

## Eiffel en de Eiffel Topsport Community

# Van Goed naar Goud

In één van de flexkantoren van zakelijk dienstverlener Eiffel ontmoeten we Ton Hegeman – directeur Innovatie & Business Development van Eiffel. Zakelijk geklede dames en heren mengen zich in het pand in Den Bosch moeiteloos met topsporters in trainingspak. Een vreemde controverse? ‘Nee, absoluut niet’, lacht Ton Hegeman. Zelf zit hij onberispelijk gekleed in de (Eiffel)rode fauteuil. En vertelt hij fanatiek over de Eiffel Topsport Community, passie, succes en ... oersaai degelijkheid.

‘De dienstverlening van Eiffel is eigenlijk heel simpel te verwoorden’, begint Hegeman. ‘Wij bieden onze klanten oplossingen. Niet meer en niet minder. Heeft onze opdrachtgever een probleem op juridisch, financieel of procesmatig gebied, dan weet hij dat Eiffel zorgt voor een kwalitatieve oplossing. Hoe we dat doen – door te detacheren, projectleiding te voeren, interim managers in te zetten – is voor de klant eigenlijk niet belangrijk. We nemen hem alle zorgen uit handen en bieden Grip op de zaak. Dat is het enige dat telt.’

### Heel eenvoudig

Die Grip op de zaak lijkt ver doorgevoerd in het hele bedrijf. Hegeman knikt instemmend. ‘Eiffel is een heel degelijk bedrijf. Wat we doen, willen we goed doen. En – voor ons

heel belangrijk – we willen de zaken vooral niet moeilijker maken dan ze zijn. We zijn wars van gebakken lucht en snel scores. We gaan juist voor verdieping in onze relaties met zowel klanten als onze professionals. En we kijken daarbij goed naar onszelf. Wie zijn we? Wat willen we? Wat drijft ons? Heel eenvoudig eigenlijk allemaal’, voegt Hegeman glimlachend toe.

### Kansen

Eenvoud lijkt echter niet het juiste woord voor de sponsoringactiviteiten van Eiffel. Het bedrijf tuigde een ware Topsport Community op, die verder gaat dan alleen het plaatsen van de bedrijfsnaam op de shirts van de sporters. ‘Een logische opzet’, aldus Hegeman, ‘die perfect past binnen onze visie. Kijk, we willen in wat we doen de beste zijn. Daarbij is het delen van kennis een van onze passies. Op dat vlak zouden we echt kansen laten liggen als we alleen shirtsponsor zouden worden van de clubs die we nu sponsoren. Basketbalclub EiffelTowers, hockeyvereniging AH&BC in Amsterdam en Eiffel Swimmers NZE. Allemaal topclubs waar men heel serieus met de sport bezig is. En dus ook clubs waar zeer veel kennis zit. En waar Grip op de zaak essentieel is. Zonder grip geen succes’, merkt hij stellig op.

### Kennis delen

‘Neem de coaches van de teams’, gaat Hegeman verder. ‘Motivatie en talentontwikkeling zijn voor hen heel belangrijke zaken. Net als voor Eiffel en voor onze klanten. Dus bespreken we met elkaar onze methodes. Wat zijn een ieders ervaringen? Wat werkt wel en wat niet?’ Hegeman vervolgt: ‘Een ander voorbeeld: veel kennis van de drie clubs over sporten ontsloten we via een speciale site op internet. Op deze afgeschermd portal, onder andere toegankelijk voor de Eiffel-medewerkers, vin-



Ton Hegeman

# Zwemmen geeft nieuwe energie.

# E.ON ook.

E.ON is trotse sponsor van het EK Zwemmen.

den zij allerlei informatie om ook fysiek topfit te worden. Hardloopschema's, voedingstips, et cetera. Zo profiteren onze medewerkers ook van de aanwezige kennis. Maar ook binnen de sportteams vindt kennisdeling plaats', gaat Hegeman enthousiast verder. 'Zo liet de hockeycoach de basketballers zien hoe hij met geavanceerde techniek wedstrijden analyseert. Of neem de zwemmers, die genoten van de sfeer rondom een basketbalwedstrijd.'

#### **Geweldige uitwerking**

Passie en partnership, dat zijn volgens Hegeman de sleutels tot succes. Hegeman enthousiast: 'Het is geweldig om met gedreven mensen te gaan voor resultaat. Dat geeft enorm veel energie. En je merkt dat het werkt. Niet alleen leren we van elkaar en worden daardoor steeds beter. Ook op de Eiffel-organisatie en haar klanten heeft de Topsport Community een geweldige uitwerking. Klanten gaan graag mee naar wedstrijden van een van onze drie topclubs. Onze medewerkers genieten tijdens basketbal-, zwem- en hockeyclinics. En doordat we zoveel mogelijk ook onze naam aan de clubs verbinden, neemt onze naamsbekendheid toe. Kortom: een win-win-win situatie! En dat moet ook, want bij Eiffel gaan we niet voor goed, we gaan voor goud.'

[www.eiffel.nl](http://www.eiffel.nl)

