

VROUWELIJKE ONDERNEMER VAN HET JAAR OVER EVOLUTIE IN BEURSSECTOR

ANN VANCOILLIE VEROVERT DE WERELD MET CREAPLAN EN ALUVISION

Ann Vancoillie, samen met haar man Dirk Deleu general manager van de zelf opgestarte bedrijven Creaplan en Aluvision, mocht eind maart de 14e Womed Award (voor het jaar 2012) in ontvangst nemen uit handen van Vlaams minister-president Kris Peeters. Deze prestigieuze award wordt uitgereikt door Prinses Mathilde en heeft als doel elk jaar de meest markante vrouwelijke ondernemer te verkiezen. Een 'topmadam' in de wereld van beurzen en standbouw; wij wilden dan ook haar visie op deze aparte tak binnen de meeting- en eventindustrie kennen.

Dimitri Van Moerkercke

GESTART IN 1994

Het koppel – Ann heeft een diploma in de communicatiewetenschappen en Dirk is industrieel ingenieur – is eerder toevallig in de wereld van de standbouw terechtgekomen. “We zijn uiteraard heel klein begonnen”, begint Ann haar verhaal. “Onze eerste opslagplaats was de aardappelloods van mijn ouders, in mijn geboortedorp Handzame (West-Vlaanderen). We installeerden er ook een klein bureautje en na verloop van tijd konden we enkele werknemers aanwerven. Creaplan werd eerst opgericht, in 1994. Een groot kantelmoment was in 2002, toen we verhuisden naar Nazareth (Industrieterrein De Prijkels) door plaatsgebrek. Op dat moment hadden we al 17 medewerkers in dienst. Nazareth ligt veel centraler, dus dat was zeker een goede beslissing. Een jaar later, in 2003, werd Aluvision opgericht.”



“Vandaag is een systeemoplossing een duurzaam alternatief en een toekomstgerichte oplossing. Dat is toch wel een heel belangrijke evolutie”

VROUWELIJK ONDERNEMERSCHAP

Hoe bent u in de Womed Award verkiezing terechtgekomen?

“Een leverancier, die eveneens bij Unizo actief is, heeft mij getipt. In november 2012 kreeg ik een telefoontje van de organisatie met de vraag of ik mijn kandidatuur wou indienen. Na wat nadenken en overleg ben ik ervoor gegaan. De eerste ronde telde 40 kandidaten. In de volgende fase bleven er nog negen over die elk een dossier moesten voorbereiden en voor een jury in Brussel moesten verschijnen. Die jury bestond uit leden van Unizo, Markant,

Trends, KBC en Vlerick School of Management. Na deze ronde bleven er nog drie finalistes over. Die moesten dan nog verschillende opdrachten uitvoeren en op 27 maart was de apotheose. Nu ben ik een heel jaar ambassadeur en mag ik naar de buitenwereld toe uitdragen wat vrouwelijk ondernemerschap inhoudt.”

BEURZEN BELANGRIJKE ONTMOETINGSPLAATS

Wat is de meest markante evolutie in de sector van beurzen en standbouw sinds u van start bent gegaan?

“Er zijn twee heel interessante

evoluties. Een eerste is toch dat we een stuk efficiënter en ecologisch werken dan vroeger. Dat is ook de reden waarom wij met Aluvision begonnen zijn en er ook sterk in geloven. Vroeger werden stands opgebouwd voor een eenmalige beursdeelname. Een stand bestond uit een decor in schrijnwerk en na de beurs werd alles afgebroken en in de container gegooid. Bedrijven zijn vandaag terecht bezorgd om hun ecologische voetafdruk. Ze willen tonen dat ze duurzame ondernemen en dat beleid wordt op alle niveaus doorgetrokken, ook op het vlak van marketing en

communicatie. Met andere woorden, als ze een beursstand kunnen opbouwen met herbruikbare materialen, namelijk met systeemoplossingen waarbij je heel wat minder weggooit, dan zijn ze snel overtuigd. Toen wij begonnen in 1994 werd een systeemstand vaak nog gezien als minderwaardig. Vandaag is een systeemoplossing een duurzaam alternatief en een toekomstgerichte oplossing. Dat is toch wel een heel belangrijke evolutie. Daarnaast is er de evolutie van het internet, sociale media. Moet je nog wel een beurs organiseren of eraan deelnemen? Ik denk echt



"Als je aan een beurs deelneemt, weet je wat er leeft op de markt! Je blijft op de hoogte van alle evoluties binnen je sector"

van wel, en zelfs meer dan ooit tevoren. De maatschappij evolueert snel, en het is belangrijk als bedrijf om op de hoogte te zijn van de evoluties. Daarnaast is het heel belangrijk voor zakenmensen om elkaar te zien, te ontmoeten. Iemand echt ontmoeten is nog altijd helemaal anders dan via het internet. Dé ideale plaats daarvoor is toch wel een beurs. Bij een beursdeelname ontmoet je je klanten en je prospecten, maar je kunt ook de markt en de concurrenten perfect aanvoelen. Als je aan een beurs deelneemt, weet je wat er leeft op de markt! Je blijft op de hoogte van alle evoluties binnen je sector. De hele sector is er aanwezig. Je ziet alle producten en nieuwigheden van de markt op één plaats. Dat is allemaal niet mogelijk via internet of de sociale media. Een beurs is bovendien een uiterst geschikt moment voor een bedrijf om af te toetsen waar je staat. Daarom is een beursdeelname zo belangrijk: je pakt echt uit met je bedrijf en met je nieuwe producten. Een beursdeelname moet daarom ook heel professioneel aangepakt worden. Een beurs vindt vaak plaats in het buitenland, je stand moet er staan, je bedrijf moet pronken en alles moet af zijn tegen die tijd. Daarom is het heel belangrijk met de juiste partner te werken die dat kan verwezenlijken. Er is geen ruimte voor fouten. Beursbezoekers beleven een bezoek ook heel bewust! Ze onthouden waar ze goed werden ontvangen door de hostesses of de verkoopmensen, welke stands in het oog sprongen, en natuurlijk ook welke producten hen het meest aangesproken hebben. Die persoonlijke aanpak kan de beslissing van de bezoeker behoorlijk sturen. Dat is al een heel pak moeilijker via sociale media. Zaken waar mensen iets aan beleefd hebben, blijven net



"Een stand moet de juiste vertaling zijn van het imago en de marketingstrategie van het bedrijf"

iets langer hangen. Dát is beursbeleving."

STAND IS VERTALING BEDRIJFSIMAGO

Hoe kan een stand helpen bij het verrassen van de bezoeker?

"Een stand moet de juiste vertaling zijn van het imago en de marketingstrategie van het bedrijf. Voor een standbouwer is het dan

ook heel belangrijk om goed te luisteren naar wat de klant wil. De standbouwer moet de creativiteit die hij in huis heeft op de juiste manier toepassen. Na een eerste briefing gaat de standbouwer vertellen wat de klant wil en hoe de stand er gaat uitzien. Daarvoor moet je natuurlijk een en ander van het bedrijf weten: wat is de corebusiness, het imago, waar willen ze naartoe ... en

uiteraard: wat zijn hun producten?

De stand is een vertaling van je bedrijfsimago, zoals ik zei. Daarom is het belangrijk dat een stand in het oog springt. Met het design van je stand kun je je potentiële klant al teasen. Hoe een stand eruitziet, is bovendien van veel factoren afhankelijk: niet alleen van de sector, het product en de beurs, maar ook van de cultuur en het land waar de beurs plaatsvindt.

Voor veel bedrijven moet je al een mondiaal pakket kunnen leveren, een pakket dat wel eens verschillend kan zijn voor bijvoorbeeld de Verenigde Staten of China."

Is er een evolutie merkbaar in de gebruikte materialen?

"Zeker. Vroeger was een traditionele stand van hout en die werd dan geschilderd. Vandaag worden er meer diverse materialen gebruikt.

Als je voor het Aluvision systeem kiest, werk je met frames. Die krijgen invullingen, dat zijn platen van hout, kunststof, glas, plexi ... Er is dus meer keuze. Er wordt ook heel veel met doek gewerkt. Daar kun je hele wanden mee bekleden zonder dat je één naad ziet. Je print er iets op en je hebt meteen een heel sterk beeld dat mensen aantrekt. Zo voer je een sterke campagne op een heel eenvoudige manier. Licht speelt hierbij ook een heel belangrijke rol. Vooral het gebruik van ledverlichting is vandaag heel populair. Ledlicht is makkelijk te integreren en laag in verbruik, wat ook weer ecologisch is. Ook hier hebben we bij Aluvision prachtige toepassingen van leddisplays." □

Creaplan & Aluvision

Creaplan uit Nazareth is een projectbedrijf gespecialiseerd in stands, displays en interieurs. Het bedrijf werd opgericht in 1994 en heeft 46 mensen in dienst. Samen met zijn klanten reist Creaplan de wereld rond om projecten te realiseren. Aluvision is een productiebedrijf dat oplossingen en systemen ontwikkelt om stands sneller, efficiënter en ecologischer op te bouwen. Dit bedrijf werd opgericht in 2003 en heeft 25 mensen in dienst. 85% van de omzet bij Aluvision wordt gerealiseerd via export.