

In the picture...

JBS-lid Ivo Simons:

## ‘Een solide netwerk voor de lange termijn’

Sittard - Tijdens zijn duale commerciële economiestudie aan de HEAO (leren en werken) kwam Ivo Simons op Scholengemeenschap Trevianum in Sittard terecht. In deze parttime baan ontdekte hij zijn bijzondere belangstelling voor marketing en public relations. Hij bleek al snel heel handig met marketinginstrumenten. Drie jaar geleden trok hij de stoute schoenen aan en besloot zich als marketingbedrijf in te schrijven bij de Kamer van Koophandel. Inmiddels heeft de 23-jarige Ivo maar liefst twee bedrijven: IvowMarketing en BannerEnCo.nl. Vijf maanden geleden werd hij lid van de JBS.

Als ondernemer in de marketingbranche beschouwt Ivo Simons zichzelf als zijn eigen product en wil dat ook uitstralen. Zoals dat hoort bij een goede marketeer is Ivo een enthousiast verteller en nauwelijks te stuiten wanneer je vraagt naar zijn bedrijfsactiviteiten: “Mijn sterke punt is dat ik overal méér omzetmogelijkheden zie doordat ik goed ‘out of the box’ kan denken. Aanvankelijk richtte ik me op web-designing maar uiteindelijk besloot ik veel breder te gaan werken. Nu ben ik voor mijn klanten het centrale aanspreekpunt op het totaalgebied van reclame en marketing. Mijn doelgroep hierbij is vooral het midden- en kleinbedrijf.” Reclame en marketing vormen voor veel ondernemers abstracte begrippen, waarbij het moeilijk is om een eigen product neer te zetten. Ivo beschikt over de benodigde kennis en ervaring om een quick-scan uit te voeren zodat al snel duidelijk wordt wat een bedrijf nodig heeft. Vervolgens kan samen met de ondernemer een plan worden uitgezet dat varieert van het verkennen van markten, het ontwikkelen van namen, beeldmerken en imago’s, het opstellen van een compleet beleidsplan tot het begeleiden van fusies.

### Creatieve sessies

IvowMarketing kan ook worden ingeschakeld voor creatieve sessies met de eigen medewerkers van een bedrijf. “Die medewerkers hebben vaak hele goede ideeën, maar dan moet je die er eerst uit zien te krijgen. Ik probeer mensen daartoe op een positieve manier te prikkelen. Tijdens de creatieve sessies weet ik de teamleden in een positief geleide brainstorm met de neuzen dezelfde kant op te krijgen, waardoor ze zich onderling gaan inspireren.”

Ondernemers die hun marketing en reclame zelf uitzetten, lopen volgens Ivo het risico dat ze in vaste patronen blijven denken. Juist dan is het nuttig als een extern persoon dit soort zaken van een afstand kan bekijken. “Een hovenier komt voor zijn beeldmerk al snel uit bij het traditionele blaadje of boompje, maar als je het op een goede manier in beeld brengt kan een fontein of zonnebloem juist een verfrissend nieuw imago betekenen.”



Een ander punt waar ondernemers nogal eens tegenaan lopen is dat de uitgezette marketing-lijnen elkaar niet voldoende versterken. Daardoor wordt de kracht van goede ideeën vaak teniet gedaan. “Marketing kost nu eenmaal veel geld, dus moet het concept heel eenduidig zijn om het optimale rendement te bereiken”, weet Ivo. Zelf werkt hij steeds meer met allerlei audio-visuele middelen en kan hierin een breed product aanbieden. “De kracht ligt bij het MKB juist op samenwerking”, is zijn stellige overtuiging. Voor een deel kan ik mijn klanten zelf van dienst zijn, maar afhankelijk van het gekozen concept besteed ik ook zaken uit aan andere professionals voor een optimaal resultaat.”

### Toegevoegde waarde

Twee jaar geleden kwam Ivo via een ander lid in contact met de JBS. “Netwerken is terecht zeer populair. Maar het is wel belangrijk dat je als ondernemer de toegevoegde waarde goed herkent. Bij de JBS-avonden kwam ik er al snel achter dat bij de JBS het accent ligt op de kennisoverdracht. Dat vind ik al een belangrijk punt, want daardoor blijft het niet slechts bij het uitdelen van visitekaartjes. Je hebt immers tegelijkertijd een goed publiek om na afloop van de lezing de avond te evalueren en hebt altijd een onderwerp van gesprek.”

Sinds 5 maanden is Ivo ook zelf lid van de JBS. In die tijd heeft hij al hele nuttige contacten opgedaan. “Ik beschouw een netwerk niet als een middel om meteen concreet tot zaken te kunnen komen. Het is juist de bedoeling om aan je lange-termijncontacten te werken. Als jonge ondernemer moet je ervoor zorgen dat men je kent. Op termijn wordt dan wel duidelijk wat je voor elkaar kunt betekenen. Wanneer je bijvoorbeeld via een bekende bij een potentiële klant geïntroduceerd wordt, kom je toch béter binnen. In het bedrijfsleven draait het uiteindelijk altijd om elkaar iets te gunnen en daarbij kan een netwerk een belangrijke functie vervullen.”

Meer informatie over de bedrijven van Ivo Simons is te vinden

op: [www.ivow.nl](http://www.ivow.nl) en [www.bannerenco.nl](http://www.bannerenco.nl).