

NIEUW BUREAU MISPORTSCOMPANY OPGERICHT

MIcompany richt een nieuw bureau op gespecialiseerd in de - kwantitatief onderbouwde - inzet van sportmarketing bij bedrijven. Dit nieuwe bureau gaat *MIsportscompany* heten en zal worden geleid door Jeroen Boesmans. Boesmans heeft vijftien jaar ervaring met het ontwikkelen van commerciële strategieën en is gespecialiseerd in sportmarketing.

De ratio in sportmarketing aanbrengen met MIsportscompany

Jeroen Boesmans: "Beslissingen over de inzet van sportmarketing worden nog te vaak genomen op irrationele gronden, bijvoorbeeld sponsoring van een sport of club, die gevoelsmatig goed bij het merk past of omdat zich toevalligerwijs een sponsor-mogelijkheid voordoet. De kwantitatieve inzichten hoe sponsoring kan bijdragen aan de bedrijfsdoelstellingen ontbreken in veel gevallen. Hierdoor zijn de resultaten van sportmarketing wisselend. De samenwerking met MIcompany biedt een unieke kans om met dit leidende bureau op het gebied van 'commercial analytics' tot een effectieve inzet van sportmarketing te komen".

Marnix Bügel, founding partner van MIcompany: "Sportmarketing is een onderschat marketinginstrument dat niet alleen kan leiden tot een hogere naamsbekendheid maar met name ook tot een hogere binding en een intensiever aanbevelingsgedrag (Net Promotor Score) van klanten. Welke potentie en effecten sportmarketing heeft op de kracht van het merk, de omzet en klantwaarde kan je berekenen en dat is nu precies wat wij binnen MIsportscompany gaan doen".

Vliegende start met opdrachten voor Nivea for Men van Beiersdorf en NOC*NSF

MIsportscompany heeft een vliegende start gemaakt met projecten voor Beiersdorf en NOC*NSF:

- Voor Beiersdorf ontwikkelt MIsportscompany een nieuwe sportmarketingstrategie voor het merk 'Nivea for Men'. De sportmarketingstrategie is gebaseerd op het 'MIsports ROI-model'[©], waarmee het effect en de potentie van sportmarketing op de omzet van Nivea for Men is doorgerekend.
- NOC*NSF heeft MIsportscompany betrokken bij de ontwikkeling van de nieuwe sportagenda, waarin de ambities en strategie richting 2016 worden geformuleerd. Een diepgaande analyse van de ontwikkelingen van sport, sportbonden en sportgedrag in Nederland over de afgelopen 10 jaar heeft belangrijke inzichten opgeleverd om de ambities te gaan realiseren. Eind van dit jaar zal de nieuwe strategie vastgesteld worden door de sportbonden in de ledenvergadering van NOC*NSF.

Aantoonbare resultaten met sportmarketing

MIsportscompany heeft als missie om met sportmarketing aantoonbaar de positie van bedrijven in de markt te verbeteren. Hiervoor heeft MIsportscompany het '*MIsports ROI-model*'[©] ontwikkeld, waarmee we de potentiële impact en de effecten van sportmarketing op klantwaarde en omzet kunnen doorrekenen.

MIsportscompany heeft drie kerndiensten:

1. Het ontwikkelen van groeistrategieën gebaseerd op inzet sportmarketing

Veel bedrijven zien de mogelijkheden van sportmarketing, maar vragen zich af in welke mate sportmarketing kan bijdragen aan de marketing en sales doelstellingen.

MIsportscompany ondersteunt bedrijven door het identificeren en kwantificeren van groeikansen met sportmarketing. Op basis van de groeikansen selecteren we de sponsordomeinen/sporten met de hoogste bijdrage aan de commerciële doelstellingen en ontwikkelen we de lange termijn sportmarketingstrategie.

2. Het verhogen van het rendement van sportmarketing

Sportmarketing gaat verder dan sportsponsoring en communicatie. Optimaal en meetbaar rendement realiseren we door initiatieven te ontwikkelen, waarbij sport een integraal onderdeel is van de marketingmix, gekoppeld aan commerciële doelstellingen. Bijvoorbeeld door sportmarketing binnen een bedrijf te richten op het vergroten van de klantloyaliteit binnen een specifieke productgroep of op het genereren van additionele traffic en salesleads voor retailoutlets.

3. Het monitoren van de effectiviteit van sportmarketing

Door de combinatie van externe onderzoeksgegevens en interne databronnen ontwikkelt MIsportscompany sportmarketing dashboards, waarmee bedrijven exact inzicht krijgen in de resultaten van hun sportmarketing inspanningen en continu kunnen bijsturen om de hoogste effectiviteit te realiseren.

Toegevoegde waarde creëren voor sportorganisaties

Naast de dienstverlening aan bedrijven ondersteunt MIsportscompany landelijke en internationale sportorganisaties met de ontwikkeling van commerciële strategieën en innovatieve sportconcepten. Met de ervaring in het bedrijfsleven op het gebied van vernieuwende analysemethodieken en marketinginitiatieven heeft MIsportscompany unieke kennis die sportorganisaties kunnen toepassen in de sportwereld en daarmee hun marktpositie verbeteren. De dienstverlening aan sportorganisaties richt zich op:

- 1. Het ontwikkelen groeistrategieën gebaseerd op gekwantificeerde marktkansen*
- 2. Waardecreatie in sponsorproposities*
- 3. Het monitoren van de effectiviteit van de marketinginspanningen*

Vergroten kennis over sportmarketing door wetenschappelijk onderzoek

MIsportscompany wil een actieve bijdrage leveren aan de kennisontwikkeling over sportmarketing. Daarom zal MIsportscompany samen met universiteiten onderzoek initiëren naar de effectiviteit van sportmarketing. Op dit moment loopt een grootschalig onderzoek onder ruim 8.000 consumenten om de effectiviteit van de sportsponsor-initiatieven van de 100 grootste dienstverleners van Nederland te onderzoeken. Dit onderzoek voeren we uit in samenwerking met de Rijksuniversiteit Groningen. We verwachten de resultaten van dit onderzoek in juni 2011 te kunnen publiceren.

Noot voor de pers

Voor meer informatie: www.misportscompany.nl, drs. Jeroen Boesmans (partner MIsportscompany, (06) 229 738 02) of dr. Marnix Bügel (partner MIconpany, (06) 105 730 29).