

► **COFFEE BREAK** Failing Forward deelt marketingadvies

# «Ondernemen zonder een marketeer aan boord? Niet doen!»

**FAILING FORWARD**

«Eerst ons product, nadien verkopen we het wel.» Dit denken jonge ondernemers te vaak. Waarom loopt hierdoor fout?

«Ik begeleid geen enkele start-up zonder marketeer meer. Anders zien ze marketing als kost, en wanneer ze na een tijdje iemand aanwerven, verwachten ze er de hemel van. Nee, omarm de marketeer van in het begin», zegt Harry Demey, CEO van LDV United. De man is sinds vijf jaar met start-ups bezig en richtte samen met elf vennoten The Birdhouse op, een accelerator voor startende en groeiende bedrijven. Hij debatteert voor Failing Forward voor met Carole Lamarque, CEO van Duval Union en student-ondernemer Wout Meuleman, CEO van BeerSelect. «Marketing is een noodzaak», weet het trio «Maar ontbreekt vaak.»

## DEUR AAN DEUR

Wout startte tijdens zijn studies met twee studiegenoten het platform en brouwerij voor lokale bieren BeerSelect op. Van in het begin beseften ze het belang van verkopen. «We verkochten deur aan deur abonnementen voor HelloFresh, Cliniclowns en Oxfam», vertelt Wout. «Toen we feedback op onze



Foto's Lieven De Meyer

eerste businessidee wilden, besloten we hetzelfde te doen: onze bierpakketten met lokale bieren deur aan deur te verkopen. Dat heeft ons waardevolle feedback en een trouwe community van eerste klanten opgeleverd. Toen we afgelopen zomer onze brouwerij in Gent openden, herinnerden velen zich ons nog als de drie snotneuzen die bierpakketten verkochten.»

«Slim wat jullie deden», reageert Carole Lamarque die familiebedrijven helpt te innoveren. «Ik hoop altijd dat starters niet getrouwd zijn met hun idee. Want de markt bepaalt of een idee levensvatbaar is.

Daarom moet je zien dat je de middelen hebt om die markt te betreden. Als je spreekt over miljoenen mogelijke klanten, dan moet je ook miljoenen investeren om deze te bereiken. In een kleinere markten kan het met minder. Ook snelheid is een succesfactor. Geen enkel traag dier overleeft in de savanne.»

## TELEVISIERECLAME

«Je redt het niet met 200 euro per week op Facebook», weet Harry. «Kijk vanavond eens televisie. Dan zie je dat de grote merken allemaal adverteren: Vinted, Trivago, Bol.com, Coolblue, Amazon... We werden de voorbije jaren in slaap gewiegd met het idee dat deze bedrijven geen geld uitgeven aan marketing. Dat klopt niet.»

«Vertel overal je verhaal», vult Carole aan. «Neem de tijd, zoals je een wijn tijd moet geven. Bekijk marketing niet als een muur waar je over moet. Nee, kies voor de geleidelijke wandeling naar de top van de berg.»

«In ons traject was het aanwerven van een ervaren marketeer een belangrijke stap», besluit Wout. «Straf hoe hij onderhandelde met de Nederlandse supermarktketen Jumbo. Zonder hem hadden we geen deal kunnen sluiten.»



«Starters hoeven niet perfect te zijn. Wij hebben onze business omgevormd toen bleek dat ons eerste idee alleen niet rendabel was.»

Wout Meuleman  
CEO van BeerSelect



«De mens neemt 96% van zijn of haar beslissingen met het onderbewustzijn. Dan heeft het weinig zin om dit te passeren.»

Harry Demey  
CEO van LDV



«Zet in kleinere markten de salesman of -vrouw aan het stuur. In grotere markten de marketeer.»

Carole Lamarque  
CEO van Duval Union



# 3 marketingtips voor jonge ondernemers



## TIP 1.

### ZOEK KRITIEK

«Verlaat je comfortzone en omring je met mentoren die je een stamp durven geven», adviseert Wout, CEO van BeerSelect. «Wij hebben na onze eerste fase drie ervaren mentoren gezocht. We vroegen hen om kritisch te zijn, maar ons ook op te willen rapen als we tegen de muur zouden crashen. Hierdoor duwen zij ons vooruit. Als we een goed plan hebben, vragen ze ons hoe we het nog gaan verbeteren.»



## TIP 2.

### STUDEER MARKETING

«Je plan is maar zo goed als jijzelf bent», zegt Carole, CEO van Duval Union. «Investeer daarom eerst in jezelf. Ken je niets van marketing? Wel, studeer het dan... en voorkom dat je leergeld opbrandt tijdens het uitvoeren van je marketingplan. Weet dat de toegankelijkheid tot de massa verbeterd is via de digitale mogelijkheden. Je kunt bijvoorbeeld iets uitproberen voor 50 euro op Facebook, maar dit volstaat niet om een merk te bouwen.»



## TIP 3.

### MIX JONG EN OUD

«Mix jongeren en ouderen in één team», zegt Harry, CEO van LDV United. «Werken alleen jongeren samen, dan kan het snel bergaf gaan. Een team van alleen ouderen gaat vaak te traag of durft minder. Zoek zo snel mogelijk dit evenwicht. Vraag daarbij geen gratis advies. Wees wel bereid om mentoren aandelen toe te kennen. Als je vandaag 90% in een klein bedrijf hebt, kan je morgen 60% hebben in een groot bedrijf. Wat verkies je?»



Foto's Unsplash

## 2 sales medewerkers nodig voor 1 miljoen

Bijna de helft van de scale-ups neemt het meteen op tegen meerdere concurrenten, zegt de European scale-up report van Vlerick in opdracht van Startups.be. Sales en marketing zijn belangrijk om toegang tot de markt te forceren.

### Enkele opvallende cijfers?

- Slechts twee op de drie scale-ups hebben een salesteam.
- Gemiddeld hebben scale-ups 2 voltijdse salesmedewerkers nodig om 1 miljoen euro jaarlijkse verkoop te genereren.
- Daarna is er gemiddeld 1 extra salespersoon nodig per extra 1 miljoen euro in sales.
- De meest gebruikte lead generation methodes zijn referenties van bestaande klanten (71%), warme leads via website en conferenties (45%), online contact met prospecten (44%), cold calling (34%) en het opvissen van oude klanten (34%).
- De verkoopcyclus duurt tussen 1 tot 6 maanden bij de helft van de scale-ups (49%).

Bron: European scale-up report door Vlerick Business School in opdracht van Startups.be/Scale-ups.eu.

Krijg je graag nog marketing-, financieel en ondernemersadvies? Schrijf je dan nu in voor het evenement **The Big Squeeze** op 2 april.

/// [thebigsqueeze.be](http://thebigsqueeze.be)