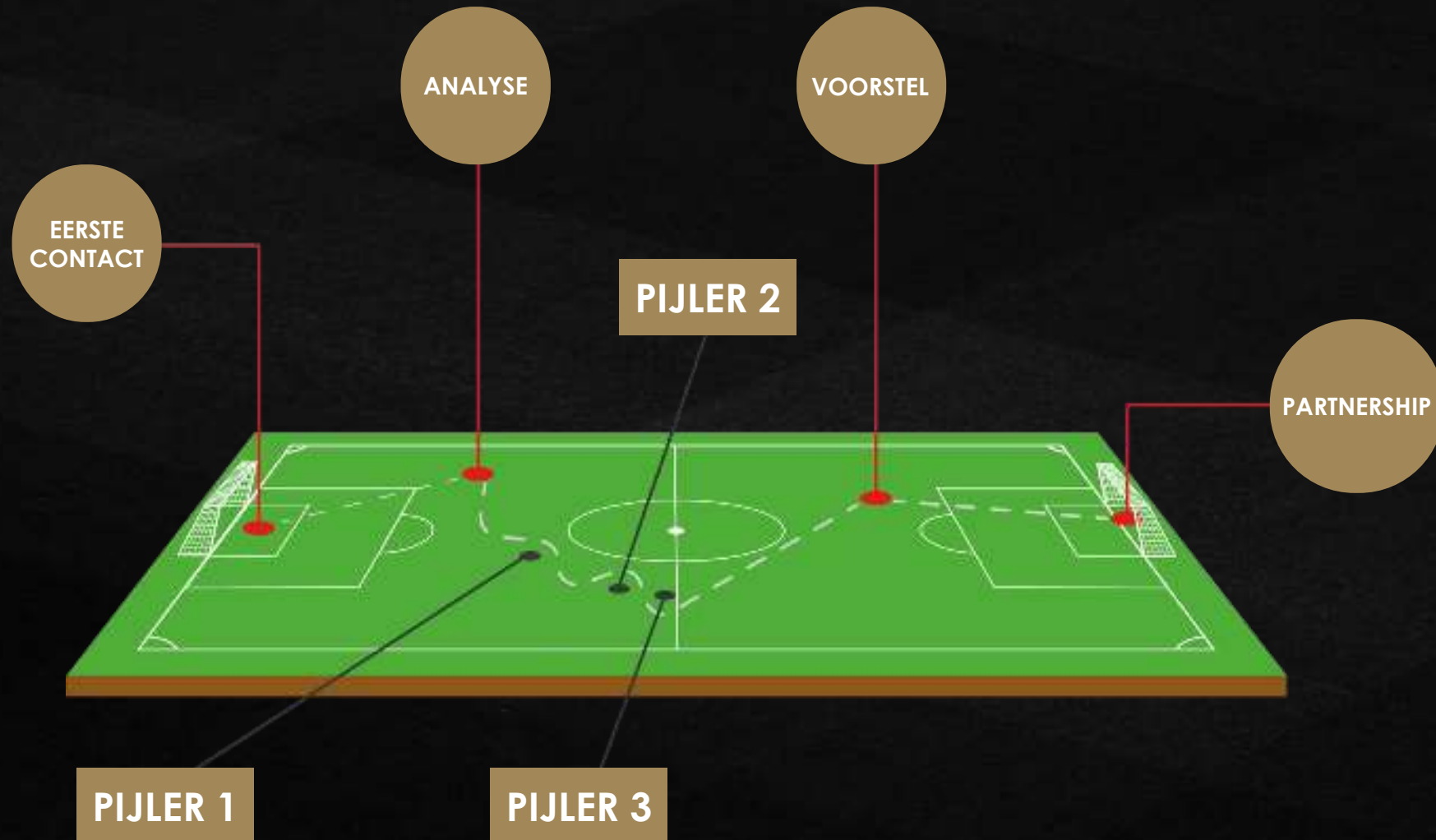
VOLATILE – UNCERTAIN – COMPLEX –
AMBIGUOUS

Voetbalclub = VUCA omgeving

- Je verkoopt een “product” dat de bedrijven niet absoluut nodig hebben, maar waarvan je de meerwaarde moet aantonen
- Resultaten van het eerste elftal hebben een gigantische impact op de algemene werking van de club
- EMOTIONALITEIT vs REALITEIT (ROI)

OH LEUVEN MEETS ...

DE WEG DIE WE SAMEN AFLEGGEN



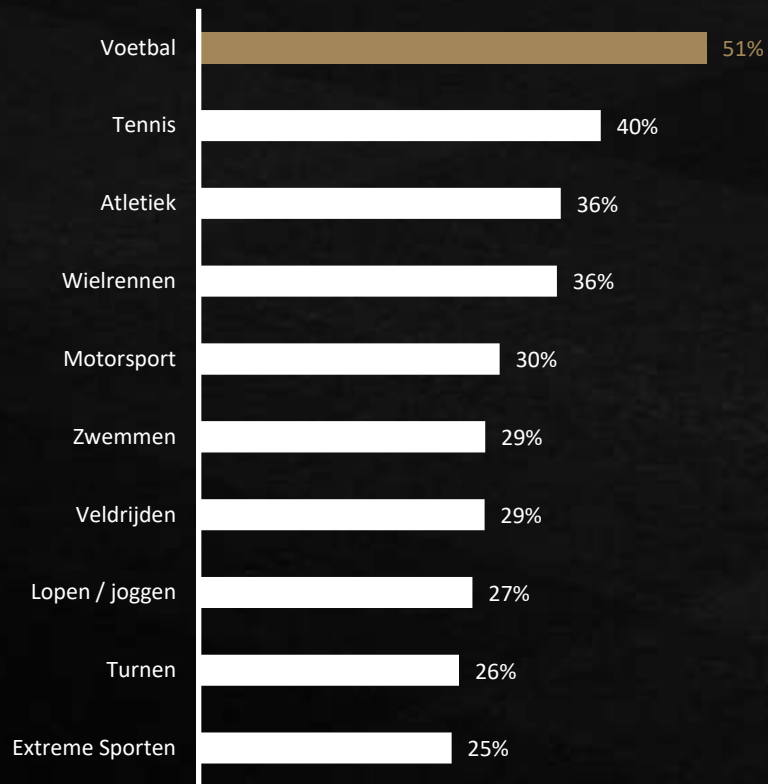


01

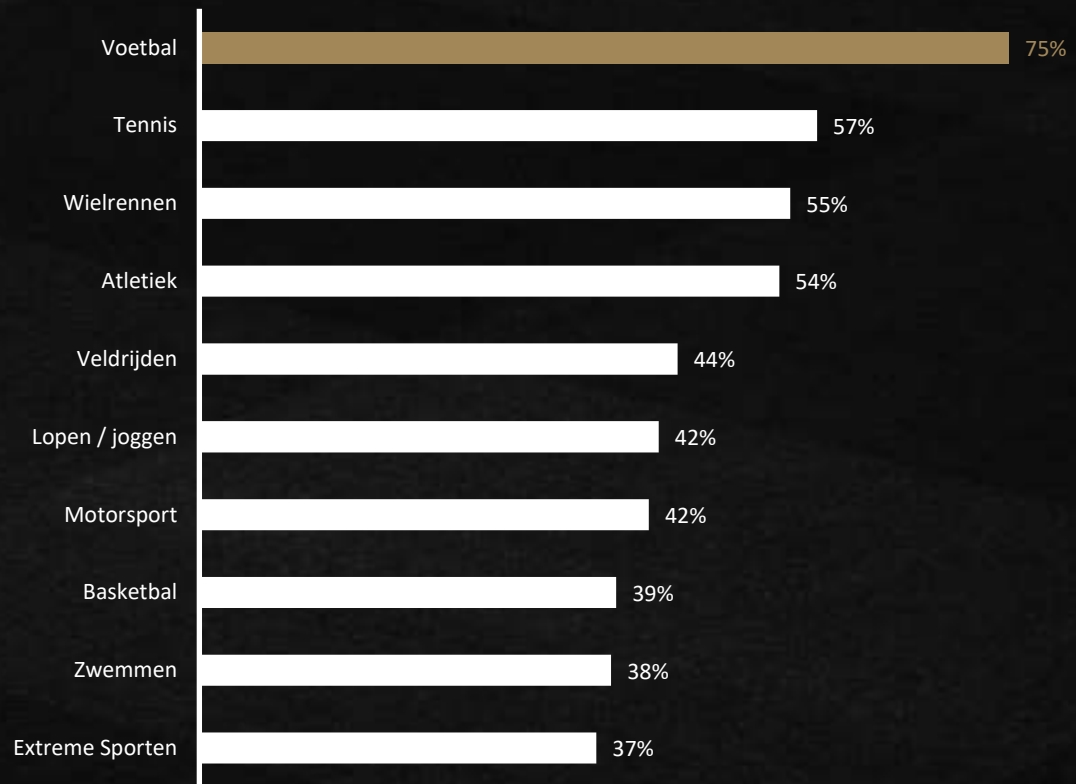
**WAAROM
VOETBAL (MARKETING)?**

VOETBAL

DE MEEST POPULAIRE & ZICHTBARE SPORT IN BELGIË



België
n = 2.000

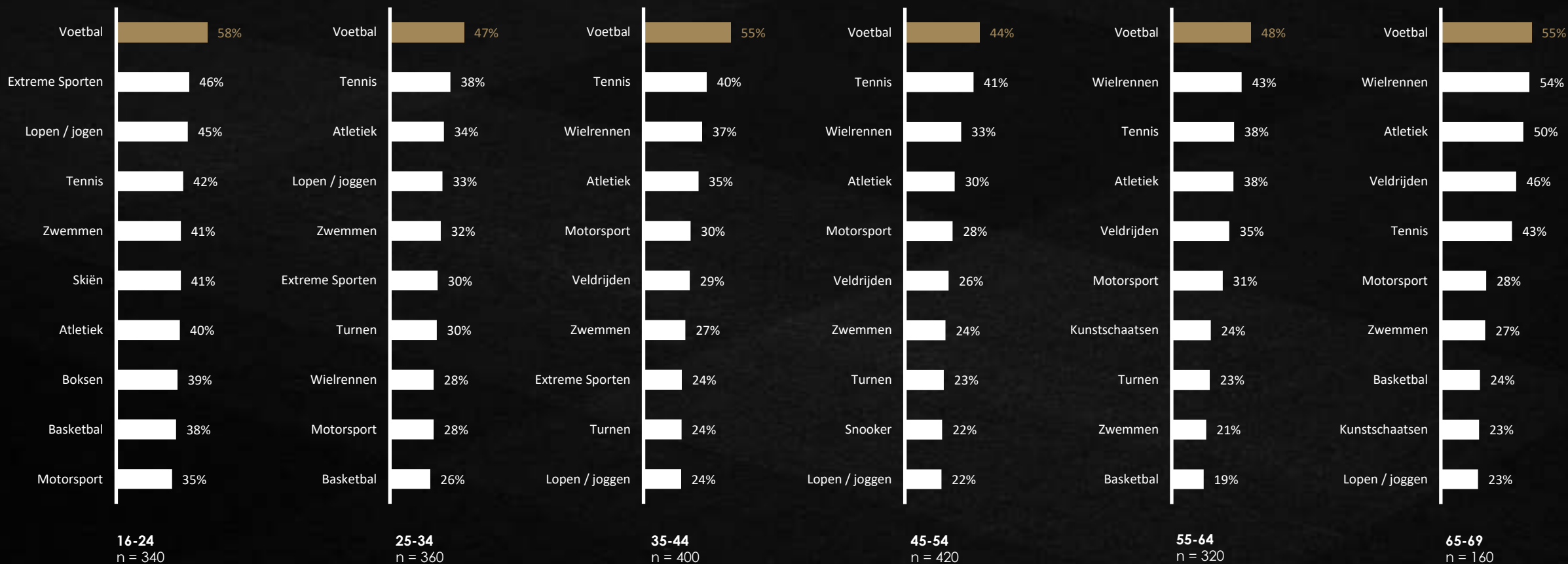


Sport fans
n = 1.093



VOETBAL

DE MEEST POPULAIRE & ZICHTBARE SPORT IN BELGIË: OVER ALLE LEEFTIJDEN HEEN



SPORTMARKETING

EEN VOLWAARDIGE DISCIPLINE

VERHOGEN NAAMSBEKENDHEID

Mensen grijpen bij het maken van aankoopbeslissingen graag terug naar datgene dat ze kennen. Er kijken gigantisch veel mensen naar voetbal, in het stadion, maar vooral op tv. Door zichtbaar te adverteren tijdens de wedstrijden krijgen mensen onbewust het gevoel dat ze je merk kennen.

VERBETEREN VAN MERKATTITUDE

Onderzoek heeft aangetoond dat mensen merken als beduidend positiever ervaren wanneer ze die merken tegenkomen op emotionele momenten. Hierdoor stijgt de kans aanzienlijk dat de volgende keer dat een potentiële klant de keuze moet maken tussen jouw merk en dat van de concurrentie, hij voor jouw merk zal kiezen.

VERBETEREN MERKIMAGO

Er is in de afgelopen jaren heel wat wetenschappelijk onderzoek gebeurd naar de invloed van sportsponsoring op de perceptie rond een merk. Merken die zich op een slimme manier linken aan sportmerk worden door de markt gezien als betrouwbaarder en in het algemeen positiever.

EMPLOYER BRANDING

Het aantrekken van de juiste medewerkers is een zeer grote uitdaging geworden. Sponsoring zorgt er niet alleen voor dat werkzoekenden hun merk kennen, het heeft ook tot gevolg dat hun bedrijf een positief imago heeft. Bovendien kan je de medewerkers unieke ervaringen bieden.

NIEUWE DOELGROEPEN & NETWERKEN

VERKOOP GENEREREN



INTERNATIONALE VISIBILITEIT

IN 157 LANDEN



ELEVEN

1.



ESPN





02

**WAAROM
LEUVEN?**

HET DNA VAN LEUVEN

3000





03

**WAAROM
OH LEUVEN?**

OH LEUVEN IS ...

EEN FUSIE VAN 3 CLUBS



EEN FUSIE VAN 3 CLUBS



STADE LEUVEN

1903-2002



DARING LEUVEN

1945-2002



ZWARTE DUIVELS

1957-2002



DE GESCHIEDENIS

EEN FUSIE VAN 3 CLUBS



OH LEUVEN IS ...
EEN DEEL VAN DE KING POWER FAMILIE


KING POWER



DE KING POWER FAMILIE

LCFC & OH LEUVEN

2005

2010

2015

2020



CLUB OF THE FUTURE



DE OH LEUVEN STRATEGIE

EEN STERK MERK

AMBITIE

THE CLUB OF THE FUTURE

DOOR OPEN TE STAAN EN ACTIEF TE ZOEKEN OM TE INNOVEREN
EN IN ALLE FACETTEN VAN DE CLUB TE VERBETEREN

METHODEN



WAARDEN

FUNDAMENTEN

RESPECT - INTEGRITEIT - TRANSPARANTIE

Door de club uit te bouwen naar de hoogste professionele standaarden

Door de Academy verder uit te bouwen en onze spelers/speelsters naar de hoogste niveaus te leiden

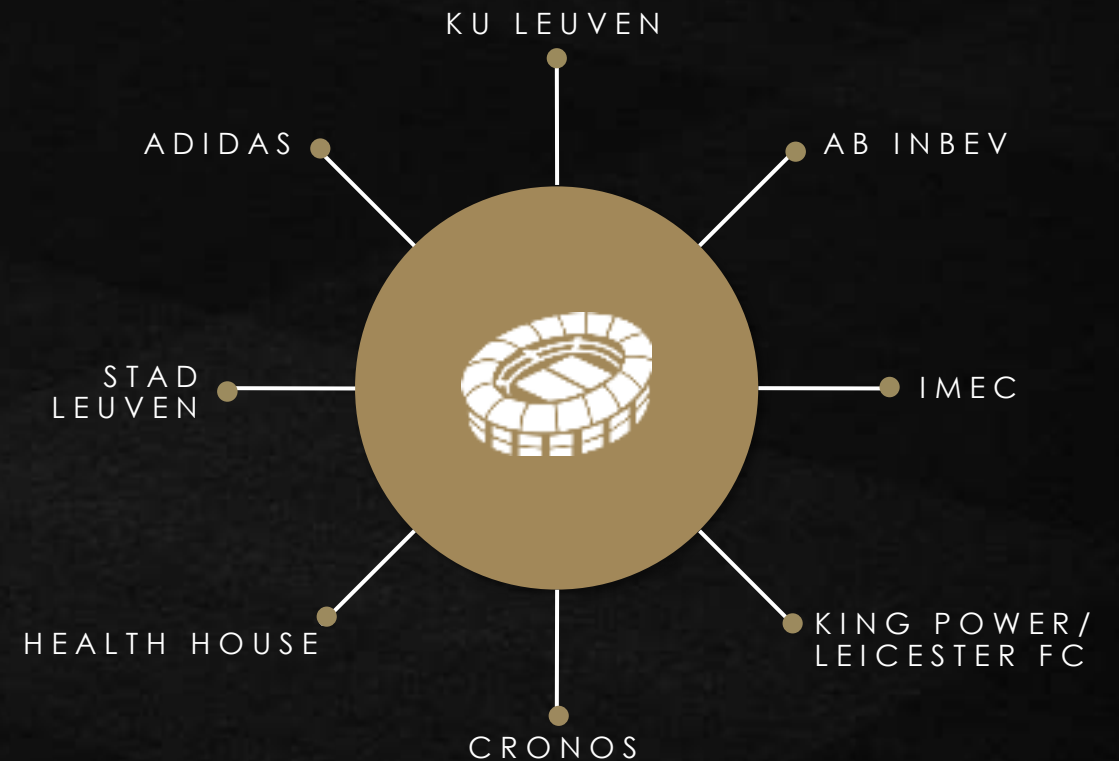
Door de kracht van voetbal en onze club te gebruiken om een positieve impact te hebben op onze directe samenleving

Door de hoogst haalbare sportieve successen na te streven zowel bij de heren als de dames

Waarbij elke verwezenlijking de basis is om de lat een trapje hoger te leggen op weg naar de volgende uitdaging

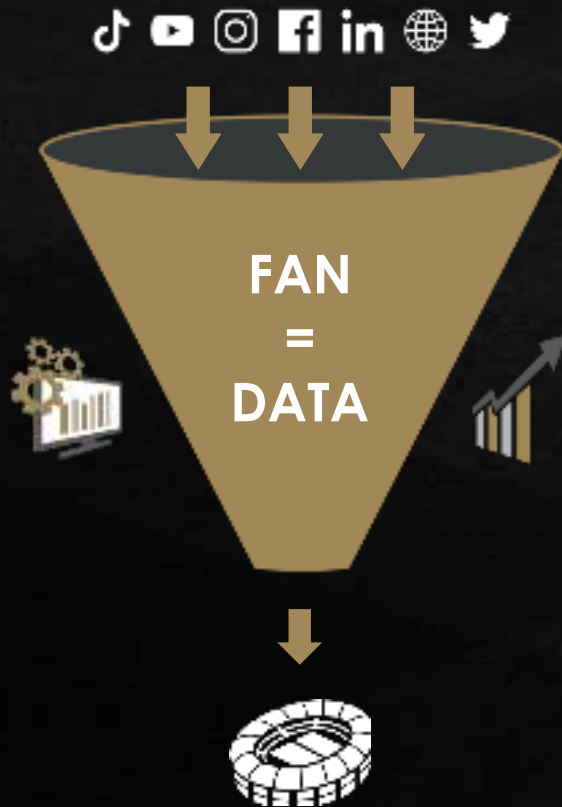
THE CLUB OF THE FUTURE

KUNNEN WE OH LEUVEN ALS "CLUB OF THE FUTURE"
POSITIONEREN
MET BELANGRIJKE (LEUVENSE) STAKEHOLDERS?



DE PIRAMIDE

OMDRAAIEN & FOCUS VERLEGGEN



- FOCUS op content om het aantal volgers (fans) te maximaliseren (THE SKY IS THE LIMIT)
- Content over First Team, Women, Academy, Esports, Community, Partnerships, ... content planning en goede uitbalanceren
- Niet alleen fans creëren van ons first teams, maar ook fans van Women, Academy, Esports, Community, Partners, ... => de ultieme fan is supporter van alle onderdelen van de club!
- Info over onze fans verzamelen in database
- DATABASE VERRUIMEN door juiste content op de juiste kanalen te plaatsen en via partnerships & DATA VERRIJKEN via surveys & gamification (Qualifio)
- Data gebruiken voor partners
- In het stadion de ultieme beleving creëren en alle fans de kans geven om hier van te proeven

DATABASE

25.454 SUPPORTERS



LEEFTIJD

-18 jaar	2%
19-24 jaar	7%
25-34 jaar	22%
35-44 jaar	23%
45-54 jaar	21%
55-64 jaar	15%
65+ jaar	10%

REGIO

0-5 km	38%
6-10 km	22%
11-20 km	17%
21-30 km	8%
50+ km	7%

GESLACHT

MANNEN	83%
VROUWEN	17%



04

TOTAALCLUB

BANQUP ACADEMY

WOMEN

CSR

ESPORTS

BUSINESS

EVENTS



BANQUP ACADEMY

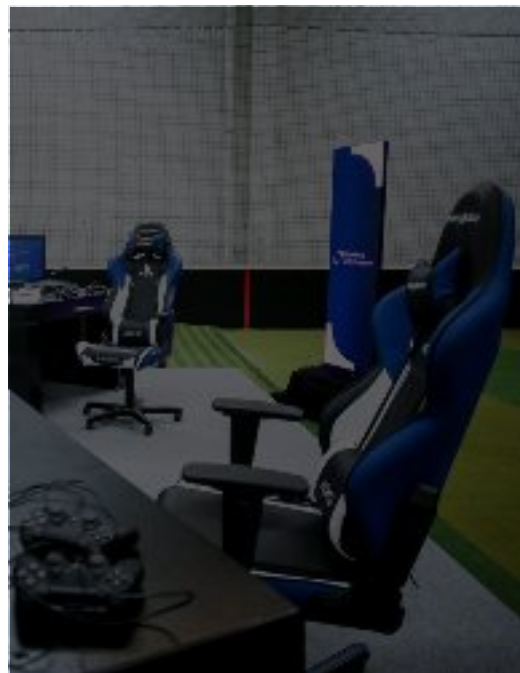
WOMEN

CSR

ESPORTS

BUSINESS

EVENTS





700 SPELERS

- > OUD-HEVERLEE
- > KESSEL-LO

48 PLOEGEN

- > ELITE
- > PROVINCIAAL
- > REGIONAAL

TOP 8

- > BELGISCHE JEUGDOPLEIDINGEN

BANQUP ACADEMY



BANQUP ACADEMY

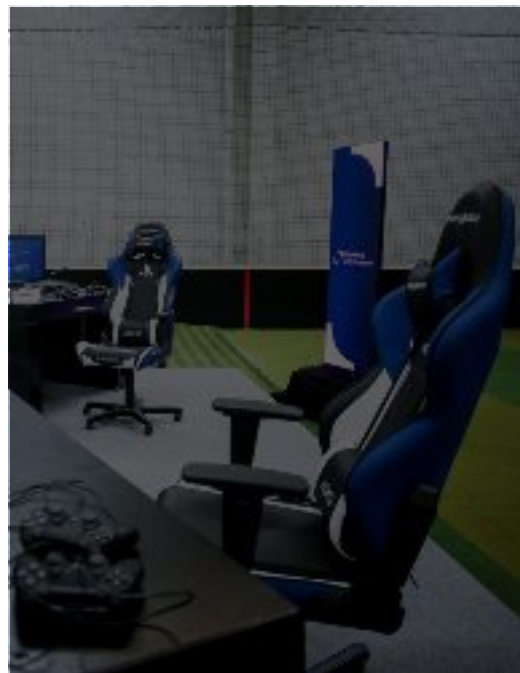
WOMEN

CSR

ESPORTS

BUSINESS

EVENTS





40 SPEELSTERS

- > 6 RED FLAMES?
- > # JONG OHL Flames?

2 PLOEGEN

- > OH LEUVEN WOMEN
- > JONG OH LEUVEN WOMEN

TITELKANDIDAAT

- > SCOORE SUPER LEAGUE
- > WOMENS CHAMPIONS LEAGUE

WOMEN

WOMEN



POTENTIEEL

- > JONGSTE PLOEG SSL
 - > 9 NATIONALE SPEELSTERS
- U15/U16/U17

BEREIKBAARHEID

- > DOWN-TO-EARTH
- > LIEFDE VOOR DE SPORT

BUDGET

- > GELIJK BUDGET MET BELOFTEN
- > VEEL GROEIMOEGELIJKHEDEN

WOMEN

VROUWENVOETBAL ZIT IN DE LIFT



KIJKCIJFERS

> 7.012 AVG RAT (SSL)
> 3.675 AVG RAT (1B)

IDOLEN VAN DE TOEKOMST

HELE FAMILIES IN HET STADION



WOMEN

VROUWENVOETBAL ZIT IN DE LIFT

**35% MEER
SPEELSTERS**

> Periode 2016-2020

BELEIDSPLAN VOETBAL VLAANDEREN

- > Jaarlijkse stijging met 16% van het # voetballende meisjes tot 18j
- > Inzetting op opleiding en ontwikkeling topsportmeisjes - Leuven als grote voorbeeld



WOMEN

VROUWENVOETBAL ZIT IN DE LIFT

91.648 FANS

BARCELONA x WOLFSBURG

sporza.

voetbal | wielerveden | tennis | wielerveden | atletiek | basketbal | wielerveden | andere sporten

Openingsmatch van Red Flames en finale EK vrouwenvoetbal zijn meteen uitverkocht



© 2016 Sporza - alle rechten voorbehouden

LEUVEN

HOME OF WOMEN'S FOOTBALL

- HOFLEVERANCIER VAN DE RED FLAMES EN NATIONALE JEUGDPLOEGEN
- GROOTSTE TALENTEN VAN BELGIË
- MEEST PROFESSIONELE DAMESCLUB VAN BELGIË
- TITELKANDIDAAT SCOORE SUPER LEAGUE
- VOLLEDIGE INTEGRATIE BINNEN OH LEUVEN

HOFLEVERANCIER RED FLAMES

OH LEUVEN WOMEN

RED FLAMES

Hannah Eurlings
Amber Tysiak
Zenja Mertens
Lenie Onzia
Sari Kees
Jill Janssens
...

RED FLAMES - U23

Marith De Bondt
Zenja Mertens
Lola Wajnblum
...

RED FLAMES - U19

Valesca Ampoorter
Mirthe Claes
Marie Detruyer
Karlijn Helsen
Lina Meeuwis
Lisa Vanhentenrijk
Luna Vanzeir
...



MEEST PROFESSIONELE DAMESPLOEG IN BELGIË

OH LEUVEN WOMEN

ZELFDE
WERKINGSBUDGET
ALS BELOFTEN

12 LEDEN
SPORTIEVE STAFF

VOLWAARDIG
ONDERDEEL VAN
DE OH LEUVEN
FAMILIE



TITELKANDIDAAT

SCOOORE SUPER LEAGUE

1. RSCA WOMEN	6	5	0	1	18	5	13	38 punten
2. OH LEUVEN WOMEN	5	2	2	1	14	6	8	30 punten
3. STANDARD FEMINA	5	2	1	2	5	8	-3	25 punten
4. CLUB YLA	6	1	3	2	5	9	-4	21 punten
5. KRC GENK LADIES	6	0	2	4	4	18	-14	20 punten



VOORDELEN VOOR PARTNERS

OH LEUVEN WOMEN

ZEER VEEL GROEIMOGEELIJKHEDEN

STERKE SPREKERS

DOWN-TO-EARTH SPEELSTERS

> HARDWERKENDE WERKNEMERS EN
STUDENTEN

COMMUNITY

> SOCIALE PROJECTEN VOOR EN
DOOR VROUWEN



WOMEN'S DAY

OH LEUVEN WOMEN



MEDEORGANISATOR WK 2027?

BELGIË – NEDERLAND – DUITSLAND



UEFA WOMEN'S CHAMPIONS LEAGUE

SPEELSCHEMA



BANQUP ACADEMY

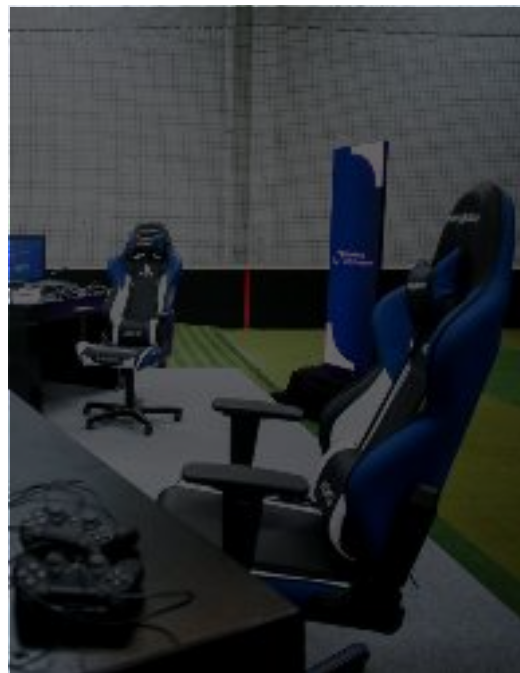
WOMEN

CSR

ESPORTS

BUSINESS

EVENTS





16 PROJECTEN

- > IN DE BUURT
- > SCHOOL @ OHL
- > START TO RUN
- > ...

4 TEAMS

- > YOUNITED
- > WORLD TEAM
- > OLD STARS
- > GREENSTARS

FOOTBALL & COMMUNITY

- > GOLD LABEL PRO LEAGUE 2021
- > PARTNERSHIPS KU LEUVEN, UCLL & UZ LEUVEN

CSR

Corporate Social Responsibility

BANQUP ACADEMY

WOMEN

CSR

ESPORTS

BUSINESS

EVENTS





2 PLAYERS

- > WARD GOETHAERT
- > JONAS DE CORTE

1 PLATFORM

- > OWNED PLATFORM
- > OH LEUVEN STUDENTS eLEAGUE

MULTIPLE GAMES

- > FIFA 22
- > LEAGUE OF LEGENDS
- > ROCKET LEAGUE
- > MARIO KART
- > VR-GAMING

ESPORTS

BANQUP ACADEMY

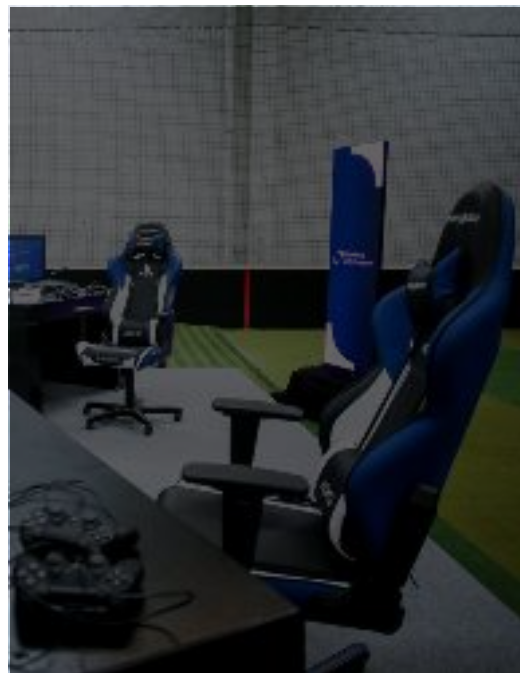
WOMEN

CSR

ESPORTS

BUSINESS

EVENTS





200+ BEDRIJVEN

> OH LEUVEN

100+ BEDRIJVEN

> PER NETWERKEVENT

200 EVENTS

> PER JAAR

BUSINESS

BANQUP ACADEMY

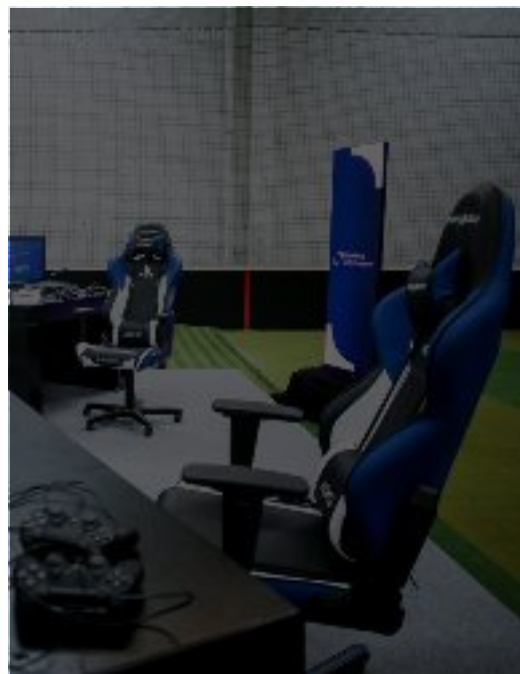
WOMEN

CSR

ESPORTS

BUSINESS

EVENTS





10.020 CAPACITEIT

> KING POWER AT DEN DREEF

13 ZALEN VOOR VERHUUR

- > 25-600m²
- > CATERING-MOGELIJKHEDEN
- > UITGEWERKTE ARRANGEMENTEN

400 PARKEERPLAATSEN

> LANGS HET STADION

UITGEWERKTE ARRANGEMENTEN

- > STADIONTOURS
- > THE PARK PLAYGROUND
- > BREWERY VISIT AB INBEV

EVENTS

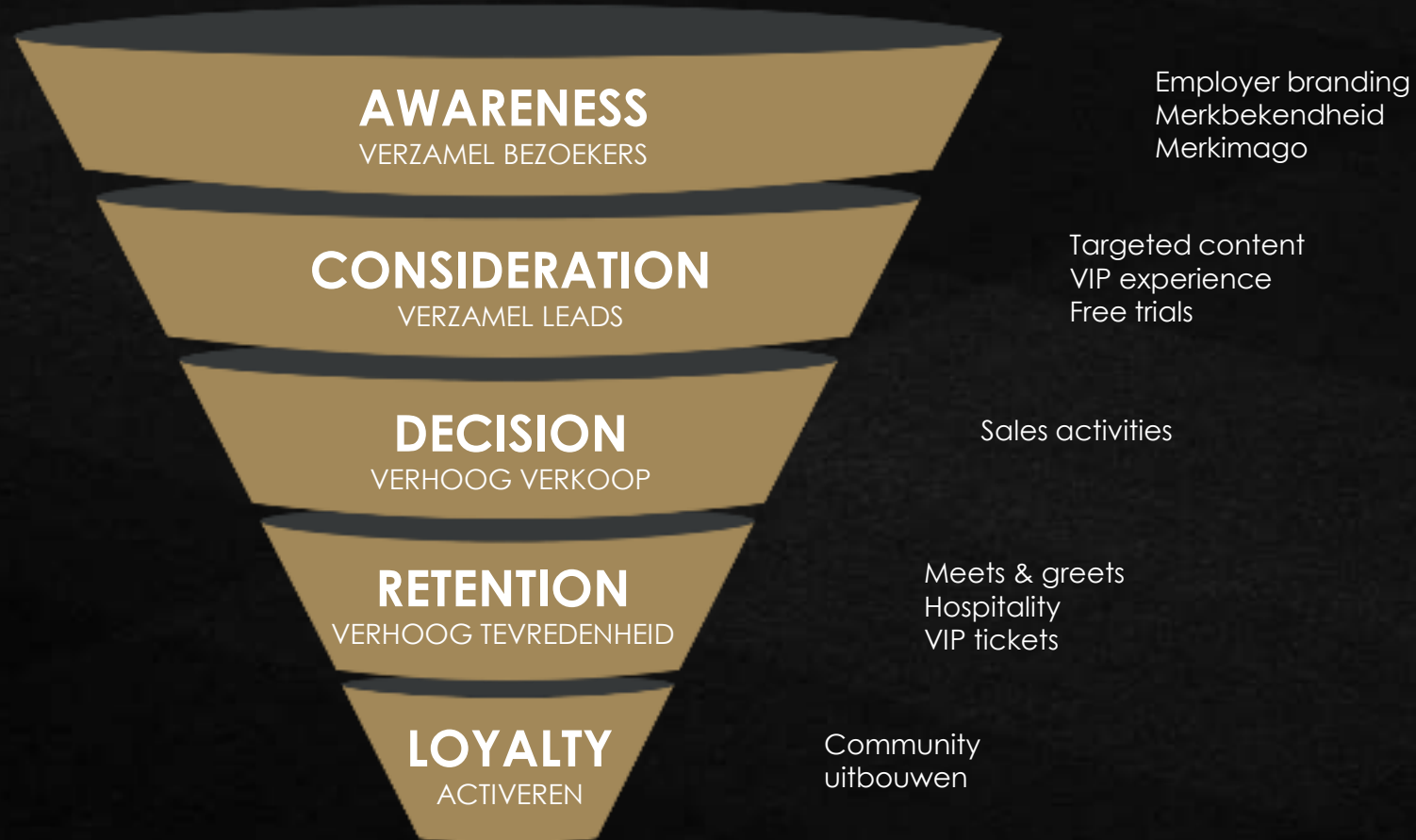


05

BUSINESS

SALES FUNNEL

JOUW DOELEN REALISEREN VIA OH LEUVEN?



OH LEUVEN

PARTNER PYRAMID

CLUB SPONSOR



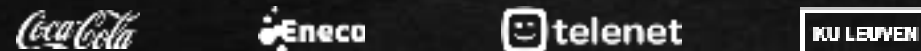
TECHNICAL

voetbalshop.be

STRATEGIC



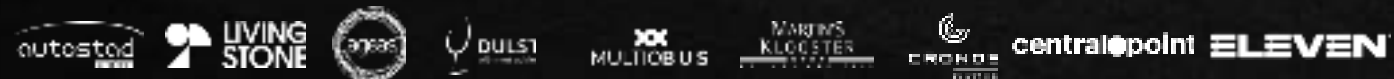
OFFICIAL



BUSINESS



REGIONAL





06

**HOE ALS VOETBALCLUB
EXCELLEREN IN EEN
VUCA OMGEVING?**

TOTAALCLUB CLUB OF THE FUTURE

- We zijn als club meer dan ons eerste elftal bij de mannen
- Focus op onze fan in de brede zin van het woord
- Fan = Data
- Gamification
- Innovatie: we stellen ons ter beschikking als “testbank”

OP DIE MANIER HOPEN WE IN DE TOEKOMST ALS CLUB “GEWAPEND” TE ZIJN TEGEN EEN MOGELIJKE SPORTIEVE MALAISE ZONDER DAT DIT EEN ONOVERKOMENLIJKE IMPACT HEEFT OP DE WERKING... **AL ZAL HET EERSTE ELFTAL VAN DE MANNEN STEEDS EEN “KATALYSATOR” BLIJVEN**




KING POWER





 **KING POWER**