

SMB ORGANISATION

“SPORTMARKETING IS PRIJS-KWALITEIT VERUIT HET EFFICIËNTSTE”



“Wie via de sport aan marketing doet, kan geen betere manier bedenken om zijn business te profileren,” weet Geert Smets, CEO en zaakvoerder van SMB Organisation, een afkorting die staat voor Sports, Marketing en Business. “Door de populariteit van de sport en de bijhorende vedetten, kan de naambekendheid van een sponsor en zijn producten op korte tijd een enorme stimulans krijgen.”



“Zeker voor bedrijven die zich tot het grote publiek richten (business to consumer), is de sport een heel interessant kanaal om communicatie over te brengen,” zegt Geert Smets. “Maar vooraleer daar aan te beginnen, moet men zich wel de vraag stellen of deze manier van marketing voeren, past binnen de visie en het gewenste imago van het bedrijf. Sport staat voor dynamiek, passie, authenticiteit, de wil om te winnen ... Dat moet overeenkomen met de mentaliteit en de ambities van het bedrijf. Vervolgens moet ook de keuze van de specifieke sport, de club of de individuele sporter weloverwogen gebeuren. Kim Clijsters zal een heel ander publiek bereiken dan een motorcrosser ... Het is de eerste taak van SMB om de exacte wensen van de klant te koppelen aan sport, club of sporter die hier het beste invulling aan kan geven. Kristof Pirlet, account manager bij SMB, speelt hierin een belangrijke rol.”

Netwerking

Sport is een uitstekende katalysator voor het business-to-business-gebeuren. “Zeker en vast, want de gemeenschappelijke belangstelling voor sport creëert openingen naar bedrijfsleiders en andere

beslissingsnemers waar je zaken mee wil doen,” weet Geert Smets uit ervaring. En sport brengt nu eenmaal veel mensen op de been. Zeker in Limburg, want men vergeet wel eens hoezeer we hier verwend zijn op sportief vlak.

Kim + Tia = Kia

Zowel voor de B-to-C als voor de B-to-B-klanten, vervult SMB Organisation een belangrijke rol in deze sportmarketing. “Dat gaat van het onderzoek naar de matching tussen bedrijf en sport, tot de volledige uitwerking en opvolging van de concepten. Dat we voor de realisatie nauw kunnen samenwerken met het reclamebureau PubMarket!, is uiteraard een groot voordeel,” aldus nog de zaakvoerder. Een mooi voorbeeld van een actie die door SMB werd gevoerd, is die van Kim Gevaert en Tia Hellebaut voor het automerk Kia. “Kim + Tia = Kia. De sterkte ligt in de eenvoud. De impact was dan ook enorm,” zegt Geert Smets. “Die creativiteit, gecombineerd met de juiste contacten en de uitstekende interne opvolging, is de sterkte van SMB, en dus ook van de bedrijven die via de sport hun marketingdoelstellingen willen realiseren.” SMB is eveneens verantwoordelijk voor een samenwerking tussen Kim Clijsters en Kia, opnieuw een Kim en Kia dus. Deze campagne is momenteel heel actueel. Naast een mooie klantenportefeuille in de bedrijfswereld, werkt SMB ook voor sportclubs en federaties, zoals Eburon Tongeren (handbal), Aquacare Halen (volleybal) en Lierse (voetbal). Geert Smets kan je rechtstreeks bereiken op 0475 68 38 29. Kristof Pirlet is bereikbaar op 0472 44 98 54.



SPORTS MARKETING BUSINESS