



Excelsior Brussels

Basketball



PROJECT EXCELSIOR 1ste Nationale

Inhoud

Samenvatting

1. Wat is Excelsior Brussels?

- (i) Historiek
- (ii) Organisatie & Infrastructuur
- (iii) Jeugschool
- (iv) Ploeg N2

2. Middellange termijnplan - een duidelijke visie

3. Marketingstrategie

- (i) Positionering marketing – segmentatie sponsors
- (ii) Sleutelfactoren van het succes
- (iii) Filosofie inzake partnership
- (iv) Aanbod producten

Conclusie

Contacten

Samenvatting

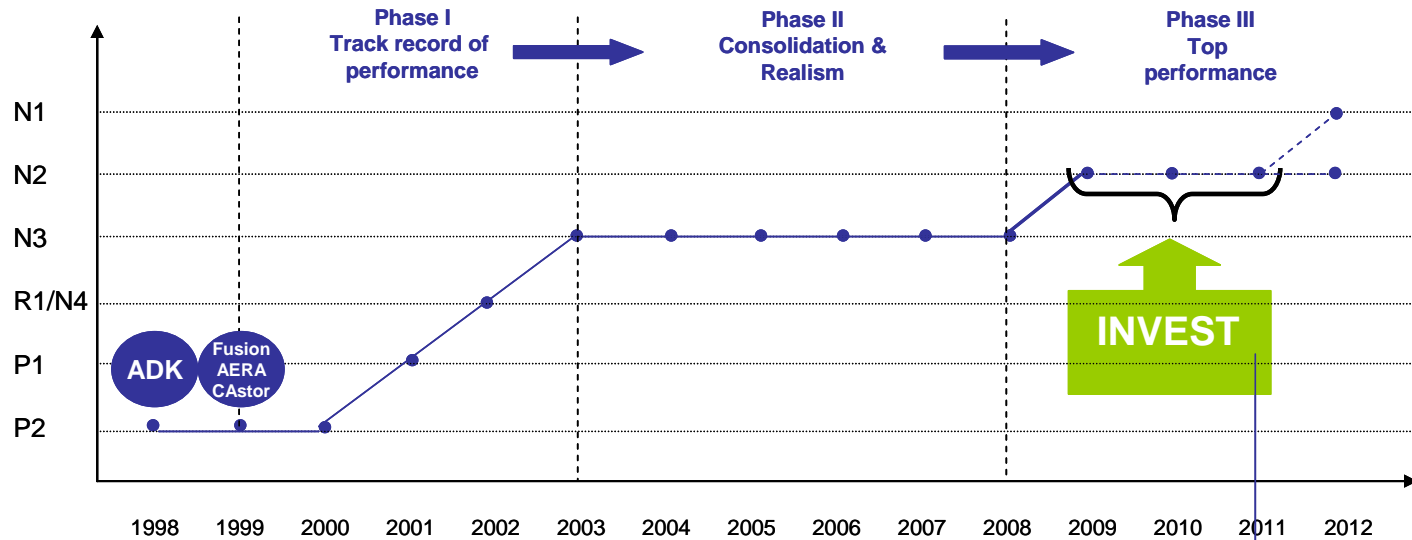
- Er bestaat al sinds 3 jaar geen kwaliteitsvol basketbal meer op het hoogste niveau
- Er is ontzettend veel potentieel om de basketbalsport te ontwikkelen in de hoofdstad van Europa – er zijn veel buitenlanders, expats, ... die een enorm potentieel clientele vertegenwoordigen
- Er bestaat een enorme wil van zowel de Stad Brussel als het Brussels Hoofdstedelijk Gewest om de groei van de club te ondersteunen; lange-termijn akkoorden zijn reeds gesloten met hen
- Excelsior Brussel is een zeer dynamische club met een toekomstgerichte visie en met de ambitieuze doelstelling om een gevestigde ploeg in 1ste nationaal te worden
- Deze doelstellingen kunnen bereikt worden dankzij een bekwame managementgroep en een samenwerking met private partners
- Een partner zijn betekent niet alleen het geloof in de competentie van de managementgroep om de club succesvol te maken, maar ook om haar imago te associëren met een ambitieus project
- Een partner zijn betekent het afstemmen van uw belangen op deze van de club via een toekenning van een zetel in onze Stuurgroep Communicatie. Op deze manier heeft u invloed op het imago van de club en op de commerciële acties
- Wij bieden onze partners visibiliteit op grote schaal aan en een breed product offerte



1. Wat is Excelsior?

(i) Geschiedenis

Meer dan 50-jarig bestaan...



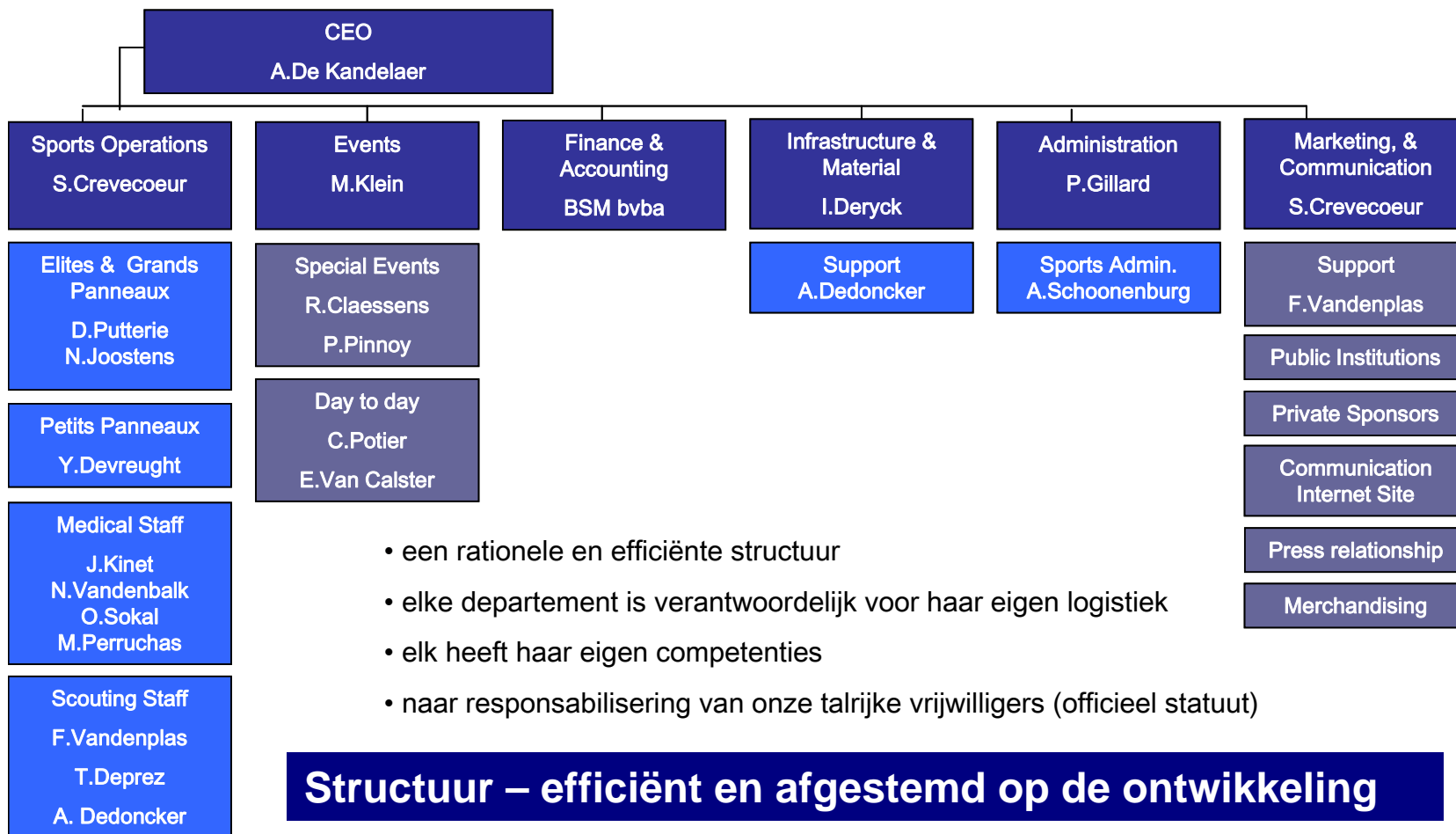
- Professional sport (infra)structures and operations
- Separation of sport and financial management
- Stable financing
- One goal : RISE

... voor een club met gezonde financiën, een goede structuur en een zeer ambitieus project



1. Wat is Excelsior Brussels?

(ii) Organisatie & Infrastructuur



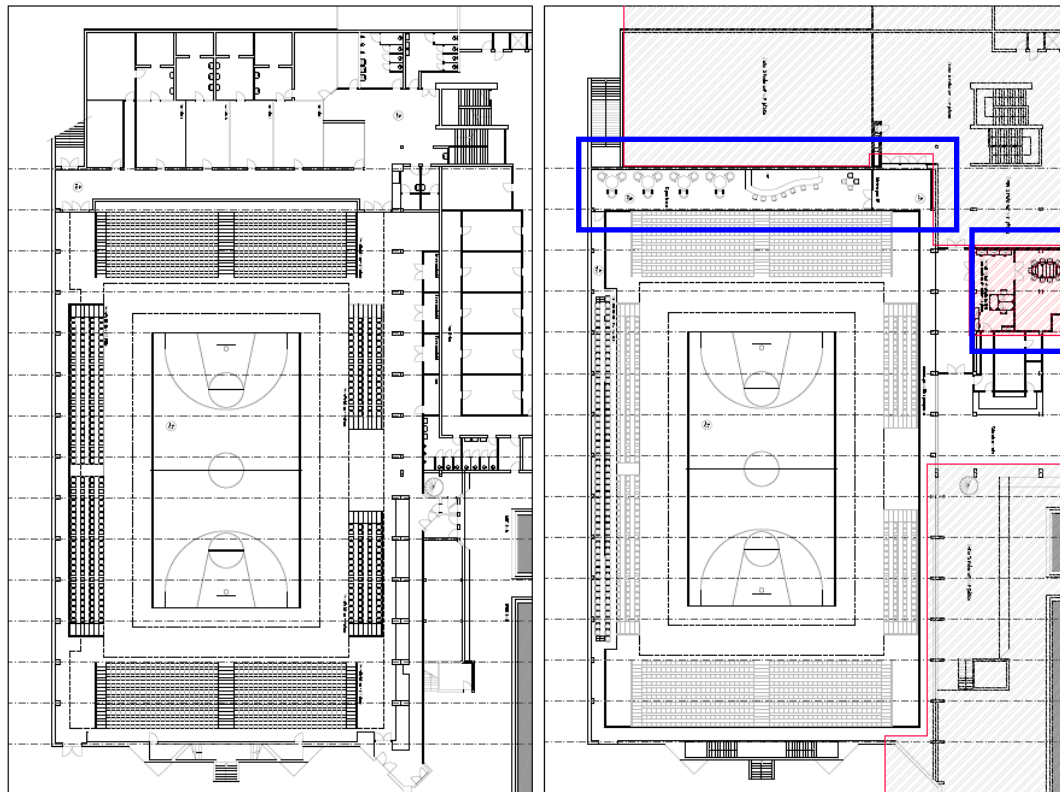
Structuur – efficiënt en afgestemd op de ontwikkeling

1. Wat is Excelsior Brussels?

(ii) Organisatie & Infrastructuur

Rez-de-chaussée: 1000 places assises

1^{er} étage: espace VIP et sièges VIP



- Vanaf seizoen 2010-2011
- capaciteit van ongeveer 600 plaatsen, mogelijkheid tot uitbreiding naar 1700 plaatsen
- parket, afmetingen naar de normen van de FIBA
- 2 VIP-ruimtes op de 1^{ste} verdieping (zones in het blauw), waarvan één met direct zicht op het terrein: totale capaciteit van 150 – 200 personen
- gemakkelijkere toegang en parkeermogelijkheden (parking Delhaize met ongeveer 200 plaatsen)

Infrastructuur – probleem opgelost!

1. Wat is Excelsior Brussels?

(iii) Jeugdschool

- meer dan 300 actieve jeugdleden
- 18 ploegen ingeschreven voor het officieel kampioenschap in 2010-2011 (16 ploegen in 2009-2010)
- 4 scholen (Pagodes, Hembeek, Magnolias en Bockstael)
- zeer sterk jong en sociaal imago in Brussel
- een technische en professionele omgeving met medische en statistieke opvolging
- een belangrijk werk wordt geleverd om deze ondernemingsgeest van Excelsior Brussels door te voeren naar alle ploegen toen om een echte ploeggeest te ontwikkelen zodat de jeugdspelers zich met de clubs haar imago kunnen identificeren

GP - I

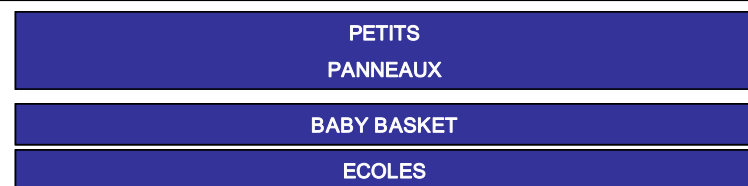
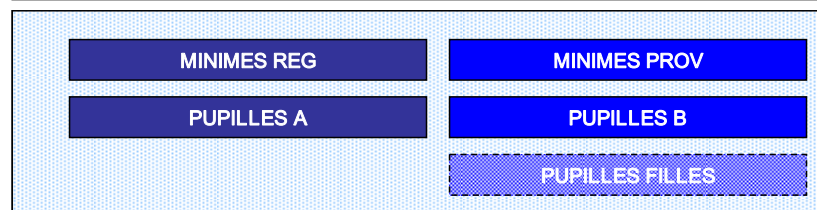
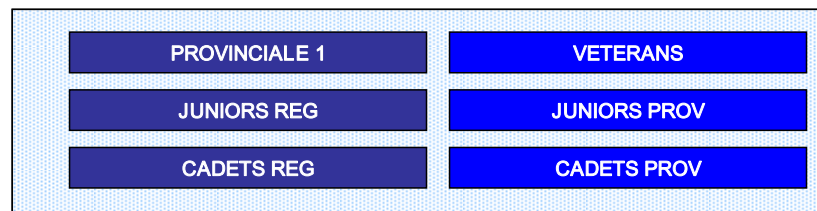
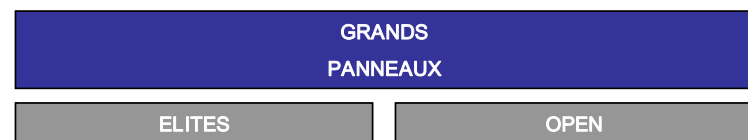
Nicolas
Joostens

GP - II

David
Putterie

12 ans

Yvan
Devreught



Een jeugdschool in volle groei.

1. Wat is Excelsior Brussels?

Ploeg 2^{de} nationaal

Meneurs	Taille	Age	Club précédent
Jeroen Van Haevermaet	1,90	23	Excelsior Brussels
Karim Nesba	1,80	22	Bree (N2)
Ailiers			
Nathan Herville	1,92	25	Excelsior Brussels
Nick Verrept	1,92	30	Excelsior Brussels
Jonathan Kabangu	1,91	23	Excelsior Brussels
Julien Defossé	1,93	30	Nivelles (N2)
Ailiers			
Sam Semijeero	1,95	32	Excelsior Brussels
Gregory De Pooter	1,96	25	Excelsior Brussels
Lennert Swaeb	2,01	29	Jako Pitzemburg (N2)
Emanuel Mampuya	2,00	31	Essor Charleroi (N2)
Isaac Bonsengé	1,97	22	Excelsior Brussels
Moyennes	1,93	26,55	

- stabiliteit ondanks de vervanging van enkele belangrijke spelers
- aanwerving van 4 belangrijke spelers in 2^{de} nationale waarvan er 2 Brusselaars zijn
- een stevige ploeg met spelers die elkaar goed aanvullen

Technische staff

Coachs		Club précédent
Serge Crevecoeur	HC	Excelsior Brussels
Nicolas Joostens	AC	Excelsior Brussels
Scouting & vidéo		
Félix Vandenplas		Excelsior Brussels

- 1 enkele assistant-coach
- progressieve integratie van de coach van 1^{ste} provinciale (Thierry Van Moer)

Medische staff

Terrain	
LUCAS Joel	kiné
2 Stagiaires	kinés
Non-terrain	
VANDENBALK Nicolas	médecin sportif N2
CAN CABEKE Michel	Chirurgien (genou)
SOKAL Olivier	Ostéopathe
PERRUCHAS Magali	Podologue

- Centre Erasme médico-chirurgical du Sport – snelheid van ingrijpen in geval van blessures
- Weinig blessures in 2009-2010!
- Een hoog opgeleide en ervaren medische staff
- Een staff die samenwerkt op een professioneel niveau

2. Middellang termijnplan – een duidelijke visie

Excelsior Brussels, een duidelijke toekomstvisie



Doelstelling 2013

2^{de} nationale, een gevestigde ploeg (top 4)
Professionele technische en medische omgeving

Min. 30 jeugd ploegen
Erkenning van de kwaliteit van de vorming voor de
jeugd ontwikkeling
Verschijning van de resultaten van de jeugdschool

Een duidelijke verhoging van het budget (min. 1,000,000 eur)
met minstens min. 50-60% privé-sponsoring
Mogelijkheid om (structuur en financieel) het niveau van 1^{ste}
nationaal te kunnen bereiken
4/5 full time personen aangesteld op sleutelposities

Vandaag

2^{de} nationale, eerste seizoen

18 jeugd ploegen
Reorganisatie van onze jeugdschool
Creatie van 2 juridische identiteiten: een VZW Jeugd en een VZW Elite

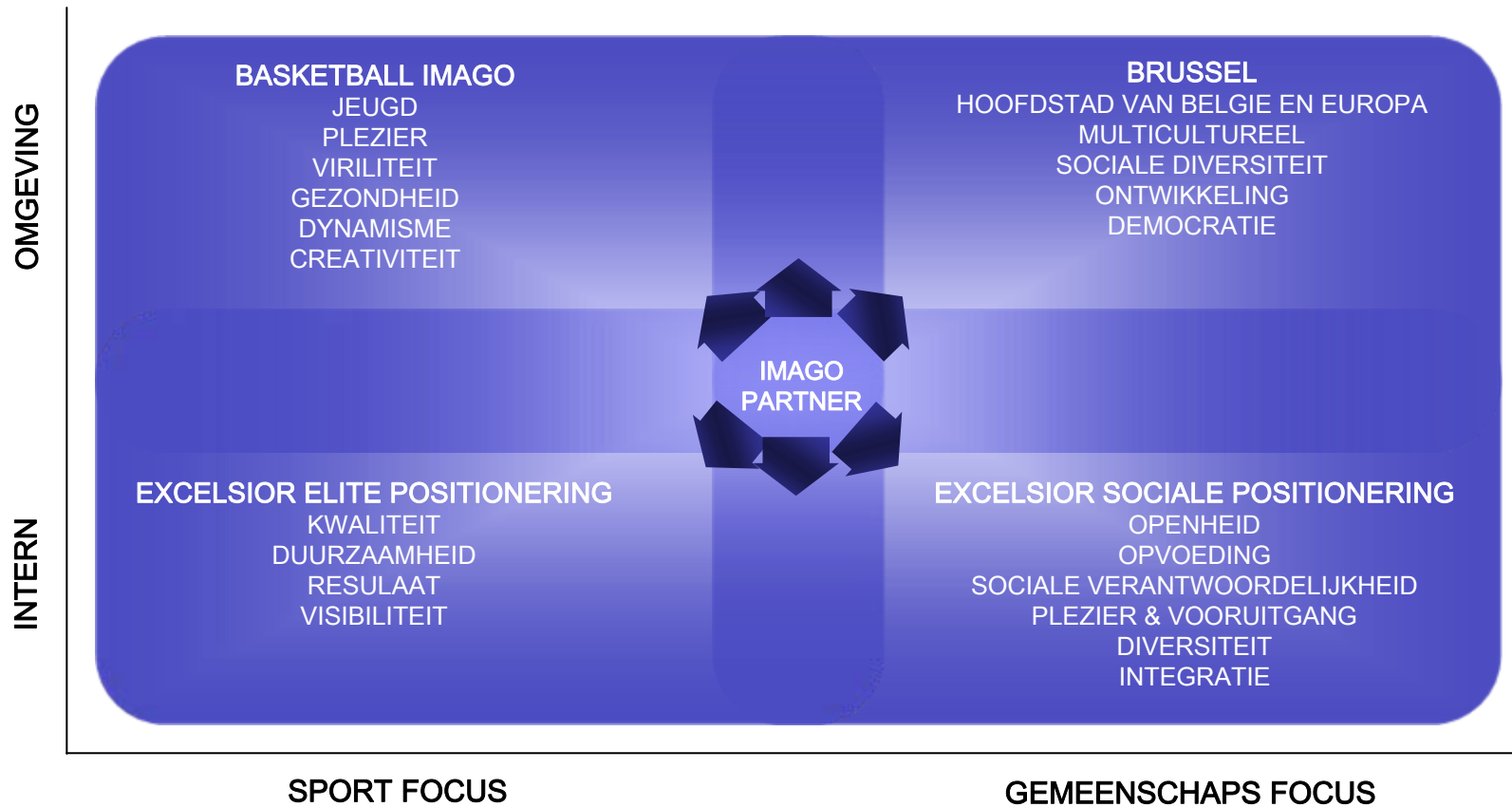
Budget van ongeveer 350,000 euro
Publieke partners en KMOs, geen significatieve privé-partners
Verhuise naar een nieuwe zaal (NOH)
VIP-ruimte, business seats en start van VIP-ontvangst en VIP-diners
1 full time persoon (Sponsoring en Directeur Sportieve operaties) en talrijke
vrijwilligers

**Onze partners hebben een
zicht op onze evolutie en een
invloed op ons succes**

3. Marketingstrategie

(i) Marketing positionering – segmentatie sponsors

Wij willen de positionering en de verwachtingen van onze partners kennen



3. Marketingstrategie

(ii) Sleutelfactoren van het succes – creëren van het product Excelsior Brussels

1 ONTWIKKELEN VAN HET PRODUCT "EXCELSIOR BRUSSELS"

(i)	Nieuwe zaal	ok	
(ii)	Hospitality	ok	
(iii)	Nieuwe website	ok	www.excelsiorbrussels.be
(iv)	Partnerships met regionale kranten		
		Ja	Opmerkingen
		La Capitale	ok
		TV Brussel	TV-spot te maken, contract ok
		Télé Bruxelles	contract finaliseren
		NRJ	contract finaliseren
		HLN / Het Nieuwsblad	te contacteren
		STIB / MIVB	op te volgen
		VOO	2 live wedstrijden (lokale TV) per seizoen
(v)	Panelen "rotors"		
(vi)	Ontwikkelen van steun van publieke instellingen		
(vii)	Organiseren van vaste evenementen		Finales AWBB, Schweppes Trophy, Beker van Brabant, jaarlijkse persconferentie, Onafhankelijkheid van Congo, enz...

www.excelsiorbrussels.be

Het bekend maken van Excelsior Brussels in het Brussels en Belgisch sportief landschap.

3. Marketingstrategie

(ii) Sleutelfactoren van het succes – ontwikkelen van een duidelijke **COMMERCIELE STRATEGIE**

2 ONTWIKKELEN VAN PRIVATE PARTNERSHIPS (CORPORATE en BUURT)

	<u>Hoeveelheid</u>	
(i) Titel sponsor	1	} Partenaires "corporate"
(ii) Sponsor Jeugschool	1	
(iii) Officiële partners	4	
(iv) Partners Gold	7	
(v) Partners Silver	10	} Partenaires "de proximité"
(vi) Partners	20	
(vii) Sponsors	50	
(viii) Uitwisseling en diensten		diverse (dranken, auto's, administratief materiaal, uitrusting, enz..)

3 DOELSTELLINGEN INZAKE VERHOOGING EN INKOMSTEN

	<u>Bedragen (in eur)</u>
Partners uit de buurt	+
Corporate partners	+++
Institutionele partners	++
Totale verhoging	650.000

Een strategie en goed afgelijnde commerciële doelstellingen

Belangrijke bedragen, maar realiseerbaar

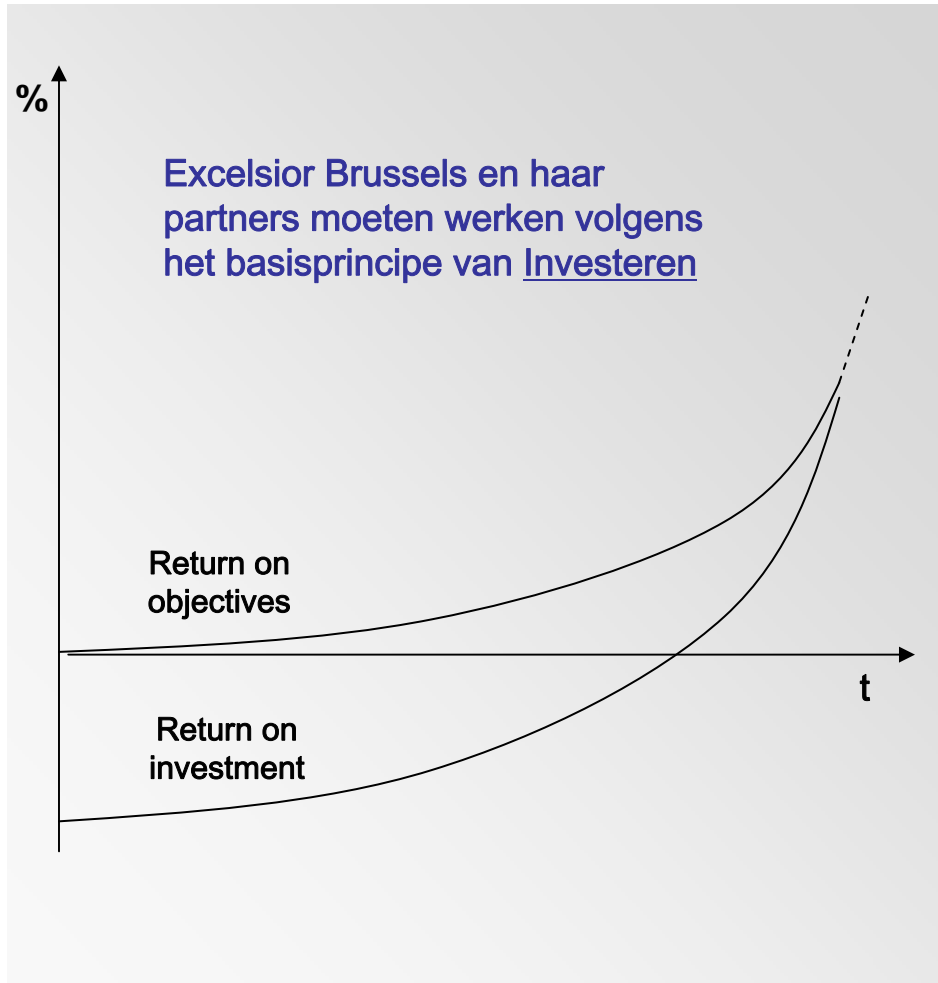
3. Marketingstrategie

(ii) Sleutelfactoren van het succes – aanbieden van een belangrijke VISIBILITEIT

- Een nieuwe website www.excelsiorbrussels.be, een centraal platform voor Excelsior, haar supporters, haar partners en anderen
- Een permanente, redactionele persaanwezigheid in de geschreven pers : La DH, La Capitale (Sud Presse), Het Nieuwsblad, Het Laatste Nieuws, Vlan
- Verschillende reportages en samenvattingen van de wedstrijden op de regionale televisie (Télé Bruxelles en TV Brussel), alsook 2 wedstrijden die live uitgezonden zullen worden in 2010 - 2011
- Aantrekken en behouden van een talrijk publiek via verschillende promotionele, innovatieve en sociale acties :
 - partnership met sportieve clubs
 - partnerships met scholen in de buurt
 - promotie van abonnementen via de lokale middenstand
 - promotie van ons aanbod « hospitality »
 - ontwikkeling van erkende basketbalevenementen
 - ontwikkeling van interne evenementen (ouders, jongeren, enz...)

3. Marketingstrategie

(iii) Filosofie inzake partnership

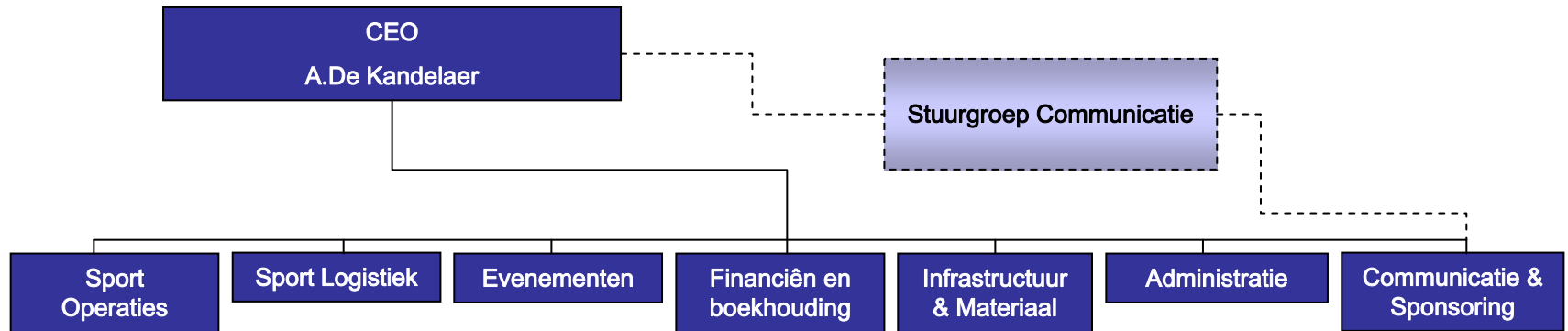


SPONSORING een project dat meer dan een afgewerkt product is

- als je gelooft in de competentie van het management en in de ontwikkelingstrategieën van Excelsior Brussels, zal een privaat partnership u helpen om onze plannen te kunnen uitvoeren
- Vanuit dat perspectief zullen partners een project sponsoren dat meer betekent dan een aantrekkelijk afgewerkt product
- Excelsior Brussels en haar partners hebben als doel om een uniek aantrekkelijk product te ontwikkelen
- Wanneer deze doelstelling bereikt is, zullen dezelfde partners betrokken worden in de nieuwe ontwikkelingsplannen en strategieën om vervolgens een hoger niveau te kunnen bereiken
- Sommige partners zullen genieten van een zetel in onze Stuurgroep Communicatie (zie volgende pagina) en zullen dus een directe verantwoordelijkheid hebben in de verwezenlijkingen van de marketingacties van de club
- Er moeten duurzame partnerships (minimum 2 à 3 jaren) ontwikkeld worden
- Er zal op korte termijn tegemoet gekomen worden aan de Return On Objectives (ROO) terwijl in monetaire termen in een latere fase tegemoet zal komen aan de Return On Investment (ROI)
- Het is de plicht, de missie en de bereidwilligheid van Excelsior Brussels om constant te investeren in het behouden van het ROO moment, wat zal leiden tot een veilige ROI

3. Marketingstrategie

(iii) Filosofie inzake partnership



3. Marketingstrategie

(iv) Aanbod producten

- naam van de club
- naam van de Jeugschool
- panelen rond het terrein
- permanente panelen rond de galerij
- permanente panelen op de muren van de zaal
- stickers op het terrein
- stickers op de racketronde, centrale ronde en rond het terrein
- outfit en warm-up van de spelers
- t-shirts pom-pom girls
- media partnerships
- hospitality VIP-ruimte
- Excelsior Magazine
- interviewbox
- website
- eNews (minimum 50.000 per seizoen)



Conclusie

We zouden graag willen dat u het imago onthoudt van...

- een dynamische en ambitieuze club
- een club met een duidelijke toekomst en een realistische ontwikkelingsstrategie
- een club met menselijke waarden
- een club die wil werken voor en met haar private partners
- een club die haar doelstellingen zal bereiken dankzij haar bekwaam en betrouwbaar management en alsook dankzij de samenwerking en de financiële steun van haar partners
- een financieel gezonde club
- een winnende club, waar dingen gebeuren

... en wij zouden graag willen dat u onze partner wordt!
Eenvoudig.

Contacten

Sponsoring & Marketing cel

Serge Crevecoeur
Marketing & Sponsoring
+32 478 52.09.77
crevecoeurserge@yahoo.fr

Félix Vandenplas
Marketing & Sponsoring
+32 476 53.00.61
felixvandenplas@yahoo.fr

Raad van Bestuur

Andre De Kandelaer
CEO
+32 475 44.25.83
dekandelaer@jean-goldschmidt.be

Ives Deryck
Raadslid
+32 477 50.03.39
ivesderyck@clearwire.be

Stuurgroep Communicatie

Jacques Vanderrest
Communicatie Manager - Siemens
jacques.vanderrest@siemens.com