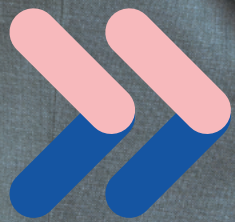


Onder nemers

magazine



Een zoete overwinning voor Tiense Suiker

De Voka Gangmaker Vlaams-Brabant 2023

**Joeri Billast over
Web3, NFT's en andere
buzzwoorden in marketing**

5 marketingtrends voor 2023

voka Vlaams
netwerk van
ondernemingen



T H E X M



 GEEF VOORRANG AAN VEILIGHEID.

Milieuinformatie (KB 19/03/04): bmw.be

1,4-1,6 L/100 KM • 32-36 G/KM CO₂ (WLTP)

Juma Leuven

Brusselsesteenweg 72
3020 Herent
016 49 98 70
www.juma.bmw.be

Juma Mechelen

Kruisbaan 125
2800 Mechelen
015 42 30 00
www.juma.bmw.be

JUMA

Kris Claes

Gedelegeerd bestuurder van Voka – Kamer van Koophandel Vlaams-Brabant

Het was een nacht...

...waarop ondernemerschap nog eens voluit gevierd werd! Met meer dan 500 ondernemers en beleidsmakers waren we tijdens de allereerste Nacht van de Gangmaker. Met Tiense Suiker kwam er meteen ook een klepper van een onderneming uit de bus om als eerste met de ondernemingsprijs Gangmaker 2023 te gaan lopen.

We keken voor deze prestigieuze prijs naar enkele specifieke criteria: ondernemerschap, innovatie, duurzaamheid, creativiteit, samenwerking en durf. Het gaat om bedrijven die door hun inzet ondernemerschap in onze provincie positief naar voren brengen en de toegevoegde waarde naar buiten dragen. Het zijn met andere woorden gangmakers voor de provincie Vlaams-Brabant. En daar kunnen we alleen maar trots op zijn!

Ondernemers zijn optimisten die kansen zien in moeilijkheden. Maar van een aantal uitdagingen kunnen ze helaas niet alleen werk maken. Onze regeringen hebben nog meer dan een jaar te gaan voor de verkiezingen. Veel te vroeg om in campagnemodus te gaan gezien de gigantische uitdagingen waar onze ondernemingen en economie voor staan.

Uit één van onze recente enquêtes blijkt dat de bevraagde bedrijven geen enkele groei verwachten in het tweede kwartaal. Geen enkele. Eén op drie verlaagt daarenboven de investeringsplannen. En dat terwijl we net meer investeringen nodig hebben om onze economie en onze bedrijven weer volop te doen draaien. De grootste rem op de economische activiteit vormen de loonkosten. Het is dus belangrijk dat de motor terug aanzwengelt en dat er gesproken wordt over de aanpassing van de automatische koppeling van de lonen aan de index.

Dat sedert het begin van deze legislatuur de loonkostenondersteuning voor onderzoek en ontwikkeling gestegen is van 1 naar 1,5 miljard euro is zeer positief. Dankzij die steun kunnen bedrijven innoveren en dat moet in elke fiscale hervorming verankerd staan. Maar het plan om de vrijstelling van meerwaardebelasting voor investeringen in start-ups te beperken is een mokerslag voor ondernemend België en zou moeten gevrijwaard worden in elke fiscale hervorming.

Er is nu een economisch beleid nodig dat werken niet bestraft maar net aanmoedigt. Onze economie is aan het slabakken, en dus mag het beleid dat

Ondernemers zijn optimisten die kansen zien in moeilijkheden. Maar van een aantal uitdagingen kunnen ze helaas niet alleen werk maken.

zeker niet doen. De keuzes van vandaag zullen mede onze welvaart van morgen bepalen. We zullen nauwlettend de keuzes van de overheid verder in de gaten houden zodat bedrijven verder kunnen groeien en bloeien en dat het klimaat en kader om ondernemen gunstig blijft.

Gelukkig kunnen en doen ondernemers ook veel zelf. Dat is mede wat we vierden tijdens de Nacht van de Gangmaker en dat is ook wat we samen gaan blijven doen! «



Samen voor welzijn.

Uw partner in preventie op het werk.

Gezonde medewerkers maken een gezond bedrijf.
Daar willen we samen met uw onderneming actief aan werken.
Wij schakelen al onze expertise in om de veiligheid,
gezondheid en het welzijn van uw medewerkers
voorop te stellen. Let's make it work together!



Colofon

Ondernemers is het blad van Voka – Kamer van Koophandel Vlaams-Brabant.

Kantoor Leuven (maatschappelijke zetel): Tiensevest 170, 3000 Leuven
t. 015 22 26 88

Kantoor Vilvoorde
Medialaan 26, 1800 Vilvoorde
t. 016 22 26 89

Contact:

adres@voka.be
www.voka.be/vlaams-brabant

Hoofredacteur: Mathieu Wouters

Werkten mee aan dit nummer:

Tiffany Mestdagh, Liesbeth De Kegel, Annik Camps, Michael Bronckaerts, Tim Van Roy, Linda Vanacken, Aubry Cornelis, Helena Polfliet, Hannelore Veulemans, Wouter Noerens (Saycheese)

Gedelegeerd bestuurder:

Kris Claes

Verantwoordelijke uitgever:

Daniëlle Vanwesenbeeck, Voorzitter
Voka – Kamer van Koophandel Vlaams-Brabant

Reclameregie:

ondernemen.vb@voka.be

Abonnement per jaar

(10 nummers): **80 euro**

Kosteloos voor Voka-leden.

Per los nummer: **8,5 euro**.

Concept & realisatie:

www.propaganda.be

Druk: Graphius Brussels

Het overnemen van gehele en/of gedeeltelijke bijdragen is slechts toegelaten mits de uitdrukkelijke toestemming van de verantwoordelijke uitgever.

Dit magazine wordt gedrukt op chloorvrij papier.

Ondernemers is ook online beschikbaar:
www.voka.be/publicaties

Voka Kamer van
Koophandel
Vlaams-
Brabant

proximus

premed

sdworx
For life. For work.

ING

Juma
Leuven - Mechelen

we
are Pro.
paganda

in dit nummer

Gangmakers

6 Tiense Suiker is dé Voka Gangmaker 2023

Nieuws uit onze regio

12 West-Brabant

13 Hageland

14 Noord-Rand

15 Groot-Leuven

Finance & Fiscaliteit

18 Het fiscaal optimaliseren van de bezoldiging van de bedrijfsleider

Voka Actueel

19 Tegen 2050 moet de energietransitie van bedrijven rond zijn

21 Duurzame ondernemersprijs en buitenlandse expansie

Experten aan het woord

24 Koen Ausloos over je geldreserves laten renderen

25 Inzichten over leiderschap door Maaïke De Prins

Familiezaken

26 Ve-Ra-Bo doet woondromen uitkomen

Starter in de kijker

28 Suikervrije koekjes van Cheatah

Internationaal ondernemen

30 Douane-app van AE op basis van AI

Event

44 Vliegende Starters: Ondernemen Zonder Grenzen

Plato

50 Nils Van den Broeck van Védébé Studiebureau

En verder

17 Nieuwe Voka-leden

47 Ondernemen als creatieve generalist

48 Agenda

Dossier

33

**Sales,
marketing
en communicatie**

34 Hannelore Verheyen over marketingtrends

38 WAD over search listening

40 Wingman over samenwerken met influencers

36 Boek van de maand: Joeri Billast



Eerste editie groot succes

Tiense Suiker wint eerste Gangmaker-prijs

EVENT

VAN DE MAAND

Meer dan 500 ondernemers en beleidsmakers zagen tijdens de eerste editie van de Nacht van de Gangmaker de Tiense Suikerraffinaderij als Voka Gangmaker 2023 uitgeroepen worden. Met deze ondernemingsprijs bekroont Voka – KvK Vlaams-Brabant een bedrijf uit de provincie dat uitzonderlijke prestaties leverde op vlak van duurzaamheid, ondernemerschap, creativiteit, samenwerking. Een jury verkoos Tiense Suiker uit een selectie van vier genomineerden, één uit elke regio.

Tiense Suiker is dé Voka Gangmaker Vlaams-Brabant

In de prachtige setting van de Plantentuin van Meise genoten ondernemers en beleidsmakers uit de hele provincie van de allereerste Nacht van de Gangmaker. Een uniek tuinfeest waar Vlaams-Brabants ondernemerschap voluit werd gevierd. De lat is meteen hoog gelegd, want dit event was het begin van wat een jaarlijkse traditie zal worden.

Om het event helemaal af te maken, maakte Voka – KvK Vlaams-Brabant ook bekend wie met de – eveneens allereerste – Voka Ondernemingsprijs Gangmaker 2023 aan de haal gaat. Begin dit jaar werd telkens één bedrijf per regio genomineerd: Ijsfabriek Strombeek voor regio Noordrand, Brouwerij Lindemans voor West-Brabant, Scott Sportech Benelux voor Groot-Leuven en Tiense Suiker voor Hageland. De jury verkoos uiteindelijk die laatste als winnaar.

Het was voorzitter van Voka – KvK Vlaams-Brabant, Danielle Vanwesenbeeck, die de winnaar mocht aankondigen. Zij kan zich helemaal vinden in deze winnaar: “Op alle criteria kreeg Tiense Suiker een uitmuntend rapport van de jury. We zijn dan ook heel trots dat zij de prijs in de wacht hebben kunnen slepen, want ze zijn echt een voorbeeld van ambassadeur- en ondernemerschap in de regio. Dat zij de prijs mochten ontvangen komt ook omdat het een bedrijf is met een verhaal dat blijft enthousiasmeren en dat naar de toekomst blijft kijken.”

Kris Claes, gedelegeerd bestuurder van Voka – KvK Vlaams-Brabant, is ook trots op deze winnaar: “Wat Tiense Suiker siert, is dat het weliswaar een groot bedrijf is dat deel uitmaakt van een internationale groep, maar toch

met beide voeten in de Tiense grond verankerd blijft. De bieten worden in de omgeving van de onderneming geteeld en medewerkers komen uit de regio. Ook wordt samengewerkt met scholen om via duaal leren meer jongeren uit de buurt aan een job te helpen. Bovendien investeerde Tiense Suiker de voorbije jaren fors in een nieuwe diffusietoren. Dankzij al deze inspanningen verdient Tiense Suiker zeker de prijs van Voka Gangmaker 2023.”

Als een bekroning van een lange weg, zo onthaalde Jan Ingels, directeur van Tiense Suiker, deze prijs: “Als je ziet wat de criteria zijn – duurzaamheid, initiatief nemen, durf en lokale verankering – dan kunnen we alleen maar trots zijn. Het is een prachtig teken van appreciatie en stimulans om nog verder door te gaan op deze weg.”

Jury

De jury van de Gangmaker Vlaams-Brabant bestond uit zes personen: Jan Spooren, gouverneur van de provincie Vlaams-Brabant, Daniëlle Van Wesenbeeck, voorzitter van Voka – Kamer Van Koophandel Vlaams-Brabant, Kris Claes, gedelegeerd bestuurder van Voka – Kamer Van Koophandel Vlaams-Brabant, Peter Van Puyvelde, hoofd van de diensten faculteit ingenieurswetenschappen aan de KUL, Alex Coene, netmanager Kanal Z en Sam Sluismans, managing partner bij Deloitte Accountancy. De jury besliste bij consensus.

Wie wordt Gangmaker 2024?

Ken je een onderneming die het volgens jou verdient om Gangmaker 2024 te worden? Of vind je dat je dat zelf verdient? Bezorg ons je nominatie via www.voka.be/nominatie-gangmakers. <<



Eerste editie groot succes

Tiense Suiker wint eerste Gangmaker-prijs

Dit was... dé Nacht van de Gangmaker

De prachtige Plantentuin van Meise was de perfecte setting voor de allereerste Nacht van de Gangmaker. Met meer dan 500 waren ze, de ondernemers en beleidsmakers die ondernemerschap kwamen vieren. En terecht, want zij doen onze regio groeien. Ontdek deze gangmakers in deze fotoreportage.



▼ Daniëlle Vanwesenbeeck, Margulan Baimukhan (ambassadeur Kazachstan), Kris Claes

▲ Sofie De Smedt (Carrosserie De Smedt), Inge De Smedt (Carrosserie De Smedt), Yves Vermeerbergen (Sterckx-De Smet), Bram Vanhengel (Sterckx-De Smet), Filip Tersago (Connector)



▲ Alessia Claes (N-VA) Gunther Coppens (provincie Vlaams-Brabant), Jeroen Tiebout (N-VA), Bart Neven (provincie Vlaams-Brabant) en Pascal Caroyer (Voka KvK – Vlaams-Brabant)

▲ Jelle Broodcoorens (Share A Dinner), Jelle Marcks en Rens Vlietinck (beiden Lima Verde)



▲ Dirk en Geert Lindemans (Brouwerij Lindemans), Dieter Soens (Ijsfabriek Strombeek), Johan Huygens (Scott Sporttech Benelux)



▲ Ben Weyts (N-VA) en Gwenny Devroe (Open VLD)



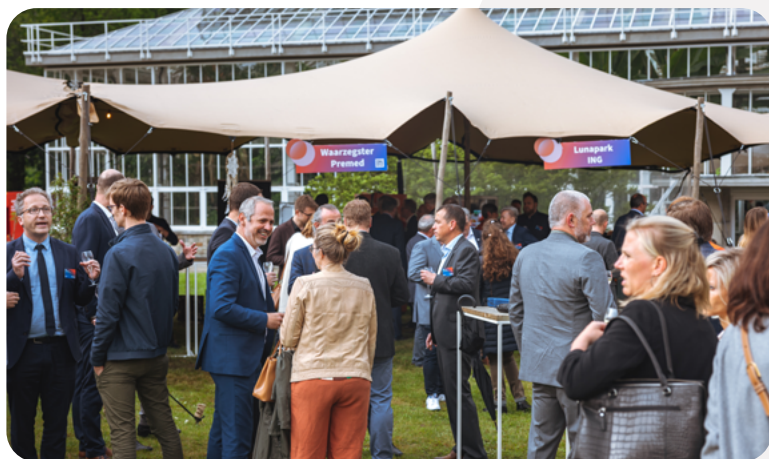
▲ Saartje Buvé, Katrien De Maiter, Claudia Paepen en Ellen Uytterhoeven (allen Freelance Office)



▲ Kris Claes, Jan Ingels, Daniëlle Vanwesenbeeck, Jan Spooren (gouverneur Vlaams-Brabant)

Eerste editie groot succes

Tiense Suiker wint eerste Gangmaker-prijs



▶ Leila Drake (Legal Direct),
Stefan Croimans, Jan
Lysens (Polytek) en Werner
Herbots (Polytek)



▶ Rens Vlietinck (Lima Verde),
Eleonore Debock (Pillows
Grans Boutique Hotel
Reylof)



▶ Kim Cammaert (Rensol)
en Goedele Liekens



Meer foto's?
Scan de QR-code:



▲ Alexander Zharkov (Novius Advocaten), Charlotte Van Hautekerke (Novius Advocaten), Dirk Merckx (Novius Advocaten)



◀ Caroline Masquelier (Planet Group), Mathieu de Kriek (Canon Business Center), Birgit Van Vaerenbergh en Thijs De Quick (Buro Project)



▲ Bart Nevens (gedeputeerde Vlaams-Brabant), Arnout Coel (N-VA), Veerle Geerinckx (burgemeester Zemst), Rik Liekens (Architeam), Eddy Poffé (Stad Tienen), Jan Spooren (gouverneur Vlaams-Brabant), Jeroen Tiebout (N-VA)



▲ Lissa Decant (Hubwatch) en Dries Stuyven (Voka – KvK Vlaams-Brabant)



▲ Jan Spooren (gouverneur Vlaams-Brabant), Rik Liekens (Architeam), Patrick Godts en Kris Claes

Speciale dank aan:



Heb je bedrijfsnieuws?

Mail naar communicatie.vb@voka.be. De redactie maakt een keuze uit de ingezonden berichten.

West-Brabant

“Het doet ons veel plezier dat onze premium gins keer op keer scoren op internationale wedstrijden.”

JOBMARKT

Jobbeurs focust op studentenwerk

De secundaire school Sint Jozefinstituut in Ternat organiseerde samen met enkele werkgevers uit de regio een allereerste jobstudentenbeurs op het terrein van de school. Studenten konden informeren naar en solliciteren op studentenjobs bij verschillende kleine en grote werkgevers. Het initiatief moest de studenten in aanraking laten komen met de werking van bedrijven en hen eventueel aan een eerste werkervaring helpen. Zowel de school als de werkgevers blikken tevreden terug. “



Denis Geers, CEO Graphius Group en Laurence Soens van Cassochrome.

OVERNAME

Graphius neemt Cassochrome over

De Gentse drukkerij Graphius neemt Cassochrome over. Graphius is al sinds 1928 actief als drukkerijgroep en heeft in die tijd al heel wat overnames gedaan, zowel nationaal als internationaal. Cassochrome is een belangrijke naam in de wereld van kunstboeken en andere publicaties over design, mode en architectuur. Hun expertise in lithografie en LED-UV-technologie is een mooie aanvulling aan de activiteiten van Graphius. Cassochrome blijft de eigen naam wel behouden. “



Geert en Dirk Lindemans

ONDERNEMEN

Opnieuw winst voor de premium gins van brouwerij Lindemans

De Lindemans Premium Distilled Gin Red won een bronzen medaille op de zesde editie van de London Spirits Competition. In januari won Lindemans voor hetzelfde product goud op de World Gin Awards en in maart won de klare variant een bronzen medaille op de International World & Spirits Competition 2023. Mede-eigenaar

Dirk Lindemans is meer dan tevreden over de erkenning: “Het doet ons veel plezier dat onze premium gins keer op keer scoren op internationale wedstrijden. Wanneer ginkenners en leden van vakjury’s ze na een blindproeverij een medaille toekennen, dan is dat ontegensprekelijk het bewijs dat het toppers zijn.” “



DUURZAAMHEID

Bijen brengen biodiversiteit van de omgeving in kaart voor Colruyt Group

Colruyt Group plaatst bijenkasten op eigen landbouwgronden om er de biodiversiteit, de plantendiversiteit in de omgeving en aanwezige polluenten in kaart te brengen. De bodemgezondheid wordt deels gemeten door

stuifmeel dat de bijen verzamelen, te analyseren. Colruyt werkt daarvoor samen met BeeOdiversity in het kader van het 100+ Accelerator-programma van AB InBev waarvan Colruyt Group de Europese partner is. “

Heb je bedrijfsnieuws?

Mail naar communicatie.vb@voka.be. De redactie maakt een keuze uit de ingezonden berichten.

Hageland

“ De snelweg E314 tussen complex Bekkevoort en de onderbrug Tiensebaan krijgt een nieuwe asfaltverharding.

INNOVATIE

Andy de Jong van Paleo is Jonge Vlaams-Brabantse ondernemer van het jaar



Andy de Jong van Paleo

Andy de Jong maakt naam met zijn start-up Paleo. Het bedrijf ontwikkelt eiwitten om vlees- en visvervangers nog meer de juiste smaak, geur en textuur te geven. Daarvoor gebruiken ze niet alleen eiwitten van varkens, runderen en tonijn, maar ook van een mammoet. De mammoeteiwitten haalden ze uit een mammoettand van de collectie van een onderzoekscentrum in de Zweedse hoofdstad Stockholm. Door de DNA-code te ontcijferen, kunnen ze de eiwitten van de mammoet reproduceren en kunnen ze vleesvervangers een sterke ijzersmaak en rode kleur geven. Het JCI kroonde daarom Andy de Jong tot de meest beloftevolle jonge ondernemer van Vlaams-Brabant. “

DUURZAAMHEID

Witloofteler legt reservoir van 1 miljoen liter aan voor opvang regenwater



Bart Bruyninckx, zaakvoerder Bruyninckx Chiconnettes

Witloofbedrijf Bruyninckx Chiconnettes van Messelbroek gevestigd in Scherpenheuvel-Zichem is gestart met de aanleg van een reservoir dat meer dan 1 miljoen liter regenwater kan opvangen. Met het opvangen water hoopt zaakvoerder Bart Bruyninckx 100% van de waterbehoefte van zijn bedrijf

te dekken en daarmee leidingwater uit te sluiten. De teeltbakken hebben een waterbehoefte van zo'n 10.000 liter per dag. Een bijkomend voordeel is dat het water niet moet worden gezuiverd. En voor de teelt van kleinere chiconettes moeten er ook geen voedingsstoffen aan het water worden toegevoegd. “

JUBILEUM

Tiense circusschool Salto viert twintigjarig bestaan

Circus Atelier Salto vierde op 26 maart haar twintigjarig bestaan. Eigenaars Tom Cools en Eva Arts konden tevreden terugblikken op de evolutie van hun circusschool. “In de beginjaren was circus als hobby amper gekend. Circusscholen waren er amper

in ons land. Vandaag zijn we trots om een van de grootste scholen te zijn”. De school aan de Schapenmarkt van Tienen biedt voornamelijk 4- tot 18-jarigen de kans om hun circustalent te oefenen. De focus ligt op het recreatieve, minder op het competitieve. “

WERKEN

3500 meter asfalt richting Lummen in Bekkevoort

De snelweg E314 tussen complex Bekkevoort en de onderbrug Tiensebaan krijgt een nieuwe asfaltverharding. Het stuk van de snelweg kent heel wat oneffenheden en scheuren die nu worden weggewerkt. De werken starten nog dit voorjaar, maar een precieze datum is nog niet bekend. Het autoverkeer op de snelweg zal kunnen doorrijden via versmalde rijstroken. Voor een update, check wegenverkeer.be. “

Heb je bedrijfsnieuws?

Mail naar communicatie.vb@voka.be. De redactie maakt een keuze uit de ingezonden berichten.

Noord-Rand

66 Ingrid Gonnissen heeft Stephen Palmer vervangen als CEO van Ricoh BeLux.



ONDERNEMEN

Motionmakers bundelt krachten met Nederlandse Quadia

De Belgische videomakers van Motionmakers en de Nederlandse online-video-specialisten gaan samen verder onder de naam Motionmakers. Beide bedrijven maakten al samen deel uit van het moederbedrijf EMG, dat globale broadcasting services en media-oplossingen aanbiedt en ze werkten ook al geregeld samen. Door onder dezelfde noemer samen te werken, kunnen ze een compleet portfolio van videoservices aan bedrijven aanbieden. ☞

TECHNOLOGIE

Beter en sneller internet van Unix-Solutions

Klanten van Unix-Solutions krijgen een directe gateway tot het Belgische internet-knooppunt en dus tot een 60-tal nationale en internationale content providers en internet service providers. Zo'n directe verbinding zal voor een hogere internetsnelheid en -kwaliteit zorgen. De internetverbetering komt er door een samenwerking tussen Unix-Solutions en BNIX. ☞

PARTNERSCHAP

LCL Data Centers ondersteunt snelle Borlée-broers

Datacenterspecialist LCL Data Center heeft een partnerschap gesloten met atleten Kevin, Dylan en Jonathan Borlée. Het bedrijf zal hen ondersteunen in hun doelstellingen en hoopt daarmee ook anderen te

inspireren. Het partnerschap ligt volgens LCL in lijn met de kernwaarden van hun missie: het ondersteunen van zij die waarden als uitmuntendheid, ambitie, teamspirit en duurzaamheid belichamen. ☞

LEIDERSCHAP

Ingrid Gonnissen vervangt Stephen Palmer als CEO van Ricoh BeLux

Ingrid Gonnissen heeft Stephen Palmer vervangen als CEO van Ricoh BeLux, de leverancier van digitale diensten, informatiebeheer en print- en beeldvormingsoplossingen. Gonnissen heeft een aanzienlijke ervaring in bestuurs- en C-level-posities bij multinationale technologiebedrijven. Ze is ook een gerespecteerde voorvechtster van vrouwen in het bedrijfsleven. Ze werd door Data News eerder al verkozen tot ICT Lady of the Year en ontving een lifetime achievement award van de IT Executive Circle. Palmer neemt zijn rol als CEO voor de Oost-Europese activiteiten van Ricoh terug op. ☞

OVERNAME

Dstny neemt Flexfone over



Daan De Wever, CEO Dstny Group

De Europese leverancier van cloudgebaseerde zakelijke communicatie-oplossingen Dstny neemt het Deense Flexfone A/S over. Flexfone is een cloudcommunicatiechallenger die Cloud PBX en VoIP-telefonie levert aan B2B-klanten. "De expertise van Flexfone in het vereenvoudigen, automatiseren en creëren van systemen waarmee partners en klanten moeiteloos kunnen werken, is onderscheidend in de Deense markt", zei Daan De Wever, CEO Dstny Group. ☞

SOLIDARITEIT

Novasol Chemicals sponsort containers voor slachtoffers aardbeving in Turkije

Het chemisch distributiebedrijf Novasol Chemicals met hoofdkantoor in Kraainem sponsort containerhuizen voor de slachtoffers van de aardbeving in Turkije van 6 februari. De containerhuizen zijn volledig uitgerust en onmiddellijk inzetbaar. De getroffen regio ondervindt nog steeds een tekort aan huisvesting sinds de aardbeving, dus de hulp is meer dan welkom. ☞

Heb je bedrijfsnieuws?

Mail naar communicatie.vb@voka.be. De redactie maakt een keuze uit de ingezonden berichten.

Groot-Leuvenz

“ De fietsenmarkt in België is wat betreft elektrische fietsen zo goed als verzadigd.

TECHNOLOGIE

Imec gaat Japanners helpen met productie van microchips

Imec en het Japanse Rapidus zetten de finale handtekening onder het akkoord om samen onderzoek te doen naar de ontwikkeling en productie van geavanceerde microchips. Die chips zijn onder andere essentieel voor 5G-toepassingen en autonome voertuigen. Volgens Luc Van den Hove, CEO van imec, bewijst dit dat regionale chipinitiatieven succesvol kunnen zijn als ze zich openstellen voor internationale samenwerking. “

DUURZAAMHEID

BENEO levert landbouwmachines aan Laos

De rijstteelt is de belangrijkste economische activiteit van Laos. Het zorgt voor een vijfde van het totale bbp. Maar de arbeidsomstandigheden van boeren in het Zuidoost-Aziatische land laten te wensen over. BENEO, de producent van plantaardige functionele ingrediënten, wil zijn toeleveringsketen in Laos duurzamer maken door lokale boeren te ondersteunen met de levering van oogst- en dorsmachines. Dit verlicht de werklust van de boeren en verhoogt de opbrengst van hun velden. BENEO blijft weliswaar eigenaar van de machines, maar het bedrijf uit Wijgmaal zorgt er wel voor dat de boeren opgeleid worden om de machines te gebruiken. “

OVERNAME

Arvesta neemt For Farmers Belgium over

De Belgische land- en tuinbouwexpert Arvesta neemt ForFarmers België over. De deal komt er door de druk op de agrarische sector om nog duurzamer te produceren. ForFarmers ontvangt een nettobedrag van € 25 miljoen voor de transactie. Arvesta neemt in ruil de productielocatie in Izegem over, alsook de fabriekslocatie in Ingelmunster en de circa 80 medewerkers die diervoeders produceren en verkopen. Arvesta kan zo zijn klanten nog beter beleveren. “

TECHNOLOGIE

EXTRAQT zorgt voor moderne energietechnieken in eeuwenoud kasteel in Westerlo

In de slotgracht rond het kasteel van prins Simon de Merode in Westerlo werd een aquathermie-installatie geplaatst. Dat moet voor een energiezuinige en milieuvriendelijke bijdrage zorgen aan de verwarming van het kasteel. In de slotgracht hangen nu warmtewisselaars die de natuurlijke energie uit de vijver onttrekken. Die warmtewisselaars staan verbonden met een warmtepomp in de kelder van het kasteel die de energie gebruikt om het water in de radiatoren van het kasteel op te warmen. Het Leuvense ingenieursbureau EXTRAQT zorgde mee voor de uitvoering van het project en viel ervoor in de prijzen op de Techlink Awards. “

MARKETING

Remy Communication schrijft mee aan digitale verhaal STAEDTLER

Het communicatiebureau Remy Communication uit Wijgmaal ontwikkelde een plan om de socialemediakanalen van STAEDTLER, de Duitse fabrikant en leverancier van schrijf-, schilder-, teken- en hobbyproducten, verder uit te tekenen. Daarnaast zal Remy ook zorgen voor de contentcreatie en digitale campagnes. Met STAEDTLER voegt Remy een tweede grote speler in de pennenwereld toe aan zijn klantenbestand. Ook Pilot Pen Benelux rekent op Remy voor digitale marketing en influencer marketing. “



Johan Huygens, CEO Scott Sportech Benelux

ONDERNEMEN

Fietsbedrijf Ludo gaat in zee met Vybro Invest

Johan Huygens, eigenaar en CEO van fietsenproducent Granville, heeft in de familie achter Vybro Invest, Vande Vyvere, een betrouwbare partner gevonden om met Granville internationaal door te groeien. Dat is nodig, want de fietsenmarkt in België is wat betreft elektrische fietsen zo goed als verzadigd. De doelstelling is om met de hulp van Vybro de omzet van Granville op termijn op te trekken tot 100 miljoen euro en dat aan de hand van een ‘buy and build’-strategie. Scott Benelux, het bedrijf achter de ontwikkeling en verdeling van Granville-fietsen voor Scott en andere spelers, blijft wel buiten de deal. “



Hoe verbeter je de energieprestaties van je gebouwen?

Volgens het Internationaal Energieagentschap is **vastgoed verantwoordelijk voor 40% van de globale CO₂-emissies**. De exploitatie van gebouwen is daarbij goed voor 70%, de rest van de uitstoot komt van de bouw zelf.

Om de Europese klimaatdoelstellingen tegen 2050 te halen, zullen alle gebouwen een EPC-label A moeten hebben. Daarvoor moeten we fors investeren in energiezuinige nieuwbouw en zal het bestaand vastgoed een **ware renovatiegolf** moeten ondergaan.

De focus lag tot nu op het residentiële vastgoed maar **ook bedrijven hebben belang bij de verbetering van de energieprestaties van hun vastgoed**. Een energetische renovatie resulteert in een lagere energiefactuur en CO₂-uitstoot en vergroot de waardevastheid van het pand. Maar **hoe pak je dat als ondernemer aan?** De ING Sustainable Buildings Guide biedt bruikbare inzichten om duurzame investeringen te plannen.

170.000 renovaties per jaar

In België is de uitdaging groter dan in onze buurlanden.

'Dat komt omdat ons gebouwenpark gemiddeld groter en ouder is. 64% van ons vastgoed is gebouwd voor 1981' aldus Wouter Thierie, vastgoedeconoom bij ING België.

Belgische woningen hebben op Europees vlak de tweede hoogste CO₂-uitstoot per hoofd van de bevolking. 'Om de doelstellingen te halen, moeten er elk jaar 170.000 woningen gerenoveerd worden', aldus Thierie. 'Voor niet-residentieel vastgoed is de situatie nog uitdagender. Dat vertegenwoordigt 17% van het totale gebouwenpark in België en veroorzaakt maar liefst 26% van de uitstoot.'

Verplichte verduurzaming, ook voor bedrijven

Om het tempo richting 2050 op te voeren, verstrengen overheden gradueel de **EPC-regelgeving**. Die **is al strikt voor nieuwbouw, maar ook voor bestaande gebouwen bestaan er steeds meer verplichtingen**.

'Sinds 1 januari 2023 bestaat in Vlaanderen een renovatieplicht binnen de 5 jaar na de overdracht van residentieel vastgoed met een EPC-label E en F. En als eigenaar kan je de huur pas volledig indexeren als je pand minimum EPC C heeft.' aldus Kris Liesse, Head of Real Estate Finance bij ING België.

'Wat weinig bedrijfsleiders beseffen is dat de verplichte renovatie na overdracht voor niet-residentieel vastgoed reeds

een jaar eerder in voege is getreden. **De verplichting geldt voor de meeste niet residentiële gebouwen (kantoren, commercieel vastgoed ...)** maar tot nader bericht niet voor werk- opslagplaatsen. Bovendien kan je sinds begin 2023 geen niet-residentieel gebouw meer verkopen zonder EPC. Voorlopig geldt er geen minimum maar dit zal wel het geval zijn vanaf 2030. Er is dus werk aan de winkel!' stelt Liesse.

Terugverdientijd

Maar hoe plan je die investeringen? Hoe weet je welke investeringen de meeste invloed hebben op het EPC van je gebouw? En vertaalt zich dat steeds in maximale energiezuinigheid?

'Met de **ING Sustainable Buildings Guide** stellen we onze ondernemende klanten een **gratis digitale tool** ter beschikking die **inzicht biedt in de impact en de kostprijs van de investeringen die hun gebouw verduurzamen**', zegt Marc Callier, Product Owner Sustainability bij ING. 'De tool houdt ook rekening met de verschillende EPC-wetgeving in Vlaanderen, Brussel en Wallonië en dat is geen sinecure.'

Het **intuïtieve dashboard** van de ING Sustainable Buildings Guide toont niet alleen de **verbetering van het energielabel** en de **vermindering van de CO₂-uitstoot**, maar ook de **kostprijs en jaarlijkse energiebesparingen**, zowel voor de individuele gebouwen als voor de volledige portefeuille.

'Je krijgt **per gebouw een indicatieve business case die de terugverdientijd toont van elke investering**, en dat maakt deze service uniek', aldus Callier. 'De gebruiker kan bovendien verschillende scenario's simuleren en visualiseren op een tijdlijn, wat ondernemers **helpt maatregelen te prioriteren in functie van hun beschikbare cashflow**.'

Lenen aan 100%

'Als bank willen we bovendien onze klanten een duw in de rug geven bij de financiering van die investeringen. We zijn bereid om 100 procent van het nodige bedrag uit te lenen aan een voordelige rente. Zo verhogen we bij onze klanten niet enkel het inzicht maar helpen we hen maximaal om inzicht om te zetten in praktijk.' besluit Liesse.

Bereid jij je gebouwen voor op de toekomst?

Meer info op

ing.be/duurzame-gebouwen



do your thing

Samen ondernemen, samen groeien
Vlaams-Brabant

Nieuwe Voka-leden

Belfius Noord-Brabant

Bank- en verzekeringskantoren.

ASSE | ZELLIK | MEISE
GROOT-BIJGAARDEN | WEMMEL
STROMBEEK-BEVER | TERNAT

► tim.vandenabeele@mandat.belfius.be
► www.belfius.be

Bliss Content

Innovatieve production studio,
web, mobile, motion en VR/AR.

VILVOORDE

► joni@bliss-content.com
► www.blissmaker.studio



BM Immo

Erkend vastgoedmakelaar.

TERNAT

► bmimmo@telenet.be
► www.bmimmo.be

DAP Akuut

Dierenartspraktijk.

KORTENBERG | ZAVENTEM
HEVERLEE

► info@akuut.be
► www.akuut.org

Devos Group

Fruitproductie, fruitkoeling, sorteren en verpakken. Internationale fruithandel en export Devos Stables.

BEKKEVOORT

► info@devosgroup.com
► www.devosgroup.be

Domein Molenhof

Meeting- en event rooms.
Netwerken, vergaderen en ondernemen in een uniek kader.

ROOSDAAL

► info@villamolenhof.be
► www.villamolenhof.be

FDL Technics

Bouwkundig ingenieur.

BOUTERSEM

► filip.de.lathauwer@skynet.be

Flanders Make

Actieve ondersteuning aan bedrijven in de maakindustrie voor het ontwikkelen en optimaliseren van hun producten en productieprocessen.

HEVERLEE

► info@flandersmake.be
► www.flandersmake.be

Happiness Brussels & Europe

Creative Consultancy Agency.

VILVOORDE

► info@happiness-brussels.com
► www.happiness-anywhere.com

Hasco Invest

Vloeibare brandstoffen en tank-services, klimatisatie, koeltechnieken en ventilatie, duurzame hernieuwbare energieoplossingen, logistiek, vastgoedbeheer en ontwikkeling.

ALKEN

► info@hascoinvest.be

Kunlabora

Softwareontwikkeling op maat.

LEUVEN

► info@kunlabora.be
► www.kunlabora.be

Leqip

Project sourcing brengt projecten en outsourcing samen. LEQIP staat voor de meest flexibele oplossing die je op de vastgoed sales- en marketingmarkt kan vinden.

ZEMST

► info@leqip.be
► www.leqip.be

Liema

Wegenbouw, recyclage en productie van beton.

TIENEN

► wegenbouw@liema.be
► www.liema.be

Miers Astruck Renting

Verhuur op korte en lange termijn van vrachtwagens, trekkers, bestelwagens en opleggers.

ASSE

► info@miers.be
► www.miers.be

Miers Trucks And Cars

Verhuur op korte en lange termijn van vrachtwagens, trekkers, bestelwagens en opleggers.

ASSE

► monique@miers.be
► www.mierstc.com

Rodea

Maatwerkbedrijf, assemblage, mailing, elektromontage, confectie, tuinonderhoud, werkrachten op de werkvloer in onderaanneming.

SINT-GENESIUS-RODE

► info@rodea.be
► www.rodea.be

Sell It Easy

Verkoop en ondersteuning bij implementatie van Merkato CPQ, software voor product- en verkoopconfiguratie. Met Merkato wordt het verkopen van complexe producten en uitgebreide productgamma's vereenvoudigd, worden fouten in offertes uitgesloten, wordt de offertecyclus aanzienlijk gereduceerd en het order-entry-proces geautomatiseerd.

GRIMBERGEN

► marc@selliteasy.tech
► www.selliteasy.tech

Sherlock SEO Agency

Digital marketing.

BEGIJNENDIJK

► info@sherlockseo.com
► www.sherlockseo.be

Sound & Co

Gespecialiseerd in materiaalverhuur en technische ondersteuning voor evenementen.

GOOIK

► hello@soundenco.be
► www.soundenco.be

OSK-AR Architecten

Architecten.

DILBEEK

► info@osk-ar.be
► www.osk-ar.be



VDB-Engels



Garage en takeldienst.

LONDERZEEL

► info@vdb-engels.be
► www.vdb-engels.be

Ook lid worden?
Laat je gegevens achter en onze relatiebeheerders nemen met jou contact op voor een kennismakingsgesprek.



Tim Van Roy, Manager Financiën bij Voka – KvK Vlaams-Brabant

Hoeveel loon keer je jezelf als bedrijfsleider uit?

5%
verlaging van de
vennootschapsbelasting

20,5%
sociale bijdrage kan betaald
worden door de vennootschap

Je bezoldiging optimaliseren als bedrijfsleider

Tim Van Roy licht toe

Wie bedrijfsleider is binnen zijn of haar vennootschap, moet zich constant de vraag stellen hoe het loonpakket eruit dient te zien dat hier tegenover staat. Wettelijk gezien mag je zelf dit loon bepalen, maar er zijn wel een hele resem aandachtspunten om dit op een fiscaal intelligente wijze te doen.

Er is geen verplichting om jezelf een bepaald bedrag uit te betalen. Je zal zelf moeten uitmaken welk budget je privé nodig hebt en wat de onderneming kan missen. Zodra je dit bedrag hebt berekend, kan je met dat richtbedrag aan de slag om aan fiscale optimalisatie te doen.

Er is echter wel een fiscaal optimaal minimumloon waar je rekening mee moet houden. Het basistarief in de vennootschapsbelasting van 25% wordt namelijk verlaagd tot 20% als de vennootschap jaarlijks een minimumloon van 45.000 euro bruto uitkeert aan de bedrijfsleider.

“

Je bezoldiging als bedrijfsleider is een moeilijke, maar interessante fiscale puzzel die je zeker niet uit het oog mag verliezen.

Hiertegenover staat natuurlijk wel dat een hoger loon ook een hogere schijf in de personenbelasting betekent, dus overdrijf zeker niet.

Uitgestelde inkomsten

Indien je via een groepsverzekering of IPT een aanvullend pensioen uitbouwt, dan tellen de gestorte premies niet als loon of VAA, maar zijn ze wel aftrekbaar in hoofde van de vennootschap onder 2 voorwaarden. Zo moet je als bedrijfsleider een maandelijkse bezoldiging krijgen en moet je de 80%-grens naleven: het wettelijke pensioen en het extralegale pensioen mogen samen maximaal 80% van je brutoloon van het laatste jaar bedragen.

De sociale bijdragen van 20,5% op je jaarlijkse netto belastbare inkomen kan je bovendien door de vennootschap laten betalen. Dit verhoogt je bruto-inkomen.

Voordelen in natura

Je kan je loon uiteraard steeds aanvullen met allerlei voordelen zoals een bedrijfswagen, smartphone, laptop, enz. Deze kosten komen ten laste van het bedrijf, wat de vennootschapsbelasting drukt terwijl je de kosten niet privé dient te bekostigen. Je zal echter ook hier als persoon op belast worden.

Daarnaast kan je ook private middelen inzetten en te gelde maken. Denk bijvoorbeeld aan het verhuren van kamers in je eigen woning aan de vennootschap. Hou er wel rekening mee dat dit heel wat indirecte gevolgen heeft voor jezelf en de vennootschap, dus laat je steeds professioneel bijstaan bij dergelijke constructies.

Tot slot bestaan er uiteraard ook andere manieren om jezelf wat geld toe te stoppen, buiten de klassieke bezoldiging. De overheid heeft flink gesnoeid in de opties, maar een dividend is nog steeds een prima optie in heel wat gevallen.

Verlies deze moeilijke maar interessante fiscale puzzel dus zeker niet uit het oog. «



Finance & Fiscaliteit: over de auteur

Tim Van Roy is financieel manager en adviseert ondernemers bij financiële en fiscale uitdagingen.

Heb je hier vragen over?

Contacteer Tim
tim.vanroy@voka.be

Lerend Netwerk Energietransitie
Energietransitie bij bedrijven versnellen

“Bedrijven moeten tegen 2050 afstappen van stookolie, aardgas, benzine en diesel en volop inzetten op energieonafhankelijkheid.”

ENERGIE

Voka – Kamer Van Koophandel Vlaams-Brabant versnelt energietransitie bij bedrijven

Bedrijven moeten tegen 2050 afstappen van stookolie, aardgas, benzine en diesel en volop inzetten op energieonafhankelijkheid. Bij die transitie botsen ondernemers echter op grote uitdagingen en financiële, beleidsmatige en infrastructurele drempels. Voka – KvK Vlaams-Brabant lanceert daarom in samenwerking met het Vlaams Agentschap Innovatie en Ondernemen (VLAIO) en netbeheerder Elia dit jaar een programma om de energietransitie bij bedrijven te versnellen.



Zowel voor bedrijven die de eerste stappen nog moeten zetten als zij die wel al begonnen zijn aan hun energietransitie, bestaan er heel wat drempels. Dat blijkt onder andere bij Hydro Building Systems Belgium uit Landen: “We hebben al heel wat stappen gezet naar een CO₂-vrije onderneming tegen 2050. Een adequate, beleidsmatige, infrastructurele en financiële ondersteuning is evenwel nodig om deze energietransitie tijdig tot een goed eind te brengen”, aldus Johan De Clerck, Deputy Managing Director.

Kris Claes, gedelegeerd bestuurder van Voka – KvK Vlaams-Brabant, sluit daarbij aan: “Bedrijven botsen op hiaten in de regelgeving rond nieuwe energievormen en energiedelen, en kampen met

“Een adequate, beleidsmatige, infrastructurele en financiële ondersteuning is nodig om deze energietransitie tijdig tot een goed eind te brengen.”

*Johan De Clerck,
Hydro Building Systems*

infrastructuurproblemen om de energietransitie degelijk door te voeren. We zijn dus verheugd het nodige duwtje in de rug te kunnen geven aan een honderdtal bedrijven dit jaar.”

Onder het programma vallen gratis webinars en de start van een heus Lerend Netwerk Energietransitie. Er staat heel wat op het schema:

een mix van bedrijfsbezoeken, een bezoek aan en kennisdeling met netwerkbetreiber Elia, kennisdeling door experts en ervaringsuitwisseling tussen de deelnemers. Via een kortlopend traject kunnen bedrijven eveneens hun eigen CO₂-voetafdruk berekenen met een daarbij horend reductieplan. Een honderdtal bedrijven participeren dit jaar in het programma. «

Energietransitie: ga de uitdaging aan

Dit lerend netwerk helpt je de complexe uitdagingen en kansen van de energietransitie te begrijpen en te verkennen. Je krijgt diepgaande inzichten, praktische tools en boeiende discussies voor organisaties waar energie een prioriteit is. Start op 1 juni 2023. Scan de QR-code voor meer info.



VLAIO



Xenit Solutions N.V.

Oplossingen content information management



Ronny Timmermans, Co-founder en Managing Partner Xenit

Xenit levert opensource-oplossingen voor het beheer en de legale bewaring van je documenten. Sinds 2007 bouwen we hiervoor oplossingen op basis van Alfresco. Open source zit in ons DNA. Het laat ons toe om sneller functionaliteit voor onze klanten te bouwen of te hergebruiken, in grote vrijheid voor de klant en Xenit. In 2023 brengen we een eigen product voor het beheer en de wettelijke bewaring van documenten, genaamd ContentGrid. ContentGrid stroomlijnt document-georiënteerde processen voor de kmo en de multinational.

Ook al zijn we erg trots op ons nationaal en internationaal klantenbestand (P&V, Ethias, Agfa, BNPPF, City of New York, ..), de kritische succesfactor is het loyale en lokale talent dat bouwt aan de groei en bloei van Xenit.

Ontzorg het beheer van je informatie-management

Geen uitdaging te groot

Een van de grootste uitdagingen op ons pad was de migratie van een ING-archief naar Vivium (deel van de P&V-groep) in 2008. Op 6 maanden tijd hebben we 10 miljoen documenten in 4 Alfresco-servers ingelezen. Daarnaast werd in samenwerking met NSI een scanningsfaciliteit met goede herkenning van voorbladen opgezet. Dankzij dit succesvolle project zijn P&V en Xenit pioniers geworden in het gebruik van object storage-technologie, vandaag bekend als het S3-protocol van AWS. Geen enkel document is sindsdien verloren gegaan. En vandaag staat de teller op 120 miljoen documenten.

Efficiënte en veilige bewaring van documenten

Als open source ons leidende principe was, dan is onze missie samen te ballen in 'mentale helderheid aan hoge snelheid'. Waar Microsoft 365 schittert op het vlak van de creatie van en het samenwerken op documenten, ontstaat tegelijkertijd een uitdaging om deze documenten te beheren en terug te vinden. De sites groeien als kool en de documenten verzinken in een zee van informatie. ContentGrid helpt om documenten na hun actieve levenscyclus veilig en efficiënt te bewaren en te ontsluiten. Documenten worden georganiseerd en beheerd rond centrale concepten (klant,

product, klacht, contract...). Die concepten zijn ook de hoekstenen van een vereenvoudigd systeem van toegangscontrole. Klanten kunnen eenvoudig hun model ontwerpen en aanpassen als de inzichten evolueren. ContentGrid is beschikbaar voor leden van Voka aan interessante lanceringsvoorwaarden, met integratie van kunstmatige intelligentie. <<



Contact

Diestsevest 32 Floor 4
3000 Leuven Belgium
+32(0)16 891 800
info@xenit.eu
www.xenit.eu

Dubbelnieuws

Leuvense kunst en expertise rond internationaal ondernemen voor leden

“De expertise van partners als Van Havermaet, zal de exportprojecten van onze leden versterken. Een enorme toegevoegde waarde.”

DUURZAAM ONDERNEMEN

Leuvense kunstenaar ontwerpt duurzame en innovatieve Voka ondernemersprijs

Maarten De Laet creëert unieke award voor allereerste Nacht van de Gangmaker

Maarten De Laet creëerde een award die zowel duurzaam als innovatief is. Hij maakte daarvoor gebruik van verschillende moderne technieken zoals lasercutten, gerecycleerd plexiglas en een 3D-geprint onderstuk. Het resultaat is een kunstwerk dat de perfecte balans is tussen traditionele ambachtelijke technieken en moderne innovatieve toepassingen.

Gedelegeerd bestuurder Kris Claes is opgezet met deze award en samenwerking: “We wilden graag met een Vlaams-Brabantse kunstenaar werken. Want kunst en ondernemerschap, da's een goeie match. Beide hebben een scheppende kracht, of het nu om creativiteit, innovatie of groei gaat.” «



Maarten De Laet en de zelfgemaakte trofee (© Michiel Bronckaerts)

INTERNATIONAAL ONDERNEMEN



Vlnr: Kris Claes (gedelegeerd bestuurder Voka – KvK Vlaams-Brabant), Kristof Meesters (Algemeen directeur Van Havermaet), Sofie Bockaert (Directeur Marketing, Voka – KvK Vlaams-Brabant), Ewa Bulthez (Directeur Innovatief en Internationaal ondernemen, Voka – KvK Vlaams-Brabant), Jonas Derycke (Partner Van Havermaet)

Van Havermaet versterkt expertise rond internationaal ondernemen

Gloednieuw partnerschap met advieskantoor Van Havermaet versterkt exportprojecten voor leden van Voka – KvK Vlaams-Brabant

Van Havermaet, met kantoren in o.a. Leuven, geeft ondernemingen financieel, fiscaal, sociaal en juridisch advies. Nu wordt de expertise van het bedrijf rond internationaal ondernemen ontsloten voor tal van Vlaams-Brabantse ondernemers die lid zijn van Voka – KvK Vlaams-Brabant. Het partnerschap omvat o.a. Mercurio, het Voka-traject met stap voor stap begeleiding naar groei door buitenlandse expansie.

“Je meten met de concurrentie op internationale markten is een interessante maar ook complexe uitdaging”, stelt Kris Claes, gedelegeerd bestuurder van Voka – KvK Vlaams-Brabant. “De expertise van partners als Van Havermaet, zal de exportprojecten van onze leden versterken. Dit partnerschap past ook uitstekend bij de exportgerichte dienstverlening die wij

aanbieden als Kamer van Koophandel en zal onze leden en partners een toegevoegde waarde brengen.”

“Van Havermaet wil de evidente keuze zijn voor ondernemingen die kwalitatief advies zoeken en daarbij een persoonlijke aanpak verkiezen”, zegt Kristof Meesters, algemeen directeur Van Havermaet. “Wij gaan altijd voor de duurzame relatie. Dit partnerschap past daar perfect in.”

“Met ons wereldwijd Morison Global-netwerk gidsen we ondernemers door een steeds complexere wereld. Vanuit onze strategische visie treden we hierbij op als groeiversneller over de landsgrenzen heen. Hierbij maken we gebruik van onze multidisciplinariteit op het financiële, fiscale, juridische en hr-vlak”, besluit Jonas Derycke, partner Van Havermaet. «

Ondernemers verbinden



Jong Voka Healthy food

Gezonde maaltijden die je snel op tafel tovert. De gouden combinatie voor jonge ondernemers met weinig tijd. De Jong Voka-community stak de handen uit de mouwen en sneed, bakte, kookte en lepelde er op los.

◀ Nathalie Bello (Twoons), Dorien Pellicaen (Luyckx & Pellicaen Advocatenkantoor), Bernhard Glorieux (KPMG Law), Yves Vermeerbergen (Sterckx-Desmet), Tuba Gungor (Voka – KvK Vlaams-Brabant), Birger Vanacker (Flavor Shop), Tim Wynant (Meraki), Erika Liveyns (Voka – KvK Vlaams-Brabant), Sandra Verdickt (Meraki)

Voka Discover Golf

Een stralend zonnetje en dus ideale omstandigheden voor de deelnemers van de golfinitiatie in de Brabantse Golf in Melsbroek. Netwerking en golf, het blijft een gouden combinatie, zo bleek eens te meer.



▲ Uri Lauwers (Hazgo), Pascal Gyssels (KBC Bank Grimbergen) en David Molenberghs (Pawesome)

Bedrijfsbezoek Brouwerij Lindemans

Het verhaal achter Brouwerij Lindemans, Gangmaker West-Brabant, leren kennen. Hoe doe je dat beter dan met een bierdegustatie met foodpairing?

► Jannick Everaert (Crosslaw), Björn Van Belle (BMW Louyet), Thijs De Quick (Buro Project), Davy Lauwers (Degroof Petercam), Igor Maertens van (Elec DVC).

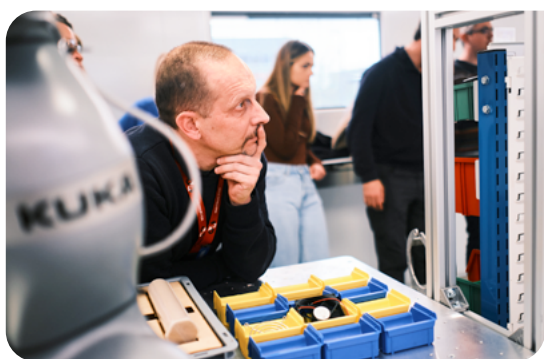


► Tania Kalavris (Degroof Petercam), Patrick Chabert (Guldager), Bruno Moriau (Guldager), Marc Geeraerts (Garage Geeraerts), Levi Rogier (Garage Geeraerts)



Cybertrucks

Hoe herken je cyberbedreigingen zoals phishing-mails, ransomware en valse telefoonoproepen? En hoe kun je zo je bedrijf beter beschermen tegen cyberaanvallen? Dat leerden de talrijke deelnemers aan de Cybersecurity Roadshow in Asse, Vilvoorde, Tienen en Leuven.



Wegens groot succes
is er een extra editie
gepland!
Scan de QR-code voor info.



Aan tafel met de CEO

7 straffe CEO's van toponderningen in het Hageland deelden tijdens dit netwerkevent hun tips en tricks met de deelnemers. Een unieke kans die gretig aangegrepen werd!



▲ Alexander Torfs (Sylvester Productions), Kurt Leuridan (Tokai Optecs), Fabienne Thierens (Zidis) en Elisabeth Simoen (Sylvester Productions)

◀ Jan Ingels (Tiense Suiker), Ivan Van Roosbroeck (GMS Leuven), Peter Coonen (Bebat), Walter Kestens (TMS Industrial Solutions), Steven Massart (Architectuurreportage)

Zin in meer
netwerking?
Scan de QR-code.



Tak 47 en tak 26: je geldreserves laten renderen

EXPERT

Koen Ausloos

Gedelegeerd Bestuurder bij
Vanbreda Ausloos nv

Wat zijn vandaag nog interessante en fiscaal voordelige alternatieven voor jouw beschikbare gelden buiten de contracten voor aanvullende pensioenopbouw als IPT en VAPZ?

Als zelfstandig ondernemer is het belangrijk om je gelden fiscaal voordelig te besteden met zicht op een mooi rendement. Sinds de invoering vorig jaar van de Circulaire C33, waarin het wettelijk pensioen voor zelfstandigen werd aangepast, komen veel ondernemers in de problemen met de maximaal mogelijke premies om fiscaalvriendelijk aan opbouw te doen van extra legaal pensioen, via IPT en VAPZ. Nochtans is het wel aangewezen om verstandig om te gaan met overtollige reserves in de vennootschap, liever dan die te laten verdampen op de bedrijfsrekening.

Overtollige financiële middelen in de vennootschap

Beschikbare gelden staan soms jaren op een bedrijfsrekening geparkeerd en brengen amper iets op. In tijden van verhoogde inflatie, zoals nu, daalt zelfs de waarde van dat geld. Ook een deel van de bedragen die men aanhoudt in het kader van een verloning via liquidatiereserves, wacht soms jaren doelloos op rendement. We merken dat een ondernemer vandaag onvoldoende bekend is met oplossingen om deze beschikbare gelden intussen binnen de vennootschap te laten renderen. We lichten hieronder twee alternatieven toe, verzekeringscontracten in tak 26 en tak 47, die interessant zijn voor een ondernemer om zijn rendabiliteit te verhogen.

Tak 26

Tak 26 is een interessante geldplaatsing voor vennootschappen. Het is een veilige belegging met kapitaalgarantie en met een gegarandeerde minimale jaarlijkse interestvoet die voor een beperkte

of open duur kan worden afgesloten (meestal 8 jaar en 1 maand). Het is een verzekeringscontract, maar omdat er geen verzekerde aan verbonden is zoals bij tak 21 of tak 23, is er ook geen rechtspersoonlijkheidstaks van 4,4% verschuldigd. Er is enkel een belasting verschuldigd op de gerealiseerde opbrengst maar die is fiscaal aftrekbaar van de te betalen vennootschapsbelasting.

Belangrijke kenmerken van tak 26:

- Verzekeringscontract naar Belgisch recht.
- Je betaalt geen premietaks van 4,4%.
- Je geniet maximale zekerheid, kapitaal is gegarandeerd en er

is gedurende 8 jaar een jaarlijks gewaarborgd rendement van minstens 2%, eventueel aangevuld met een jaarlijkse winstdeelnamen.

- Lage in- en uitstapkosten en kosteloze opname van 10% jaarlijks mogelijk.

Tak 47

Tak 47 is een verzekeringscontract waarin een tak 26-polis gecombineerd wordt met een tak 21-polis, onderschreven in privénaam. Als ondernemer is het erg interessant om via de vennootschap tak 26 te onderschrijven en tegelijkertijd als bestuurder van de vennootschap ook een tak 21-polis te onderschrijven. Via deze constructie kan men in een latere fase gelden

uit de vennootschap halen via een liquidatiebonus of dividenden en die dan (minstens 70%) bijstorten in de tak 21. Op dat ogenblik dient men niet opnieuw instapkosten te betalen (enkel de verzekeringstaks van 2%), en bovendien speelt de termijn van 8 jaar voor de vrijstelling van de roerende voorheffing meteen van bij het begin van het tak 26-contract, dus kan men zo optimaal genieten van alle fiscale voordelen. Tak 47 is dus een mooi alternatief om na het verstrijken van 5 jaar, de liquidatiereserves zo goedkoop mogelijk uit de vennootschap naar de privé te halen.

Belangrijke kenmerken van tak 47:

- Liquide middelen uit de vennootschap op een veilige manier laten renderen.
- Geld op een fiscaal voordelige manier uit de vennootschap halen.
- Geld van de vennootschap gebruiken om aanvullend pensioen op te bouwen.

Meer informatie?

Wens je graag meer informatie of wil je graag gebruik maken van de pragmatische aanpak via deze oplossingen voor de verloning uit je vennootschap? Neem gerust contact met ons op via telefoon **016 300 730** of via e-mail **info@vanbreda-ausloos.be**. Wij maken werk van je pensioenopbouw! <<



Contact

Justus Lipsiusstraat 46C
3000 Leuven
016 300 730
info@vanbreda-ausloos.be
www.vanbreda-ausloos.be



6 vragen over leiderschap

EXPERT Maaïke De Prins

KMO senior hr-consultant
bij SD Worx

De burn-outcijfers in België blijven recordhoogtes optekenen. Vaak legt een vraag rond verzuim of conflictbemiddeling een diepere oorzaak bloot. Die is veelal terug te brengen naar de rechtstreekse leidinggevende.

1. Bestaat 'de goede leider'?
Leidinggeven is maatwerk. Wel weten we ondertussen dat het autoritaire leiderschap niet meer werkt. Medewerkers lopen daarvan weg of ze vallen uit. De nieuwe generatie verwacht andere dingen van 'werk'. Zij trekken de kaart van *work-life* of zelfs helemaal die van *life*. Een schril contrast met 'oud' leiderschap als *command and control*.

Waar het dan wel om draait? Medewerkers inspireren en hen de vrijheid én zin geven om zich verder te ontwikkelen. Nu en dan een compliment geven, bijvoorbeeld, geeft honger om te groeien. In een open en veilige sfeer durven mensen ook fouten te maken of te zeggen wanneer iets verkeerd gaat. De leidinggevende wordt dan coach.

Een goede leidinggevende weet wat hen motiveert en waarop ze vastlopen. Mensen komen niet alleen met hun handen en hoofd naar het werk, maar ook met hun hart. Ze willen loyaal zijn, maar willen ook weten *waarom* ze doen wat ze doen.

2. Wat is de impact van slecht leiderschap?
Medewerkers laten los, want ze voelen hun bijdrage in het grotere geheel niet meer. Veel onderzoeken linken slecht leiderschap rechtstreeks aan langdurig verzuim. Het hoeft niet zo'n vaart te lopen: ook nu en dan korte uitvalletjes wijzen op een gebrekkige onderlinge samenwerking. Medewerkers verliezen hun nieuwsgierigheid en engagement. Slecht voor het werkgeluk en de sfeer, maar ook voor de resultaten.

3. Ontstaat slecht leiderschap door 'de verkeerde persoon op de verkeerde plaats'?
Soms. Veel managers in het middenkader kregen nooit leidinggevende vaardigheden mee. Ze werden gepromoveerd omdat ze goed waren in hun job, niet in leidinggeven. Het zijn inhoudelijke experts zonder *people skills*. Ze moeten nadenken over groei en resultaten, maar gaan daarbij soms voorbij aan wie die groei realiseert. Een goede teamleider investeert in zijn mensen. "Hoe kan ik elke medewerker versterken zodat mijn team beter samenwerkt?" Wie daar aandacht voor heeft, wordt nog te vaak teruggeduwd.

Nochtans zijn teamleiders de cruciale schakel om wat er op de werkvloer leeft, te vertalen naar het hoger management en omgekeerd. Investeer dan ook in hen met gerichte opleidingen rond leiderschap en communicatie. Want je organisatie kan alleen groeien als ook je leidinggevend groeien.

4. Wanneer komt jullie leiderschapstraject in beeld?
Zelden krijgen we de vraag om leiderschap onder de loop te nemen. Meestal zijn er andere signalen dat er iets fout loopt: hoge verzuim- of vertrekcijfers, aanhoudende conflicten of een moeilijke samenwerking in het algemeen. Een

algemene *engagement survey* legt vaak onbewust gaten in het leiderschap bloot. Dat aanpakken betekent wel een shift van focus: van efficiëntie naar zelfontwikkeling.

5. Hoe ziet zo'n traject eruit?
We brengen vooral inzichten rond leiderschap en communicatie, er is geen *one-size-fits-all*. Ik vraag managers steevast: "Zou je blij zijn met jezelf als leidinggevende?" en "Wat zou je graag aan jezelf veranderen?" Confronterend, maar een leider moet continu naar zichzelf durven te kijken en bereid zijn zichzelf te ontwikkelen. Of sterker nog: de moed hebben om te zeggen dat hij niet op de juiste plaats zit of het antwoord (nog) niet weet. Dat zijn pas écht voorbeelden van sterk leiderschap.

6. In welke mate vraagt hybride werken om een nieuw soort leiderschap?
De kunst is om dicht bij je medewerkers te blijven, zonder te micro-managen. Vertrouwen is de basis. Focus op het eindresultaat, niet op aanwezigheid. En vraag hen wat ze nodig hebben om het werk thuis nét zo comfortabel te maken als op kantoor. «



Contact
SD Worx KMO Leuven
Researchpark Haasrode 1310
Interleuvenlaan 10
3001 Leuven
+32 16 74 60 20
kmo.leuven@sdworx.com
www.sdworx.be

Ve-Ra-Bo

Portret van een familiebedrijf

Wie woondroom zegt, zegt Ve-Ra-Bo



ONDERNEMEN

ALS FAMILIE

Een streekeigen kenmerk van de historische stad Aarschot is dat je er veel gebouwen van bruine ijzerzandsteen terugvindt. Dat geeft de regio haar herkenbare uiterlijk. Maar even eigen aan de streek is het bedrijf Ve-Ra-Bo van de familie Maurien. Zij doen al bijna 40 jaar woondromen uitkomen in en rond diezelfde regio. Johan en Pieter Maurien delen ons het verhaal van hun succesvolle familiebedrijf.

Johan Maurien: “Ve-Ra-Bo staat voor Veranda's, Ramen en Bouw. Onze vader, Jos Maurien, legde destijds de focus op die drie facetten. En dat dekt ook vandaag nog de lading.”

Pieter Maurien: “Hij startte het bedrijf op in 1984. Onze moeder, Anne-Marie, vervoegde het bedrijf een tweetal jaar later. Samen bouwden ze de zaak op tot wat het vandaag is geworden.”

Recht van de schoolbanken

Johan en Pieter vormen samen de tweede generatie aan het roer van het familiebedrijf, maar ze zijn er al langer betrokken.

Johan: “Ik ben meteen in het bedrijf gestart in 2003 aan het einde van mijn middelbare schoolcarrière. Eerst uitvoerend, mee op de werf en daarna in productie en in het magazijn en zo doorgroeid naar de burelen. Daardoor heb ik een zeer technische achtergrond.”

Pieter: “Bij mij verliep het gelijkaardig. Ik ben ook gestart vlak na de middelbare school.



Wie is ... Johan Maurien

Opleiding: Bouwkundig tekenaar

Functie: Bestuurder

Traject: Startte in 2003 een technische functie bij het bedrijf van zijn ouders. Groeide door naar een meer administratieve functie om uiteindelijk het bedrijf over te nemen in 2023.



Wie is ... Pieter Maurien

Opleiding: Secretariaat – Talen

Functie: Aankoop + HR

Traject: Begon in 2006 met een administratieve functie in het familiebedrijf. Groeide door naar een functie binnen de logistiek. Binnenkort zal hij verantwoordelijk zijn voor de boekhouding.

Dat was in 2006. Maar ik ben meteen in een administratieve functie terechtgekomen, waarna ik doorgroeide naar de logistiek. Vandaag ben ik de stap aan het zetten naar boekhouding, een taak die onze moeder vroeger voor haar rekening nam.”

Overnemen: ja of nee?

De overname door de tweede generatie stond echter niet in de sterren geschreven. Zowel Johan als Pieter kenden twijfels.

Johan: “Onze ouders hebben ons concreet de vraag gesteld of we nu verder wilden met het bedrijf of niet. Daar hebben we niet meteen volmondig ‘ja’ op geantwoord. We hadden wat tijd nodig om te beseffen dat we daar wel verder mee wouden. En toen de ‘ja’ dan toch viel, hebben we nog redelijk wat voorbereidingstijd genomen om onder andere een familie-charter op te maken. Begin dit jaar zijn de handtekeningen dan uiteindelijk gezet. Natuurlijk heb ik wat moeten bijbenen op het administratieve vlak, vooral dan kennis van het financiële, want mijn interesses lagen voordien enkel bij het bouwtechnische. Mijn vader heeft zo geleidelijk aan het operationele aan mij overgelaten.”

Pieter: “We hebben nooit anders gekend dan het familiebedrijf en het bedrijfsleven. Het voelde als een logische stap. Er speelde zeker wat familietrots mee in de beslissing.”

Overname in woelige tijden

De bouwsector van de jaren '80 was natuurlijk een ander paar mouwen dan die van vandaag. Johan en Pieter krijgen als startersgeschenk heel wat uitdagingen op het bord geserveerd.

Johan: “Duurzaamheid enerzijds, maar ook de prijsdruk

zorgt voor een uitdaging. We moeten meteen een evenwicht vinden tussen die duurzaamheid, de prijsdruk en dan vooral de relatie arbeidskost en arbeidsduur. Daar schuilen de grootste uitdagingen. Dat zijn ook zaken waarop onze ouders ons niet konden voorbereiden. De belangrijkste pijler blijft wel het garanderen van kwaliteit. Niet onbelangrijk, want we werken voor particulieren die ons een stukje van hun dromen toevertrouwen.”

Familiaal vertrouwen

Ondernemen als familie heeft zo zijn voordelen. Voor Johan en Pieter is dat vooral een gevoel van zekerheid en vertrouwen.

Pieter: “Als familie sta je samen sterker. Een familiale band geeft je zekerheid wanneer je beslissingen moet nemen.”

Johan: “Je hebt meer vertrouwen in elkaar. Enkel de belangrijkste beslissingen nemen we samen. Bij kleinere zaken vertrouwen we erop dat we allebei de beste keuzes maken voor het bedrijf.”

De valkuil van familiaal ondernemen

Van familiebedrijven wordt wel vaak gezegd dat de beslissingsvorming trager verloopt.

Johan: “Daar zit wel wat waarheid in. En dat is bij ons dan ook een werkpuntje geweest. We moesten onszelf aanleren om meer aan het bedrijf te werken dan in het bedrijf. Vroeger namen we beslissingen aan de keukentafel. Nu voorzien we vaste momenten om de koppen bij elkaar te steken en voor echte vooruitgang te zorgen.”

Plato Next Generation

Johan: “Dit heb ik solo gevolgd in functie van de overname. De verschillende thema's die aan bod komen tijdens dit traject hebben mijn kijk breder gemaakt. Ik kan hier met gelijkgestemde mensen, weliswaar uit andere sectoren, kijken naar hoe je gelijkaardige situaties en uitdagingen aanpakt. Ik heb dan ook dit jaar een verlenging van het traject gevraagd.” «



Wat is ...

Ve-Ra-Bo

Opgericht in: 1984

Zaakvoerders: Johan Mauriën

Aantal medewerkers: 40-tal

Activiteiten: het bouwen en plaatsen van veranda-leefruimtes en aluminium ramen en deuren als kernactiviteit. Daarnaast coördineren ze totaalprojecten en renovatiewerken.

www.verabo.be



Interesse in Plato Next Generation?
Mail naar Elisa Frias
elisa.frias@voka.be



Plato



VLAIO

De mens achter de ondernemer

Helga Walschot van Cheatah



Suikervrije 'cheats' met Cheatah

Je krijgt maar één kans om je product in de markt te zetten. Met deze gedachte in het achterhoofd bedacht diabetespatiënte en verpleegster Helga Walschot samen met een brandingbureau een heel concept rond haar 'guilt-free cheats': de Cheatah-koekjes.



Toeh een gezond tussen-doortje vinden als diabetespatiënt, dat blijkt niet zo'n gemakkelijke opdracht. Dit ondervond verpleegster Helga Walschot. Drie jaar geleden kreeg ze de diagnose diabetes type 1.

"Als diabetespatiënt is het belangrijk om je suikergebruik binnen de perken te houden, zodat je minder insuline moet spuiten. Dat kan door glutenvrij(er) en koolhydratenarm te eten. Alleen zijn producten die aan die voorwaarden voldoen, moeilijk te vinden op de Belgische markt. Ik begon dus zelf koekjes te bakken.

Fijn natuurlijk, maar vooral tijdrovend, zeker als je werkt en een gezin hebt met twee kinderen. Ik wou dus ook eens een koekje uit de kast kunnen halen dat ik wel mocht eten. Dus bracht ik ze zelf op de markt."

Product correct in de markt zetten

Een samenwerking met een brandingbureau vond Helga een must, omdat je maar één kans krijgt om een product goed in de markt te zetten. "Het is ook zeer belangrijk om je doelgroep te bepalen en om meteen ook op een goede manier te communiceren over je product. Als ondernemer ben je uiteraard zelf overtuigd van het

belang van je product voor de maatschappij, maar je mogelijke klanten moeten dat ook worden. Zeker als je weet dat 6 mensen op de 100 de diagnose diabetes krijgen, al dan niet op latere leeftijd, en dat het aanbod aan suikerarme producten in België nog in zijn kinderschoenen staat. Mensen beseffen vaak niet hoeveel suiker ze per dag eten. Of je nu ziek bent of niet, daar bewust van zijn is sowieso al een goede eerste stap naar een gezonder leven."

Het recept voor de koekjes ontwikkelde Helga samen met een voedingslabo. Houdbaarheidsdatum, ingrediënten, vorm en smaak, aan alles werd gedacht. Zodra het koekje op papier goed beschreven stond, kon de productie starten. "Het brandingbureau ontwikkelde ook een logo, dat ik dan aan verschillende mensen heb voorgelegd. Het moest een herkenbaar, maar ook speels logo worden, zodat ouders die suikerarme koekjes willen aanbieden aan hun kinderen er ook door gecharmeerd worden. Nadenken over branding zorgt er ook voor dat je beter kan bepalen wie bij je product of doelgroep past en dat je je communicatie ook volledig op hen kan richten."

Distributie zoeken én buffer aanleggen

De eerste voorraad koekjes is ondertussen al de deur uit. Er zijn ook al enkele verkooppunten – zeker webshops rond koolhydraat-

arme voeding, maar dit aantal kan zeker nog groter worden. "Bij onze eerste productie is niet alles van een leien dakje verlopen. Je moet als ondernemer dan ook altijd een financiële buffer aanleggen en wat 'leergeld' achter de hand houden. Want het kan wel

eens misgaan en daar moet je zeker ook rekening mee houden." Dat dit een herkenbaar gegeven is bij andere ondernemers, weet Helga dankzij haar deelname aan het Bryo-traject van Voka – KvK Vlaams-Brabant. "Ik heb veel gehad aan de tweedaagse die alle ondernemers voor het traject volgen. Dan ben je twee dagen non-stop bezig met je onderneming en kan je er echt eens helemaal opuit om op je start-up te focussen. Je komt in een groep terecht met andere ondernemers die ook met dezelfde problemen zitten als jij. Dat geeft zeker een fijn groepsgevoel."

Plannen maken voor de toekomst zit ook zeker in het bloed van ondernemers. Zo komt de Cheatah-webshop er binnenkort en kijkt Helga naar het buitenland om haar koekjes daar ook aan de man te brengen. <<

“
Je moet als ondernemer wat 'leergeld' achter de hand houden.

Helga Walschot

Wat is ... Cheatah

Opgericht in: 2021

Zaakvoerder: Helga Walschot

Aantal medewerkers: 1

Activiteiten: Verkoop van koolhydraatarme koekjes
www.cheatah.be

Interesse in trajecten voor startende bedrijven?

Surf naar www.voka.be/bryo.



Bryo



VLAIO

Eerst Europa, dan de wereld

Repetitief werk uit handen van douanedeclaranten nemen en exportprocessen versnellen met *human assisted artificial intelligence*: dat speelt AE klaar dankzij Customaite. Met deze Software-as-a-Service (SaaS) koestert het softwarebedrijf uit Leuven even grote internationale ambities als zijn groeiende klantenbestand.

Wat is ...

AE

Opgericht in: 1999

CEO: Christoph Neut

Hoofdzetel: Leuven

Aantal medewerkers: ± 500

Activiteiten: consultancy en software services om bedrijven te helpen bij hun digitale groei.

Lean Startup

Hoe zijn jullie er eigenlijk toe gekomen om dit specifieke product te ontwikkelen?

Bram: “Via diverse projecten hebben we door de jaren heen veel ervaring opgebouwd in machine learning en natural language processing – een specifieke tak van AI die het o.a. mogelijk maakt om informatie uit documenten te halen. Zo kwamen we er in 2018 toe om *adore4customs* te lanceren, de voorganger van Customaite. Maar we zagen dat de generieke markt voor extractie uit documenten, facturen en bonnetjes al verzadigd was. We wisten: we moeten niet breed, maar diep gaan.”

Wim: “Met een klant, een douanekantoor in Antwerpen, hadden we wel een proof of concept gemaakt, specifiek voor douanedocumenten. Daar zijn veel ideeën ontstaan die vandaag de basis vormen voor Customaite. Vervolgens hielden we een studieronde bij potentiële klanten. Met welke problemen kampten ze? Hoe losten ze die nu op? Konden wij dat beter? En tegen welke prijs? Met alle kennis die we verzamelden, dienden we intern een investeringsvoorstel in. We kregen groen licht, mits we drie bedrijven vonden die een intentieverklaring wilden tekenen om ons product te kopen. Dat is een Lean Startup.”

Bram: “Voor het bedrijf was dat ook een grote sprong. Het DNA van AE is professional services bieden. Een product ontwikkelen is fundamenteel anders, je neemt een investeringsrisico. Dat er toch op Customaite is ingezet, is dus zeker ook de verdienste van het management. Wij wisten dankzij ons basisconcept wel dat dit kon uitgroeien tot een interessant nicheproduct.”

Waarop biedt Customaite een antwoord? Hoe helpt het ondernemers exporteren?

Wim: “Douanedeclaranten staan vaak onder tijdsdruk.

Hoe sneller alle documenten foutloos bij de douane worden afgeleverd, hoe sneller die de goederen kan vrijgeven. Maar het voorbereidingswerk zelf is erg tijdrovend en repetitief. Dat gaat soms over codes uit facturen van 60 bladzijden vissen en vergelijken.”

Bram: “We geloven sterk dat AI alleen niet volstaat. Daarom is Customaite een voorbeeld van human assisted AI. Mens en machine werken samen. De machine is de digitale assistent en maakt het voor de mens zo gemakkelijk mogelijk om te controleren en aan te passen waar nodig. Dat doen we met duidelijke visuele markers en een heel goede user interface. De menselijke factor is hier in het hele proces cruciaal.”

Wim: “Niet onbelangrijk: douanedeclarant is een knelpuntberoep. Die zijn erg gegeerd op de arbeidsmarkt. Door saai werk te automatiseren en de tijdsdruk te verlichten, doe je dus aan retentie. En het is een win-win, want uiteindelijk krijgt ook de eindklant zijn goederen sneller. Gemiddeld verkort Customaite de voorbereiding van een declaratiedossier met ruim 50%.”

Bram: “En als laatste: de kwaliteit van de technologie. Manueel loop je een erg groot risico op fouten. Codes overnemen, kleine optelsommen maken, kleine lettertjes moeten doorploegen ... Door de foutenmarge klein te houden en die controlefunctie goed te ontwerpen, overtuigt Customaite ook op die manier klanten.”

Logistieke hub

Met Customaite willen jullie internationaal groeien. Hoe pakken jullie dat aan?

Bram: “Vandaag is onze belangrijkste focus Europa. Logisch, want dat is een douane-unie. Het is niet in elk land exact hetzelfde, maar door de band genomen is er één geüniformiseerd proces binnen de EU. Daarnaast ligt



Customaite wint douanedeclaranten tijd. Het halveert de doorlooptijd van hun repetitieve en voorbereidende werk. Tegelijk worden goederen sneller vrijgegeven voor de eindklant. Een win-win.

Nederland en België vormen samen een gigantische logistieke hub, met belangrijke zeehaven, wegen en spoorlijnen. We zijn dus ideaal gelegen om snel een brede klantenbasis binnen Europa op te bouwen.



de loonkost voor douanedeclaranten veel hoger dan in andere regio's. De *incentive* is hier dus groter om te investeren in automatisering van repetitief werk. Ook in landen waarnaar dit soort werk veel wordt uitbesteed, zoals India, Marokko en Litouwen, kennen ze Customaite."

Wim: "We merken wel dat onze klanten steeds groter worden, en dat zijzelf een internationale dimensie hebben. Zo rollen we voor een van onze klanten onze toepassing meteen uit in liefst 47 landen. Zo groei je organisch natuurlijk snel in het hele continent. En met de Brexit ligt ook in het Verenigd Koninkrijk veel potentieel op ons te wachten."

Bram: "Terwijl we nu juist goed matchen, in taal en cultuur, met de vele logistieke bedrijven die ons bijna letterlijk omringen. België en Nederland vormen de logistieke as van Europa, met belangrijke zeehavens en ook over de weg. Dat zijn meteen heel veel potentiële klanten in onze buurt. Soms zitten de decision makers van die bedrijven wél in Londen of New York. Dat is dan de uitdaging, de juiste stakeholders te pakken krijgen en overtuigen."

Wim: "Er is zeker ook elders interesse, in de Verenigde Staten en ook in het Midden-Oosten. Maar de focus blijft momenteel Europa. We waren vorig jaar aanwezig op de jaarlijkse conferentie van de World Customs

Organisation, en je merkt toch wel dat de businessprocessen verschillen van regio tot regio. Zo staan bedrijven in Centraal-Azië, Kirgizië en Kazachstan, bijvoorbeeld, rechtstreeks in contact met de douane en verwerkt die douane zelf veel meer administratie dan bijvoorbeeld in de EU. Dus zouden we Customaite al wat moeten aanpassen."

Bram: "Het voordeel is dat de internationale voertaal voor

documenten het Engels is. Dat is handig. Toch gebeurt zo'n 15% van de te verwerken documenten in andere talen. Dat is voor onze technologie geen enkel probleem, zolang het bij het Latijnse alfabet blijft. Chinese tekens, cyrilisch schrift, Japans: die zullen ooit wel bovenaan ons prioriteitenlijstje komen te staan, bijvoorbeeld wanneer we onze focus zouden verleggen buiten Europa." «



**Interesse in
internationaal
ondernemen?**

Mail naar Tuba Gungor
tuba.gungor@voka.be



Mercurio



VLAIO



Content marketing
powerbank sinds 1994.

Propaganda creëert ROI-gedreven content platformen, blogs, e-letters, digitale en print magazines, social media content, video's, websites ... voor ambitieuze bedrijven, organisaties en merken.

we
are Pro.
paganda



Ook ambitie of nood aan
content marketing power?
hello@propaganda.be

Adecco





Dossier

Sales, marketing en communicatie

No time like the present

Sales, marketing en communicatie vormen de heilige drievuldigheid van elke onderneming. Toch zijn ze niet in elke onderneming even goed op elkaar afgestemd. Dat kan zorgen voor teleurstellende ROI en frustraties langs zowel bedrijfs- als klantzijde. Maar dat hoeft niet. Met behulp van AI, externe partners en misschien gewoon een beetje advies van de juiste mensen binnen het vak kan je jouw sales, marketing en communicatie onmiddellijk verbeteren. En jawel, ook in crisistijden. *There is no time like the present.* Daarom geven we in dit dossier het woord aan enkele kenners die jou vandaag kunnen helpen.

34

Boostways BV:
Hannelore Verheyen over
trends in marketing

38

Search Listening:
Wat is het? Wat doet het?
En waarom heb je het
nodig?

40

Influencemarketing:
Voordelen en valkuilen

43

Boektip: *The Most
Amazing Marketing Book
Ever* van Joeri Billast

Boostways BV

Hannelore Verheyen over marketingtrends en best practices

MARKETING

TRENDS

Ben jij mee met de trends in marketing?

De wereld van marketing verandert snel door de introductie van nieuwe technologieën, regels en trends. Hannelore Verheyen, Founder en CEO Boostways BV, maakt je wegwijs in marketing anno 2023.

Wie marketing zegt, denkt meteen aan adverteren op trendy kanalen. Maar dat is niet waar marketing begint. De fundering van goede marketing is strategie. En dat is iets dat Boostways je tussen je oren wil knopen. Het bedrijf onder leiding van Hannelore Verheyen positioneert zich daarom heel duidelijk als een strategiepartner.

Hannelore Verheyen: “Wij noemen onszelf groeiexperten voor ondernemers. Wij maken samen met onze klanten 360°-marketingstrategieën omdat we niet enkel kijken naar bijvoorbeeld sociale media of naar websites, maar naar de samenhang tussen alle puzzelstukjes in de marketingpuzzel. We zijn geen marketing agency en

doen dus zelf geen uitvoerende taken. Voor onze klanten en partners fungeren we als onafhankelijk aanspreekpunt en coördineren we de strategie. Ons doel is om te kijken naar wat een onderneming nu nodig heeft om groei mogelijk te maken. Welke puzzelstukjes liggen er al en welke nieuwe stukjes moet je leggen? Concreet stellen we vragen als: hoe ben je gepositioneerd binnen de markt? Hoe ziet je aanbod eruit? Werk je vandaag voor je ideale klant of wil je dat bijsturen? Dan pas vertalen we die zaken naar zichtbaarheid.”



Hannelore Verheyen, Founder en CEO Boostways BV (© Nouchka De Maeyer)

“**Influencer-marketing is zeker niet enkel weggelegd voor grotere spelers die budget hebben voor heel bekende figuren.**”

Hannelore Verheyen

5 marketingtrends voor 2023

Het mag dus duidelijk zijn: nog voor je jouw marketingbudget en -middelen aanwendt om mee te zijn met de laatste trends, is het van vitaal belang om eerst een strategie te hebben. Dat gezegd hebbende, hieronder volgen de marketingtrends voor 2023 volgens Hannelore:

1. AI-technologie

“Er wordt vandaag veel gesproken over ChatGPT. Maar er is meer dan ChatGPT. Er zijn AI-tools die salesgesprekken kunnen voeren, AI-tools die videocontent kunnen distribueren, enz. Deze tools zullen de manier waarop marketing wordt gedaan, stevig veranderen. Zeker wat de samenwerking met agencies, copywriters en fotografen betreft. AI op zich is niets nieuws, maar het is vandaag wel heel wat toegankelijker geworden. Veel ondernemers denken misschien nog dat dit niets voor hen is, maar ook zij zullen er binnenkort niet meer omheen kunnen kijken.”

2. Short-form video's

“Het belang van video is al een lange tijd bekend, maar de aandacht gaat meer en meer uit naar *short-form* video's die meer *snackable* zijn. Korte filmpjes zoals YouTube shorts, TikTok, Instagram reels ... Ik geloof dat ook LinkedIn hier uiteindelijk mee zal beginnen. Het is dus tijd om na te denken over hoe je jouw video's zo *snackable* mogelijk kan maken. Zeker als je je naar de toekomstige generaties richt.”

3. Influencermarketing

“We zien dat grotere spelers zoals Google en Facebook hard inzetten op content creators en modellen aan het bouwen zijn om die creators te ondersteunen. Voor ondernemers is influencermarketing dus een heel belangrijk deelaspect. En dan heb ik het niet enkel over influencers met een groot aantal volgers. Micro-influencers, dat zijn influencers met een *following* tussen 5.000-10.000 volgers, hebben ook een grote impact op de aankoopbeslissing omdat zij dichterbij hun consumenten staan. Denk aan mensen die een bepaalde autoriteit hebben, zoals professoren, journalisten, enz. Vaak hebben ondernemers al zulke mensen in hun klantenbestand zitten zonder

dat ze het beseffen. De nood aan dergelijke expertise en authenticiteit wordt dan ook steeds belangrijker, zeker in tijden van AI. Onder influencermarketing mag je trouwens ook *ambassadorship* rekenen, dat is je eigen klant als ambassadeur van je merk inzetten. Influencermarketing is dus zeker niet enkel weggelegd voor grotere spelers die budget hebben voor heel bekende figuren.”

4. Het belang van beleving

“We zien dat de noodzaak aan beleving in de ondernemersmarkt toeneemt. Om competitief te blijven, moet je vandaag extra inzetten op *customer experience*. Dat kunnen kleine dingen zijn, zoals bijvoorbeeld bij ontvangst een kopje thee en een praline aanbieden. Dat zorgt voor impact, want dit zijn ervaringen die mensen graag delen op sociale media. En dat vormt authentieke content en zichtbaarheid voor je onderneming. Als ondernemer doe je er dus goed aan om eens na te denken hoe je in elk contactmoment van je *customer journey* kleine belevingsmomentjes kan creëren. Vergeet daarbij ook *offboarding* niet. Want daar start heel wat beleving voor potentiële klanten. Denk bijvoorbeeld aan het verzamelen van reviews van je klanten.”

5. Het belang van positionering

“Positionering is minder een trend dan wel iets onoverkomelijks in 2023. Heel veel bedrijven zijn digitaal gegaan sinds de pandemie. Iedereen is online zichtbaar. Maar daardoor moet je er als onderneming ook meer durven uit te springen. Niet noodzakelijk met de grootste en gekste campagnes, maar vooral door je duidelijk te positioneren. Laat zien wie je bent, waar je voor staat en wat je doet of vooral niet doet. Vandaag zie ik dat veel ondernemers een *manusje-van-alles* willen zijn, waardoor het voor de buitenwereld soms niet meer duidelijk is waar je bedrijf voor staat. In onze strategieën moeten we daar vaak op hameren. Je positionering verscherpen kan natuurlijk een spannende oefening zijn, want dat kan betekenen dat je bepaalde diensten gaat schrappen of bepaalde klanten gaat uitsluiten. Maar als je sterk wilt communiceren in marketing, moet je je durven te positioneren.”

MARKETING TIPS

Tips voor je marketing

3 TIPS VOOR BEGINNERS

► Focus op je positionering. Welke klanten wil je bedienen en waarom? Wat maakt je uniek en hoe kan je dit formuleren in een sterke positionering? Een sterke positionering trekt mensen aan.

► Kijk kritisch naar je aanbod. Ligt dat in lijn met je positionering en met wie je wilt werken? Als beginnende ondernemer wil je klanten veel beloven, maar een scherp aanbod doet mensen sneller terugkomen.

► Focus ook op je zichtbaarheid. Wat niet gezien wordt, kan niet gekocht worden. Maar bepaal op welke kanalen je eerst wilt inzetten. Beter goed zichtbaar op één kanaal dan weinig zichtbaar op alle kanalen.

3 TIPS VOOR KENNERS

► Zet in op automatische e-mailfunnels. Heb je bijvoorbeeld al een goede onboardingprocedure lopen met automatische e-mails? Doe je al aan *upselling* en *cross-selling*? Heb je al loyaliteitsflows? Een goed opgezette *funnel* is eigenlijk een extra werknemer die sales genereert.

► Doe aan 360°-marketing. Bekijk je kanalen niet apart maar kijk hoe je ze met elkaar kan linken. Als je bijvoorbeeld een blogpost schrijft, zorg er dan voor dat je die ook in je nieuwsbrief zet, maak er een socialemediapost van, enz. En als je met een influencer werkt, gebruik die content ook op je eigen kanalen.

► Analyseer je data. Je kan data halen uit je CRM-systeem, uit je website, je social media, enz. Gebruik die data om te optimaliseren waar mogelijk. Als je bijvoorbeeld iets hebt van *lead generation* of een contactformulier, ga dan eens kijken hoeveel mensen die pagina bezoeken. Wat kan je aan die pagina veranderen om meer mensen actie te laten ondernemen?



INTERLEUVEN

ONDERNEMEND EN ONDERSTEUNEND



Kantoorruimte Te huur

*Neem contact op voor
alle details in verband met
beschikbaarheid*

*Ontdek ons volledige aanbod
vastgoed online via
www.interleuven.be/immo*

Beeld: Researchpark Haasrode Gebouw PVG H-06



**Nieuwland Aarschot
Gebouw PVG A-01**

Totaal beschikbaar
Bureauruimte - 198 m²



**Researchpark Haasrode
Gebouw PVG H-03**

Totaal beschikbaar
Ruimte - 260 m²



**Researchpark Haasrode
Gebouw PVG H-06**

Totaal beschikbaar
1ste verdieping - 508 m²

Bedrijventerreinen - te koop

Beschikbare kavels op onze bedrijventerreinen



Uitbreiding Lewa - Zoutleeuw



Keiberg-Vossem - Tervuren

Alle info om u kandidaat te stellen voor
één van de beschikbare kavels op het
bedrijventerrein LEWA vindt u via:

www.interleuven.be/bedrijventerrein-lewa

Of voor het nieuwe, toekomstbestendige
bedrijventerrein Keiberg-Vossem via

www.keiberg-vossem.be/kandidaat-ondernemer

Voor het volledige aanbod kan u steeds terecht op www.interleuven.be/bedrijfspercelen

Meer info over onze beschikbare bedrijventerreinen of bedrijfsgebouwen?

Contact Marc De Neef • 0495 53 84 47 • marc.de.neef@interleuven.be

Boostways NV

Hannelore Verheyen over marketingtrends en best practices



Hannelore Verheyen, Founder en CEO Boostways BV (© Nouchka De Maeyer)

Marketingprioriteiten bepalen

“De eerste stap is om je focuspunt te bepalen. Waar wil je naartoe? We zien dat ondernemers via hun website wel meestal aan *lead generation* doen en tegelijkertijd posten op verschillende socialemediakanalen en e-mails versturen naar hun klantenbestand. Maar er is vaak geen samenhang tussen al die verschillende onderdelen. Zonder structuur zullen je investeringen weinig opleveren. We krijgen bijvoorbeeld regelmatig een vraag als: ‘Moet ik op TikTok adverteren?’ Niemand moet op TikTok adverteren. Adverteren op een kanaal heeft maar zin als je structureel *leads* kan genereren en kan opvolgen, en als je salesproces goed zit. Anders post je maar om te posten. Eerst nadenken over wat je structureel wilt bereiken en dan stapje per stapje opbouwen is dus de boodschap.”

Marketing in tijden van crisis

“Als communicatiewetenschapper heb ik hiernaar onderzoek gedaan. Daarbij zag

ik dat bedrijven die in tijden van crisis blijven investeren in marketing, ook blijven groeien. Wat ergens logisch is natuurlijk, want als je marketing goed doet, dan drijft dat de sales. Betekent dit dat je grote campagnes moet opzetten? Nee. Heel vaak komt het erop neer om in de eerste plaats te optimaliseren wat je al hebt. Ik begrijp dat het verleidelijk is om te stoppen met investeren in marketing in crisistijden. Marketing wordt dan ook vaak vereenzelvigd met grote, dure campagnes op tv en social media. Maar marketing zit ook in de kleine dingen: in netwerking, in procesoptimalisaties, in het analyseren van data. Vooral dat laatste durven ondernemers wel eens te vergeten. Nochtans maken data de opbrengst van marketing net tastbaar.”

“

Marketing zit ook in de kleine dingen: in netwerking, in procesoptimalisaties, in het analyseren van data.”

Hannelore Verheyen

Wie is ... Hannelore Verheyen

Traject: Werkte 4,5 jaar bij Proximus als digital marketeer om zich daarna bij L'Oréal op te werken tot Head of Digital. In 2020 richtte ze Boostways Coaching op.

Opleiding: Masters in Communicatiewetenschappen, Management en Marketing Management

Functie: Founder en CEO

Wat is ... Boostways BV

Opgericht in: 2020

CEO: Hannelore Verheyen

Aantal medewerkers: 7

Activiteiten: Coaching en consulting van ondernemers die online willen groeien.

www.boostways.be

Meer ondernemingsadvies van Hannelore?

Scan de QR-code en beluister haar podcast ‘Boost My Life: De Boostways Podcast’ op Spotify.



Wat is search listening en hoe start je ermee?

Interview met digital experts Els Mortier en Fabio Gilio van We Are Digital

Lees de gedachten van je doelgroep

Ben je al bekend met termen als *data-driven approach* en *search listening*? Het komt in marketing eigenlijk altijd neer op objectief nadenken over verzamelde data en cijfers, de inzichten die dat geeft en slim handelen. Informatie uit *search listening* vertelt je wat klanten écht belangrijk vinden of hoe je jouw doelgroep beter kan bereiken. Meten is weten!

SEARCH

LISTENING

Om meer bekendheid, betrokkenheid, verkeer en actie te genereren bij B2B- en B2C-klanten kan je gebruik maken van datagedreven onderzoek. De beproefde methode die hiervoor ingezet wordt, heet *search listening*. We Are Digital (Propaganda Group) in Leuven heeft een bewezen trackrecord op het gebied van digital marketing. Een team van ervaren specialisten begeleidt klanten in de complexe digitale wereld. Digital-marketingexperts Els Mortier en Fabio Gilio vertellen je wat *search listening* is en waarom je het zou moeten toepassen.

Begrijp en gebruik van social media data

Els Mortier is Head of Strategy bij We Are Digital en heeft met tien jaar digitale ervaring op de teller goed zicht op het online gedrag van mensen. Ze zegt daarover: “Iedereen stelt zich in meer of mindere mate open op het internet. We laten alle-

maal digitale broodkruimels na. En in welke branche je ook werkzaam bent, inzicht in en analyse van die informatie kan je gebruiken om bijvoorbeeld nieuwe waardevolle content te maken waarmee je daadwerkelijk je doelgroep aanspreekt. Je kan bekijken hoeveel zoekvolume er is op bepaalde zoektermen die je belangrijk acht voor je bedrijf of merk. Je kan dan beslissen om bepaalde termen en woorden alsnog veel of weinig in je teksten te gebruiken of om een andere koers te volgen zodat je met het online budget een beter bereik of meer conversie kan genereren. Een supermarktorganisatie wilde weten naar welke recepten mensen zoeken in de maand december. *Vol au vent!* Daar hadden ze dus zelf helemaal niet aan gedacht.” Maar hoe kom je bij al die informatie én hoe kan je inzichten verkrijgen uit die hooiberg van social media data? Co-founder van We Are Digital Fabio Gilio vult aan: “Dat is waar *search listening* om de hoek komt kijken. Je gaat bijna letterlijk ‘luisteren’ naar wat mensen vragen, zeggen en bediscussiëren. We doen dat uiteraard met digitale tools

en speciale programma's. Specifieke datasets die we naar boven halen, worden geanalyseerd en leveren nieuwe *insights* op.”

Is search listening iets voor jouw bedrijf?

Els: “Je ziet het beste van iemands leven op Instagram, maar wat ze echt doen, haal je uit Google.” Ze benadrukt nog eens dat je met *social listening* dus verder kijkt dan je eigen neus lang is: “Het is een makkelijke bron van doelgroep- en marktinformatie. Je kan inzichten krijgen in de zoekvolumes en zoektermen over jouw concurrenten. En aanvullend kan je ook zoekopdrachten onderzoeken in andere landen of talen. Met *search listening* kan een kmo eerder slim dan sterk zijn. Het David-en-Goliath-verhaal. Als je een speler bent in een sterk concurrerende markt, dan moet je gefundeerde keuzes kunnen maken ten aanzien van je marketingbudget en de inzet van middelen. Het is vaak verspilde moeite en geld om te willen opboksen tegen de grote spelers en merken waar veel concurrentie op zit. Met *search listening* kom je te weten hoe je

Search listening geeft antwoorden op vragen zoals:

- ▶ Wat wordt er over mijn product, merk of bedrijf opgezocht?
- ▶ Wat is de primaire behoefte van de doelgroep?
- ▶ Welke content slaat aan op social media?
- ▶ Wat speelt er bij concurrenten en hoe speel je in op hiaten?
- ▶ Wat zijn de trends en ontwikkelingen in de markt en bij de doelgroep?



Wie is ... Els Mortier

Functie: Head of Strategy bij We Are Digital
Traject: 10 jaar ervaring in digitale marketing. Ze werkt strategieën uit en staat in voor de opvolging van de resultaten door middel van actiegerichte analyses op maat. Ze stuurt het team van strategen en digital-marketingexperten aan.



Wie is ... Fabio Gilio

Functie: Managing Partner
Traject: Al 20 jaar actief in digitale marketing. Co-founder van We Are Digital (2014) en sinds 2020 Managing Partner bij Propaganda Group.

met jouw beschikbare middelen de meeste impact kan maken. De inzichten uit *search listening* zijn een goede basis voor een contentmarketingstrategie op langere termijn.”

Digitaal gedachten lezen

Search listening wordt door bedrijven ingezet om een beter inzicht te krijgen in consumentengedrag, maar vooral om de gedachten en gevoelens van de doelgroep te begrijpen. Els heeft ook vaak in een *search listening*-rapportage opgenomen wat de mensen denken over de concurrenten van een bedrijf. “En wat *blue* en *red ocean* is of witte vlekken, kortom, wat trends zijn en waar er kansen liggen in de markt voor nieuwe producten”, zegt ze.

Search listening: data nemen het voortouw in contentmarketing

Data lijken de basis voor alles. Natuurlijk ga je als ondernemer je eigen buikgevoel niet uit de weg, maar als je de doelgroep echt goed begrijpt, kom je beter beslagen ten ijs. **Fabio:** “Veel bedrijven doen wel iets met digitale media en capteren data in een gigantische excelfile, maar zitten op die manier met een hoop informatie zonder context. Het is toch redelijk cruciaal om betekenis te geven aan al die data. We gaan in *search listening* bijvoorbeeld op zoek naar de informatiebehoefte, de intentie die schuilgaat achter de zoekopdrachten in een zoekmachine. Als je ook actief bent in het buitenland, dan werken we dit uit per taal en per land, want elke markt is anders, en *keywords* en concurrenten verschillen dus ook.”

Hoe begin je het search-listeningtraject?

“Het is allereerst belangrijk dat je voor jezelf in kaart brengt waar je staat met je bedrijf en wat je doelen zijn”, zegt Els. Ze

voegt er vervolgens aan toe dat je uiteraard een digital agency kan inschakelen om je daarbij te helpen en om een traject uit te zetten, maar je kan ook al heel goed zelf aan de slag met gratis tools. “Wij zijn experts in ons vak en we gebruiken gespecialiseerde tools om tot strategisch interessante inzichten te komen, maar voor een eerste verkenning kan je bijvoorbeeld zelf Google Trends gebruiken. Het geeft een goede indicatie van zoekvolume en bepaalde zoekwoorden. Bij

Answer The Public kan je twee keer per dag gratis een zoekopdracht ingeven. Je kan met dit programma bekijken wat de vragen zijn die ‘het publiek’ heeft bij jouw producten of diensten.” *Search listening* kan trouwens door ieder bedrijf worden ingezet, klein of groot. **Fabio:** “Het gaat erom dat je jouw klanten, maar ook de toekomstige doelgroep beter leert kennen. In lijn met je bedrijfsdoelstellingen kan je dan beter gefundeerde marketingplannen opstellen.” «

“
**Je ziet het
beste van
iemand's leven
op Instagram,
maar wat ze
echt doen, haal
je uit Google.**

Els Mortier

Wat is ... We Are Digital (Propaganda Group)

Opgericht in: 2014

Fusie met Propaganda in: 2020

Aantal medewerkers: 20

Activiteiten: Marketing, digitale strategie, advertentiecampaagnes, data-analytics en consulting.

www.wearedigital.be

www.propaganda.be

Influencermarketing

Interview met Andreas Nys van Wingman Agency

In de zoektocht naar de heilige marketinggraal bots je steeds vaker op het fenomeen ‘influencermarketing’. Maar wat is dat precies? En hoe pak je dat goed aan? We legden ons oor te luisteren bij Andreas Nys van het Leuvense reclamebureau Wingman Agency. Laat je beïnvloeden door deze niet-meer-zo-nieuwe marketingtool.

WERKEN

MET INFLUENCERS

Onder invloed van influencers

Hoe pak je influencer-marketing aan?

Een ‘wingman’ is volgens Chat-GPT iemand die je ondersteunt en helpt om meer zelfvertrouwen te krijgen en gemakkelijker met anderen te communiceren. Een kind moet een naam hebben, maar er een vinden voor een social media agency die beter de lading dekt dan deze, lijkt haast onmogelijk. Zeven jaar geleden hield Andreas Nys samen met twee medeoprichters Wingman Agency boven de doopvont. “Dat deden we omdat we merkten dat heel wat kleinere en middelgrote bedrijven en organisaties nood hadden aan begeleiding bij het onderhouden van hun sociale media.”

in en rond Vlaams-Brabant.” Sindsdien kent het Leuvense bureau een gestage groei: “Elk jaar kwam er één medewerker bij. Tot we na de coronacrisis, in 2021, een boost kregen. Vandaag hebben we 15 medewerkers in dienst en plannen we de opening van een nieuwe vestiging in Antwerpen.”

Beïnvloeding als stokpaardje

Een van de stokpaardjes van Wingman Agency is influencermarketing. Daarbij ga je via persoonlijkheden met een groot online publiek je product of dienst in de markt zetten. Je gebruikt de invloed die een influencer uitoefent op zijn volgers om iets aan te prijzen. “Er zijn verschillende manieren waarop dat kan”, legt Andreas uit. “Je kan gaan van een *unboxing* op TikTok of Instagram tot een uitgebreide review op een blog. Of subtieler, door een influencer jouw product te laten gebruiken of dragen in een foto of filmpje zonder dat het expliciet vermeld wordt.”

No-go's bij influencermarketing

- Ga niet in zee met *celebrities*. Als zij plots een slechte reputatie krijgen, zal dat ook op je merk afstralen. Beter geloof je in nano- en micro-influencers: zij hebben een sterker lokaal netwerk, komen echter over en genereren meer engagement.
- Spot niet met concurrerende merken. Ook dat straalt negatief af op je eigen merk.
- Hoed je voor politieke verbanden. Zodra je als influencer gelinkt wordt aan een partij of beweging, krijg je een definitief label en sluit je per definitie delen van je doelgroep uit. Tenzij je doelgroep zich enkel binnen één politieke strekking bevindt natuurlijk.
- Waak erover dat de *feed* van de influencer waarmee jij wilt werken, niet vol staat met concurrerende merken. Het komt niet geloofwaardig over naar de volgers toe en je gaat een strijd aan die op geen enkele manier te winnen valt.

Wie is ... Andreas Nys

Functie: Founder en zaakvoerder van Wingman Agency

Opleiding: Communicatiewetenschappen en Digitale Marketing

Traject: Social Lab, BBDO, Isobar



Andreas Nys, Founder en zaakvoerder Wingman Agency

Wat is ... Wingman Agency

Opgericht in: 2016

Locatie: Hoofdkantoor in Leuven,
binnenkort vestiging in Antwerpen

Aantal medewerkers: 15

Activiteiten: 100-tal klanten over heel
België waaronder Ritchie, Swapfiets,
Pisang Ambon, Barouche, Eat Casper ...
www.weareyourwingman.com

Het concept is intussen best bekend, en op sociale media ben je zelfs verplicht duidelijk aan te geven dat je iets aanprijst. “Toch werkt het. Volgers en fans hebben vaak een heel intieme band met de persoonlijkheden die ze volgen. Ze hebben haast een voorbeeldfunctie. Als zij hun ‘eerlijke’ feedback over een bepaald product of een bepaalde dienst delen, ervaren volgers dat als echt, wat de reputatie en geloofwaardigheid van het merk versterkt.”

Jongeren én B2B

“Het werkt overigens het best bij jongeren”, vult Andreas aan. “Dat is voor adverteerders interessant want dat is juist de doelgroep die minder goed via traditionele media zoals tv of print te bereiken valt. Bovendien weet je bij influencers wie hun doelgroep is en wat die doelgroep interesseert. Daardoor kan je gericht op zoek gaan naar een influencer die gerelateerd is aan het product dat je wilt promoten.”

Influencerchecklist

De grootste uitdaging als je aan influencermarketing doet, is om de juiste influencers te vinden en hen ervan te overtuigen om jouw merk op te nemen in hun posts. Deze checklist helpt je alvast op weg:

○ Aantal volgers

Het aantal volgers is de meest voor de hand liggende indicator voor de populariteit van een influencer en hoeveel sympathie hij of zij geniet. Maar ga niet zomaar voor de meest populaire influencer, wel voor diegene wiens het publiek overeenkomt met jouw doelgroep.

○ Authenticiteit

Zoek naar influencers die authentiek zijn en geloofwaardigheid hebben bij hun volgers. Authenticiteit is cruciaal voor een succesvolle campagne. De influencer moet dus zelf ook deel uitmaken van je doelgroep.

○ Betrokkenheid

Ga na hoe betrokken de volgers van je influencer zijn. Hoeveel likes, reacties en *shares* krijgen hun posts? Zit je met een publiek dat minder *engagement* toont, dan is influencermarketing wellicht niet de beste keuze voor je campagne.

○ Relevantie

Zoek naar influencers die relevant zijn voor jouw merk en product. Bijvoorbeeld, als je sportkleding verkoopt, zoek dan naar influencers die een actieve levensstijl hebben en vaak sporten.

Minder voor de hand lijkt het gebruik van influencers voor bedrijven die B2B werken. “Toch is het erg interessant en doen steeds meer B2B-bedrijven dit. Influencers zijn namelijk vaak experts binnen een vakgebied en hebben echt een voorbeeldfunctie voor de doelgroep. Binnen een heel specifieke niche kunnen zij dus een sterke invloed uitoefenen”, besluit Andreas. «

NETWERKEVENT

SMART HUB CONNECTS

DONDERDAG 15 JUNI 2023

15.30 UUR

PROVINCIEHUIS - LEUVEN

*Verslim,
verduurzaam,
verbeter.*

Hoe kan het slimmer, duurzamer én beter?
Wil jij dat ook weten, kom dan zeker
inspiratie tanken op ons netwerkevent
Smart Hub Connects!

Stefaan Vandist, merkstrateeg & toekomst-
verkenner Switchrs, neemt je op sleeptouw naar
een duurzame toekomst. **Geertrui Mieke**
De Ketelaere, Vlerick Business School, brengt
dan weer opheldering over Artificiële Intelligentie
terwijl **Goedele Wachters**, nieuwsanker VRT, alle
gesprekken in goede banen leidt.

Tijd dan voor nog meer ideeën tijdens een aantal
inspiratiesessies. Experts en ondernemers uit
Vlaams-Brabant vertellen er over hun innovatieve
projecten en gaan in dialoog met jou. Last but not
least, is er tijd om te mixen en matchen op onze
netwerkreceptie.

Tot binnenkort?

Mis dit inspiratievolle event
niet en schrijf je in:
[www.smarthubvlaamsbra-
bant.be/connects](http://www.smarthubvlaamsbrabant.be/connects)

SMART HUB



**VLAAMS-
BRABANT**

STELLA * ARTOIS®

DE BROUWERIJ
EEN BEZOEK WAARD!



Kom uit uw kot! Beleef en proef
de geheimen van onze bieren in
de Stella Artois brouwerij.

Individueel of in groep, een
bedrijfsevent, zowel doorheen
de week als in het weekend.

ONTDEK OOK MAISON LEFFE!



Meer info of reservatie:
www.brouwerijbezoeken.be

Bier met liefde gebrouwen, drink je met verstand

Buzzwords in marketing

Joeri Billast over Web3

Eigenaarschap herwinnen met Web3

Web3? Non-fungible tokens (NFT's)? Vlaams-Brabander Joeri Billast gidst je langs de nieuwe buzzwoorden in marketingland. Hij schrijft erover in 'het meest geweldige marketingboek aller tijden' van de vooraanstaande futurist Mark Schaefer.

BOEK

VAN DE MAAND



Wie is ... Joeri Billast

Functie: Oprichter en Web3 marketing-strateeg, on-demand en deeltijds CMO, podcasthost voor de podcast CMO Stories en auteur.

Opleiding: Master Business Engineer

Traject: Was enig tijd Plato-mentor voor Voka – KvK Vlaams-Brabant. In 2013 richtte hij EFFICADO op.

Misschien hoorde je al van Non-Fungible Tokens (NFT's) op ... het sportnieuws. Wielrenner Wout Van Aert veilde eind 2021 drie digitale kunstwerken die elk een mooie zege illustreerden.

"NFT's zijn digitale certificaten, gebaseerd op blockchain-technologie", zegt Joeri Billast, freelance marketeer en auteur. "Niemand kan ze eenzijdig wijzigen. En iedereen kan de historie van het token zien, zoals de eigenaars. NFT's zijn dus interessant: veilig, transparant en gedecentraliseerd."

Studio 100

Blockchain is nauw verbonden met het zogeheten Web3: "Web1 staat voor het prille internet. Je kon er louter informatie consumeren. Web2 maakte interactie mogelijk: blogs publiceren of posten op sociale media. Die fase heeft veel data naar giganten als Meta (Facebook) en Google doen vloeien. Daar draait Web3 om: opnieuw controle krijgen, het internet opnieuw betrouwbaar maken, van onderuit en decentraal aangedreven", aldus Billast.

Voor bedrijven zit de toegevoegde waarde dus in een herwonnen eigenaarschap van

data en informatiestromen. En nog meer, zegt Billast: "Zo'n NFT kan dienen als toegangsticket tot een event of een *community*. Ook eigendomsbewijzen van huizen kunnen veiliger en transparanter door er NFT's van te maken."

Moet mijn bedrijf nu op de kar springen? "De termen zijn nu nog te technisch, en dat schrikt het grote publiek af. Dat geeft de indruk van een ver-van-mijn-bed-show. Terwijl er echt veel toekomstmuziek in zit. Studio 100 biedt nu bijvoorbeeld digitale lidmaatschappen aan voor fans. Dat zijn eigenlijk NFT's. Alleen geven ze er een eenvoudigere naam aan. Goed gezien, zo creëer je een draagvlak voor innovatie. Er is ook het voordeel van de *early adopter*: wie eerst met e-mail- of contentmarketing begon, deed er het meeste voordeel mee. Zo is dat ook met Web3. Vroeg begonnen is half gewonnen. Wie nu start, neemt een voorsprong."

Enige Belg

Billast scoorde zelf alvast dankzij tokens: "Ik kocht er een van de vermaarde futurist en bestsellerauteur Mark Schaefer. Zo kon ik met hem in San Diego gaan lunchen. Van het een kwam het ander, en nu schrijf ik als enige Belg mee aan zijn nieuwe boek: 'The Most Amazing Marketing Book Ever'. Ik neem een hoofdstuk met 10 originele tips over Web3 voor mijn rekening."

'The Most Amazing Marketing Book Ever' verschijnt binnenkort ook in ons land. 35 marketingexperts van over de hele wereld bieden samen 350 originele ideeën aan, waaruit jouw bedrijf... de meest geweldige marketingstrategie ooit kan distilleren. <<

Op de hoogte blijven van het boek?

Scan de QR-code en zet je op de wachtlijst. Als bonus krijg je gratis toegang tot Joeri's exclusieve Web3 Foundations-cursus.



Vlaams-Brabant, venster op de wereld

5 redenen om Vliegende Starters: Ondernemen Zonder Grenzen niet te missen

EVENT VAN DE MAAND

Wil je met je onderneming de sprong naar het buitenland wagen? Of, omgekeerd, ben je benieuwd naar de impact van internationale ontwikkelingen op jouw activiteiten in Vlaanderen? Hou dan zeker halt op de UCLL-campus Proximus in Heverlee op 14 juni. Met Vliegende Starters: Ondernemen Zonder Grenzen kan je de hele wereld aan. En wel hierom:

1. Een goede voorbereiding vergroot je kansen op succes
Om te groeien, moet je marktaandeel veroveren. Door te internationaliseren of je kennis van internationale markten te vergroten, kan je je afzetmarkt doen groeien. Toch slagen veel bedrijven er niet in deze stap te zetten. Zo is bijvoorbeeld minder dan de helft van onze *scale-ups* internationaal actief, waardoor hun groei per definitie wordt gelimiteerd.

Ondernemen in of met een ander land voelt dan ook als helemaal opnieuw starten. Daarom is een goede verkenning goud waard, en is Vliegende Starters: Ondernemen Zonder Grenzen een prima investering van je tijd.



prof. dr. Jonathan Holslag (VUB)
(© Christophe De Muynck)

2. Je hebt meteen een totaaloverzicht van de internationale context

Van Brexit tot Green Deal, van oorlog in Oekraïne tot spanningen tussen de VS en China. Het zijn op zijn zachtst gezegd woelige geopolitieke tijden. Dat heeft een impact op de internationale handel – en in een regio als de onze dus onvermijdelijk ook op jouw bedrijf.

Hoe staan de zaken er nu precies voor? Wat betekent die onzekere context voor onze regio, onze economie? Voor je exportplannen? Niemand minder dan professor Jonathan Holslag (VUB) houdt de belangrijkste internationale ontwikkelingen tegen het licht en vertaalt ze naar nuttige inzichten voor jouw onderneming.



Danny Lein, CEO van Corelio

3. Je gaat naar huis met een schat aan relevante, waardevolle info

Al van Twipe Mobile Solutions gehoord? Deze dochteronderneming van mediabedrijf Corelio won vorig jaar de Vlaamse 'Leeuw van de export'-award. CEO Danny Lein deelt op Vliegende Starters het ontstaansverhaal van Twipe Mobile Solution, inclusief de groei tot tech scale-up die ook buiten de landsgrenzen gensters slaat. Informatie van onschatbare waarde voor elk bedrijf.



Daan De Wever, CEO van Dstny

4. Je wordt getraakteerd op topsprekers

... want naast Jonathan Holslag en Danny Lein staan er nog mooie namen op de affiche. Kom luisteren naar en kennismaken met CEO Daan De Wever van telecom-groeier Dstny en Mark Vandeveld, die het iconische sneakerlabel Komrads nieuw en duurzaam leven inblies. In de voetsporen van Mark of Daan volgen? Of de vragen op hen afvuren die je altijd al wilde stellen? Afkomen is de boodschap. Want er is ruim de tijd om met elke spreker in dialoog te gaan.



Greet Goegebuer en Mark Vandeveld
van Komrads

5. Je legt op één avond de basis voor een stevig netwerk

Ondernemen doe je nooit alleen. Zéker niet internationaal. Daarom leg je tijdens de netwerkreceptie meteen de contacten die van goudwaarde zijn om je plan op punt te stellen en in daden om te zetten. Je vult dus je agendaboekje, en dat is altijd een goede voorspeller van je orderboekje. «

EVENT JUNI

Vliegende starters

Ondernemen zonder grenzen

Om een antwoord te bieden op hoe globale gebeurtenissen jouw ondernemerschap kunnen beïnvloeden en hoe je daarmee moet omgaan, organiseert Voka – KvK Vlaams-Brabant het event Vliegende Starters.

Luister naar Prof. Dr. Holslag over de geopolitieke uitdagingen die onze samenleving en bedrijven beïnvloeden. Is internationalisering nog steeds de weg vooruit voor startende en groeiende bedrijven? Tijdens zijn keynote ontdek je het antwoord. Laat je vervolgens inspireren door de verhalen van de drie succesvolle ondernemers van Komrads, Dstny en Corelio.

Kortom, dit event is dé kans voor studenten, start-ups, scale-ups of groeiende bedrijven om succes te leren boeken in een turbulente wereld.

WANNEER?

► 14 juni 2023
17:00 – 21:00

WAAR?

► UCLL Campus Proximus
Geldenaaksebaan 335
3001 Leuven

SCHRIJF JE IN!





proximus
enterprise

Bij de shift naar thuiswerk en cloudcomputing komen nogal wat security-vragen kijken. Catherine De Saedeleer, Head of Smart Networks bij Proximus, vertelt hoe SASE hier een unieke rol in kan spelen. De integratie van netwerk- en veiligheidsfuncties in één dienst zorgt voor een verbetering van de algemene securityaanpak.

Secure Access Service Edge SASE zorgt voor consistentie in uw securitybeleid

In 2019 deed nog geen kwart van de Belgen minstens één dag per week aan telewerk. Sinds de coronacrisis is dat 40%. "We gebruiken clouddiensten, waarbij we connecteren vanop om het even welke locatie en met om het even welk toestel. Ook gevoelige bedrijfsdata bevinden zich zo niet langer in het datacenter, maar verspreid over uiteenlopende clouds. Dat vraagt om een andere benadering van het netwerk en uw beveiliging. Gelukkig bestaan er oplossingen om een eenduidig securitybeleid uit te rollen dat ook nog eens flexibel is", zegt Catherine.

Netwerk en security in één

Dat is precies wat 'SASE' doet, een term die Gartner in 2019 introduceerde en uiteenvalt in '**Secure Access**' en '**Service Edge**'. Het gaat met andere woorden om een veilige toegang tot bedrijfsapplicaties en data als een service geleverd waar de gebruiker zich ook bevindt.

"SASE is geen nieuwe technologie, maar een manier om anders naar uw netwerk en security te kijken. Het is een concept dat netwerk- en veiligheidsfuncties combineert, in een geïntegreerde approach. Het doel is om netwerkprestaties te verbeteren, de operationele complexiteit te verminderen en de beveiliging gevoelig te versterken."

SASE volgt uw netwerk

"SASE maakt gebruik van geïntegreerde cloud beveiligingsdiensten. De beveiliging volgt de architectuur van de onderneming. Diensten worden geleverd op het niveau van de gebruikers en de applicaties, niet louter in een centraal datacenter. Als er iets wijzigt in de netwerkomgeving, dan verandert ook de manier van beveiligen."

Veiliger en eenvoudiger

"SASE is een overzichtelijk ecosysteem waardoor u sneller problemen kan opsporen en uw strategie kan aanpassen. U bent niet langer enkel afhankelijk van het fysieke bedrijfsnetwerk, waardoor u de volledige controle behoudt. SASE gaat uit van een zero trust-aanpak, waar bij iedereen zich uitdrukkelijk moet verifiëren en alleen minimale toegangsrechten krijgt.

In de context van onder meer thuiswerk, het gebruik van cloudapplicaties en de opslag van data in diverse clouds, zorgt SASE dus voor **consistentie** in uw securitybeleid", besluit Catherine.

"SASE is geen nieuwe technologie, maar een manier om anders naar uw netwerk en security te kijken."

"U bent niet langer enkel afhankelijk van het fysieke bedrijfsnetwerk, waardoor u de volledige controle behoudt."

Catherine De Saedeleer,
Head of Smart Networks bij Proximus



SCAN EN LEES
HET VOLLEDIGE
ARTIKEL.

Meer weten over SASE?

Op de website van Proximus gaan experts Kristof Spriet en Wouter Vandenbusshe dieper in op SASE.

Suyin Aerts

Een andere kijk op het professionele leven

VOKA

NETWERKER

Creatieve generalisten zijn verbinders

Actrice. Professionele ballerina. Netwerker. Schrijver. Presentatrice. Journaliste. Ondernemer. Het lijkt wel alsof Suyin Aerts al zeven levens heeft geleid. Maar dat is wat je krijgt als iemand zich niet in één hokje laat stoppen en zelf een professioneel parcours uitstippelt. Die iemand is een creatieve generalist.



Suyin Aerts

Suyin Aerts leidt samen met haar levenspartner Dan Vandevoorde het bedrijf X-treme Creations, dé wereldwijde referentie voor op maat gemaakte opblaasbare creaties – in 2024 viert het bedrijf al zijn dertigjarige bestaan. Dat combineert ze met andere opdrachten, onder meer als host, interviewer en moderator. Een bewuste keuze: “We kennen allemaal mensen die van kindsbeen af één grote droom hebben en ervoor gaan. Die worden piloot, chirurg of ze groeien in één carrière verticaal door. Dat is zo’n beetje het courante beeld van hoe we als samenleving naar professionele groei kijken. Alleen, niet iedereen is zo”, zegt Suyin.

Mensen die niet samenvallen met één passie of niet één talent ontwikkelen voor de rest van hun leven, zijn misschien wel creatieve generalisten: “In het Nederlands een ietwat misleidende term, want het gaat heus niet alleen om mensen in creatieve beroepen. Het Engelse ‘multipotentialite’ dekt de lading beter. Het gaat om mensen die van passie naar passie gaan, zich daar vaak ook echt helemaal in kunnen gooien, maar na verloop van tijd een nieuwe uitdaging zoeken. Of verschillende uitdagingen combineren”, aldus Suyin.

De term is allesbehalve bedoeld als een etiket. En evenmin is het zo dat de hele mensheid is opgedeeld in specialisten of creatieve generalisten: “Ik schreef mijn boek vooral als persoonlijk verhaal, en om mensen te tonen dat er wel degelijk iets anders bestaat dan mensen van wie hun succes staat of valt met die ene allesverslindende passie.

Haar boek ‘Tijd voor de creatieve generalist!’ (Lannoo-Campus) raakt duidelijk een snaar, het is na amper een jaar al aan de derde druk toe. Je vindt er ook een pleidooi voor een goede mix van profielen in je team. Suyin: “Creatieve generalisten hebben vaak een holistische kijk op dingen, ze leggen verbanden die anderen niet leggen. En het zijn verbinders, die heb je meer en meer nodig. We leven in een wereld van netwerken.”



‘Tijd voor de creatieve generalist!’ van Suyin Aerts, uitgegeven door Lannoo.

Voka-netwerker van het jaar

Het lijkt inmiddels een eeuwigheid geleden dat Suyin door Voka tot netwerker van het jaar werd uitgeroepen. In 2016 was dat. Toch is het een vaardigheid die ze onderhoudt en ook nog steeds warm aanbeveelt: “Netwerken had en heeft misschien nog steeds een negatieve connotatie. Alsof je hogerop kan geraken zonder te werken, gewoon door connecties te hebben. Maar dat is niet waar het om draait. Het gaat om uitwisseling met mensen. Om contact te houden, en vooral ook mensen iets te gunnen. Netwerken is alert zijn voor opportuniteiten binnen je professionele kring, ook als daar niet meteen een voordeel voor jezelf uit voortvloeit.”

Wie is ... Suyin Aerts

Functie: Managing Partner en General Manager X-Treme Creations, Freelance Journalist/Presentatrice en Auteur
Opleiding: Postgraduaat Industrieel Ondernemingsbeleid, Master Marketing e.a.

Events & opleidingen

Een overzicht van komende events en opleidingen

Netwerken

23 MEI 2023

Jong Voka Stamgasten 2023

Inspirerende ondernemersverhalen op café, tussen pot en pint. Want straffe ideeën borrelen spontaan op. We maken kennis met de verhalen van twee stamgasten. Het aangename aan het nuttige koppelen dus!

Info en inschrijven via:



KICK-OFF 23 MEI 2023

Scouting 4.0 - Smart Logistics

Kijk binnen bij bedrijven als DHL, Duracell, Ziegler of Colruyt en ontdek hoe ze hun logistiek transformeren. AI, robotica, connectiviteit, data... Je ontdekt in dit lerende netwerk hoe ook jouw bedrijf die kan implementeren.

Info en inschrijven via:



25 MEI 2023

Ronde Tafel West-Brabant

Genieten van een heerlijke lunch in een informele setting en ondertussen netwerken met andere ondernemers uit de regio West-Brabant. Dat is het nuttige aan het aangename koppelen. Kom jij ook?

Info en inschrijven via:



9 — 10 JUNI 2023

Voka Fietst!

2-daagse in Alden-Biezen

Trek er samen met de andere Voka Fietst!-communityleden een weekend op uit in het schitterende Haspengouw voor twee dagen gevuld met sportieve uitdaging en culinair genot.

Info en inschrijven via:



13 JUNI 2023

(Im)pact voor de toekomst

Hoe kan je als bedrijf duurzame impact genereren? En hoe doen de deelnemers aan het Voka Charter Duurzaam Ondernemen (VCDO) dat? Dat ontdek je op drie manieren tijdens dit event in de unieke Hi! Site in Grimbergen.

Info en inschrijven via:



Scan deze QR-code voor een online overzicht van alle komende netwerkevents.



Trajecten en lerende netwerken

KICK-OFF: 24 MEI 2023

Mercurio Go International

Wil je met je bedrijf exporteren naar het buitenland? Ben je een ondernemer met weinig internationale ervaring en wil je starten met export? Heeft jouw onderneming nood aan een internationale strategie? Dan ben je bij Mercurio Go International aan het juiste adres.

Info en inschrijven via:



KICK-OFF 1 JUNI 2023

Energietransitie: ga de uitdaging aan

Dit lerende netwerk helpt je de complexe uitdagingen en kansen van de energietransitie te begrijpen en te verkennen. Je krijgt diepgaande inzichten, praktische tools en boeiende discussies voor organisaties waar energie een prioriteit is.

Info en inschrijven via:



KICK-OFF 8 JUNI 2023

Plato Sales & Marketing

Wil je jouw expertise als marketing/salesverantwoordelijke verdiepen en praktische tips krijgen van de andere deelnemers en experts? Dan is Voka Plato iets voor jou.

Info en inschrijven via:



Scan deze QR-code voor een online overzicht van alle komende trajecten en lerende netwerken.





Opleidingen

31 MEI 2023

Meet de CO₂-voetafdruk van jouw bedrijf

Ga zelf aan de slag: leer je CO₂-voetafdruk berekenen en stel een actieplan op om die te reduceren. Dat is niet alleen goed voor het klimaat, maar ook voor je onderneming!

Info en inschrijven via:



31 MEI 2023

Investeren in energiebesparing

Hier kom je te weten welke wijzigingen er zijn gebeurd aan de wetgeving vanaf 2023, welke categorieën van ondernemingen werden gecreëerd en welke verplichtingen hieraan verbonden zijn. En hoe werkt de premie na audit?

Info en inschrijven via:



1, 8, 14 EN 22 JUNI 2023

Boost je sales via LinkedIn

Voor ondernemers en bedrijven is LinkedIn een enorm waardevol platform. Maar wist je al dat LinkedIn ook jouw verkoop kan boosten?

Info en inschrijven via:



6, 13, 20 EN 27 JUNI 2023

Design Thinking & Innovation for Business

Design Thinking niets voor jou? *Think again!* De term lijkt misschien ver van je bed, maar eigenlijk gaat het om krachtige en praktische tools die je onderneming helpen innoveren. Welke die zijn en hoe je ze toepast, leer je in deze opleiding.

Info en inschrijven via:



8 EN 22 MEI, 8 EN 22 JUNI 2023

In balans: aan het werk met de arbeidsdeal

Hoe ver staat jouw bedrijf al met de implementatie van de arbeidsdeal? Leer hoe je die het best inzet, met focus op de kansen en mogelijkheden die deze deal kan bieden.

Info en inschrijven via:



12 SEPTEMBER 2023

Zakendoen met Duitsland

Kom tijdens deze webinar op korte tijd veel te weten over zakendoen met Duitsland.

Info en inschrijven via:



6 JUNI 2023

Duurzaamheid in jouw onderneming - Infosessie VCDO

Wil jij duurzaamheid implementeren in je bedrijf? Weet je niet goed hoe je hieraan moet beginnen? Met het Voka Charter Duurzaam Ondernemen (VCDO) maak je via een actieplan op maat werk van je bedrijf.

Info en inschrijven via:



2 JUNI 2023

Cybersecurity Roadshow Air Cargo Belgium

95% van de cyberaanvallen gaat via een werknemer. Kan jouw team wel cyberbedreigingen opsporen en voorkomen? Betreed de escape room op wielen en doe de test!

Info en inschrijven via:



Scan deze QR-code voor een online overzicht van alle komende opleidingen.



6 VRAGEN

6 ANTWOORDEN

Nils Van den Broeck van Védébé Studiebureau

Er zijn nog belangrijke dingen buiten werk.

Wie zijn nu de ondernemers die bij Voka – KvK Vlaams-Brabant aangesloten zijn en deelnemen aan de verschillende Plato-trajecten? Om dat te weten, vragen we hen naar hun persoonlijke visie, passie, carrière, interesses ... Uit 50 vragen selecteert de ondernemer er willekeurig een paar. Het resultaat? Een mooi beeld van de mens achter de ondernemer. Deze keer zetten we Nils Van den Broeck, zaakvoerder bij Védébé Studiebureau, in de kijker

Wat doet Védébé Studiebureau?

In het kort? Zorgen voor een goede afvoer van regen- en afvalwater. Dat doen we zowel op openbaar domein, bij de aanleg van nieuwe rioleeringen, als op privédomein. Dit is enorm belangrijk om de kwaliteit van onze waterlopen hoog te houden. Wij brengen alles voor de klant in kaart en zorgen ervoor dat de werken vervolgens vlot en correct verlopen. Daarna doen we nog een officiële keuring van private rioleringen zodat de klant zekerheid heeft.

Je neemt deel aan Algemeen management KMO, wat vind je ervan en wat wil je er verder uit halen?

Mijn doel is om een snel groeiend 'bedrijfje' in handen trachten te houden. Ik vind het zeer nuttig om ervaringen te delen met andere ondernemers die al wat verder staan en dus de groei al doorgemaakt hebben. Het belangrijkste voor mij is nieuwe mensen, ondernemers, te leren kennen en van hen te leren. De sessies die we volgen, zijn zeker een meerwaarde, maar die contacten zijn voor mij persoonlijk belangrijker.

Welke activiteiten helpen je om je hoofd leeg te maken?

Er zijn maar weinig dingen die me daarmee écht helpen. Vooral reizen zal mij echt volledig doen ontspannen. Dat mogen korte of langer durende reizen zijn, maar wel ver genoeg van huis. Als ik te dicht bij het werk ben, kan ik het niet loslaten.

Zijn er bepaalde lessen/inzichten die corona jou hebben gegeven, of waar hecht je na corona meer belang aan?

Het feit dat ik weer kan doen en laten wat ik wil. Opgesloten zit-

ten vind ik vreselijk. Ik geniet nu dus des te meer van de vrijheid die er terug is. Wat voor corona vanzelfsprekend was, apprecieer je nu veel meer. En vooral, alles niet vanzelfsprekend vinden.

Wat vind je van de stelling 'geen mails buiten werktijd'?

Als het gaat over je vakantie, ga ik er volledig mee akkoord. Voor de rest heb ik geen uit-knop voor het lezen van e-mails. De tijden zijn veranderd en men verwacht dat mails binnen enkele werkdagen worden beantwoord. Zeker binnen datgene wat wij doen, is dat cruciaal. 72 uur niet antwoorden op een mail en er valt al een herinnering in de elektronische brievenbus.

Welk doel wil je dit jaar zeker behalen? (professioneel en/of privé)

Op professioneel vlak zou ik zeggen een hogere omzet, zoals iedereen wel wil. Maar eigenlijk wil ik net meer rust en minder stress en jammer genoeg gaan die zaken meestal niet hand in hand. Op privévlak zou ik graag wat meer tijd willen maken voor mijn gezin en niet te veel werken. Er zijn nog belangrijke dingen in het leven buiten alleen maar werken. «



Interesse in Plato?
www.voka.be/vlaams-brabant/plato



Plato



VLAIO



Clem Vercammen



FRANCK MULLER
GENEVE

VANGUARD

ONZE ZWITSERSE HORLOGE MERKEN

BALMAIN - BELL&ROSS - BREITLING - CERTINA - FRANCK MULLER
LONGINES - OMEGA - ORIS - RADO - SEIKO - TAG HEUER

JUWELIER CLEM VERCAMMEN | BERGSTRAAT 151 . 2220 HEIST-OP-DEN-BERG
WWW.CLEMVERCAMMEN.BE | INFO@CLEMVERCAMMEN.BE

VOLG ONS OP FACEBOOK



BREITLING NAVITIMER B01 43



OMEGA SPEEDMASTER 57



BELL&ROSS BR05 GMT



TAG HEUER MONACO GULF



LONGINES ZULE TIME



RADO CAPTAIN COOK



ORIS AQUIS NEW YORK
HARBOR LIMITED EDITION

Ja, wij willen gewoon uw geld.

U leest het goed. We zijn een reclamebureau after all.
U weet wel, poenpakkers.

Maar eigenlijk zijn we gewoon een bedrijf in volle groei.
Een KMO die uw centen dus goed kan gebruiken, want
groeien kost geld en gaat gepaard met vele uitdagingen.

Wat in 2011 startte met drie man, een paardenkop en
een unieke focus op het maken van de beste internet-
reclame, is vandaag een toonaangevend full-service
bureau met meer dan 30 medewerkers. We kennen dus
iets van groei. En daar kan u van mee profiteren, want
we zijn minstens even ambitieus voor uw bedrijf.

Ja, wij willen dus uw geld, om u ook te doen groeien.

Met alles wat we in huis hebben. Van de grootste
bioscoop campagnes tot de kleinste internetbanners.
In functie van uw noden, ambities en budget. En als we
u laten groeien, dan groeien wij gewoon mee. Van een
win-win gesproken.

Wij, dat is AdSomeNoise. In Leuven aan de Vaartkom.
Wie u bent en wat uw groeiplannen zijn, komen we
graag te weten bij een kop koffie en een gezellige babbel.
Of stuur ons een mailtje via **groeien@adsomenoise.com**.

AD
SOME
NOISE