

Aanwezig:

Sofie Dely (SoD), Reinout Van Schuylenbergh (RvS), Nick Baelus (NB), Wim Janssens (WJ, verslaggever), Michael Schouwaerts (MS), Guido Derore (GD), Rian Van Rampelbergh (RvR), Katty Van Driessche (KvD), Marc Notredame (MN)

Verontschuldigd:

Staf Aerts (SA), Stefaan Depaepe (SD), Werner Taveirne (WT)

Verslag Raad van Bestuur VTDL

a. VTDL Lidmaatschap 2018

3 scenario's:

1. Goedkope TRY-Pass (20€) en een wedstrijdlicentie (70€)
Waarbij de TRY pass als prijsbreker dient en de mogelijkheid biedt tot wedstrijd aanbod in de teamformats.
2. Multipass (25€) en wedstrijdlicentie (70€)
Waarbij de Multipass de mogelijkheid biedt tot wedstrijd aanbod in teamformats en individuele formats met twee disciplines.
3. 1 Pass (20€) – 2 Pass (45€) - 3 Pass (70€)
Waarbij de 1 Pass enkel wedstrijd aanbod in de teamformats – 2 Pass wedstrijd aanbod in teamformats en formats met twee disciplines en 3 Pass een volledig wedstrijd aanbod.

Prof. Scheerder werd uitgenodigd om vanuit zijn ervaring toelichting te geven hoe we onze sport en onze producten kunnen versterken naar de toekomst.

- In triatlon is deelname aan een event (beleving) een heel belangrijke factor
- Werk met kleuren voor verschillende doelgroepen (vb. KNAU), bijv. gezondheid/participatie/prestatie
- Laat recreanten en toppers in zelfde event deelnemen (vb. Deense atletiek)
- WC Antwerpen: geloof eerder in evenement dan topsporters om groei te veroorzaken
- Kijk naar commerciële spelers want zijn vaak gangmakers van de sport (vb. Golazo)

Als marketingexperten zijn M. Schouwaerts en J. Scheerder ervan overtuigd dat we ons niet te veel moeten focussen op de prijs en prijsverschillen tussen de verschillende producten. Al onze producten zijn even belangrijk en evenwaardig. Kwaliteit heeft zijn prijs. Belangrijker is dat we onze producten goed "verkopen". Een

duidelijk, eenvoudig en aantrekkelijk product dat een duidelijke meerwaarde biedt voor de licentiehouder.

Conclusie: Je hebt nu een product; zet dit eerst duidelijk, eenvoudig en transparant in de kijker (bijv. betere user-interface) en werk vervolgens aan een verbetering (marktsegmentatie) hiervan

b. Hit The Moon

Branding agency "Hit The Moon" komt hun voorstel tot rebranding presenteren. Bedoeling is om de komende naamsverandering "Triatlon Vlaanderen" te combineren met een nieuwe huisstijl.

HTM presenteert 3 pistes. Het verkozen logo wordt nog aangepast

c. Ouderschapsverlof

Vacatures zijn klaar en worden eerstdaags op onze website en sociale media geplaatst.

- 1x jobstudent administratie en sporttechnisch
- 1x boekhouder ad interim

d. Samenstelling commissies

- Nationale Topsportcommissie

Er werd hiervoor geen open vacature uitgeschreven.

- Werkgroep IT/website/interface

Vraag is of deze werkgroep niet aanleunt bij de werkgroep communicatie? RvB waarschuwt om niet te veel verschillende commissies en werkgroepen op te richten.

- Commissie Communicatie & Sponsoring

Personeel laat weten dat ook andere experts als Wim Lagae, Barbara Torfs of Jeroen Scheerder reeds hun hulp aanboden en hier belangeloos een rol kunnen spelen.

RvB vraagt wat de rol is van deze commissie en of het een werkgroep dan wel een commissie betreft? Ze moeten elk een duidelijke rol en duidelijk omschreven zijn.

Doel is om nieuwe sponoren aan te trekken, een return te creëren en de externe communicatie (communicatieplan) te verbeteren.

e. WTS Grand Final Rotterdam

Er wordt met de sponsoren en partners WC Antwerp (Azteca en Hoofd Sport Antwerpen) een programma uitgewerkt.

Doel is om de organisatoren in contact te brengen met ETU, ITU met oog op hun BID en hen het ITU circus tonen

f. Partnership logistiek – Triathlonshop

Merchandising blijft een moeilijk verhaal, mogelijkheden worden bekeken.

g. Operationele leiding

Zonder personeel

h. Varia

Volgende vergadering: 19/07/2017