

De Vlerick Alumni zijn de serviceclub van de school

'De Vlerick Alumni zijn de ogen en de oren van Vlerick Leuven Gent Management School. Onze leden hebben de contacten in de financiële en business-wereld en zijn de ambassadeurs van de school. In essentie zijn we de serviceclub van de school. We organiseren activiteiten voor de alumni en houden het netwerk op gang.'

Aan het woord is Geert Van Coillie, algemeen directeur van de Vlerick Alumni, die sinds 1 mei de alumni-vereniging heeft verlaten om zelf ondernemer te worden.

Geert Van Coillie (1962) is licentiaat in de Romaanse Filologie en volgde in 1988 het Postuniversitair Programma Bedrijfsbeheer (PUB) aan de Vlerick School. Geert kwam terecht in de verkoop, niet iets wat je onmiddellijk verwacht van een romanist met specialisatie Italiaans. Hij werkte voor diverse bedrijven en verkocht niet alleen kopieerapparaten van Rank Xerox maar ook fotolabo's voor Fotronic, huishoudproducten voor Reckitt en zelfs kaas van de abdij in Maredsous. Begin 1997 rolde hij haast bij toeval in de stoel van algemeen directeur van de Vlerick Alumni. Eind april hield hij het voor bekeken en wil hij zelfstandig een nieuw communicatie- en adviesbureau uit de grond stampen. We laten Geert aan het woord op een vroege ochtend bij hem thuis in het lentegroen van Groenhovebos te Torhout over zijn tien jaar bij de Vlerick Alumni en zijn toekomstplannen.

Het begin

'Ik was al een aantal jaren actief in de provinciale werking West-Vlaanderen van de Vlerick Alumni. Onder impuls van Chris Depreeuw (ex Remi Claeys Aluminium, nu Oleon) hielp ik de regionale alumni events organiseren. Een van de initiatieven die we toen met een aantal alumni hebben gelanceerd was de PUB Buyers Club. Een soort gids waarin alumni hun eigen zaak konden promoten. Zo ben ik op de hoogte gebracht dat er plannen waren om de Vlerick Alumni uit te bouwen tot een echte alumnivereniging en over de functie van algemeen directeur. Zelf zocht ik een wat meer zelfstandige job. Na een aantal gesprekken ben ik er in gerold. Het netwerk werkte blijkbaar toen al. Vanaf dag één zijn we erin gevlogen. Er was eigenlijk niets: de vereniging telde 900 leden, er waren misschien twee activiteiten per jaar, er waren geen inkomsten en men wist niet eens hoe men mij op het einde van de maand zou betalen.'

'We zochten structurele sponsors die mee onze werking financieren. In het eerste jaar vonden we er vijf. We begonnen activiteiten te organiseren: de sportdag, de lente-activiteit, de lunch-causerieën waarbij we uit Gent weg trokken en Brussel als locatie kozen. Vaak kozen we voor gewaagde projecten maar we wilden als vereniging innoveren en iedereen wakker maken. Na één jaar verdubbelden we het aantal leden en konden we heel wat slapende leden reactiveren. We slaagden erin de diverse secties in de

alumni-werking op één platform naar buiten te brengen en onder dezelfde vlag van de Vlerick Alumni te laten rijden. De sleutel van het succes was de perfecte organisatie van al onze activiteiten. We hebben een heel kritisch publiek en alles moet perfect zijn: de uitnodigingen, de locatie, de catering, en zeker de gastspreker.'

'Vandaag telt onze vereniging 3.700 betalende leden. We realiseren een omzet van ongeveer 1,2 miljoen euro omzet en er zijn vijf medewerkers actief. We organiseren tientallen activiteiten per jaar, we zijn een klein bedrijf geworden en ik heb het steeds zo aangevoeld. De Vlerick Alumni was niet mijn job, maar mijn zaak. Het was mijn project. Ik was er dag en nacht mee bezig.'

De relatie met de school

'Er is natuurlijk geen alumnivereniging zonder de school. Er is een organische band. Voor de school zijn de alumni belangrijk want in alle audits voor het verkrijgen van certificaten en de rankings van bijvoorbeeld Financial Times, of The Economist wordt de alumnivereniging van naderbij bekeken. We komen daar steeds heel goed uit. Wij zijn eigenlijk de serviceclub van de school die activiteiten organiseert, een netwerk vormt en ondersteunt, en de afgestudeerden in contact brengt met de zakenwereld. Onze leden zijn de ambassadeurs van de school. Anderzijds, is voor de alumni de kwaliteit en de reputatie van de school ook enorm belangrijk want het succes van de school straalt af op de alumni. Wij volgen de school, bijvoorbeeld in de uitbreiding naar Leuven of de samenwerking met Sint-Petersburg. Maar het is niet omdat de school de wereldtop haalt, dat we als vereniging in een haverklap 10 procent meer leden hebben.'

'Na de perikelen rond onze gewezen voorzitter Jan Coene schreven de media dat de school de greep op de alumni heeft versterkt. De decaan Roland Van Dierdonck, voorzitter Louis Verbeke en professor Sophie Manigart zaten al in onze Raad van Bestuur. Maar wellicht heeft men ingezien dat de alumni belangrijker zijn voor de school dan gedacht. Daarom wordt nu veel beter

Geert Van Coillie: 'Ik laat aan mijn opvolgers een mature vereniging achter. In het begin waren we echte entrepreneurs en deden we veel vanuit de buik. We dachten en deden het. De voorbije jaren hebben we geïnvesteerd in structuur, procedures en overleg met onze stakeholders.'

samengewerkt en overlegd, bijvoorbeeld wat betreft de keuze van de genomineerden voor de Vlerick Award. De voorbije jaren is onze werking ook veel transparanter geworden en dat is voor alle stakeholders een goede zaak.'

Het netwerk

'Door het organiseren van onze activiteiten en door de diverse persoonlijke en zakelijke contacten tussen onze leden vormen we inderdaad een netwerk. 'Know who is sometimes better than know how.' Het Vlerick-netwerk komt soms negatief in de pers maar als vereniging kunnen we niet instaan voor de deontologie en de manier waarop onze leden zaken doen. We zijn een vereniging en geen orde of loge die de leden

op de vingers tikt wanneer bepaalde regels van fatsoen overtreden worden. Het doet soms pijn dat het Vlerick-netwerk meegesleurd wordt in de berichtgeving over een paar leden terwijl we 3.690 leden hebben die wel goed ondernemen, die wel toegevoegde waarde creëren maar veel minder de media halen. We hebben wel ons reglement aangepast en kunnen nu leden uitsluiten wanneer ze niet ethisch handelen. Maar het is niet aan ons om te oordelen want negatieve reacties komen vaak ook voort uit afgunst of jaloezie. Het belangrijkste is mijns inziens hoe een zakenman omgaat met succes, rijkdom en economische macht.'

'Natuurlijk kunnen we niet voorbij aan het hoofdstuk Jan Coene, onze gewezen voorzitter.

Ik heb jarenlang goed met Jan samengewerkt. We waren twee handen op een buik: Jan was de visionair, ik voerde het uit. We hadden een visie over de vereniging, we wilden vooruit. Zonder Jan was de Vlerick Alumni niet wat het vandaag is. Dat vergeten vandaag vele mensen. Maar uiteindelijk hebben we vastgesteld dat Jan het netwerk gebruikte voor eigen doeleinden. Hij speelde niet meer op de bal maar op de man. Jan was zwart of wit en dat was de reden waarom hij het als zakenman bracht tot topfuncties bij ABB, Picanol of Belgacom. Maar in het leven moet er meer zijn dan het hebben. Er is ook het zijn, het waarderen en respecteren... Je kunt een goed manager zijn, maar bovenal moet je ook een goed en dankbaar mens zijn.'



De hoogtepunten

'Eigenlijk kick ik op ieder evenement dat we organiseerden. Als verantwoordelijke moet je iedere keer attent blijven en op alle details letten. De voldoening zit in het aantal deelnemers dat je kan mobiliseren voor een activiteit, de tevredenheid van onze sponsors, de reacties van de leden. Maar het is iedere keer stressen voor een superieure kwaliteit en perfecte organisatie. Ons publiek heeft immers een nultolerantie voor fouten.'

'Hoogtepunten zijn er veel maar ik wil er toch twee vermelden. Vooreerst de Vlerick Award. We zijn gestart in 2001 en hebben een idee opgepikt dat al zes jaar bestond. We hebben de eerste editie in een recordtempo gerealiseerd en hadden 300 deelnemers. Nu zijn we toe aan onze zesde editie met bijna 1.000 exclusieve gasten in het Casino Kursaal van Oostende met daarop aansluitend het studentenbal. We hebben in vijf jaar een topevenement uit de grond gestampt dat qua uitstraling en organisatie gerust kan concurreren met uitreikingen als de 'Manager van het Jaar' (Trends) en de 'Onderneming van het Jaar' (Ernst&Young/De Tijd). Het is een echte Vlerick-happening geworden waarop onze alumni netwerken, onze sponsors hun beste klanten uitnodigen, de Belgische beslissingsnemers aanwezig zijn en onze studenten feesten tot een gat in de nacht.'

'Verder heb ik enorm veel voldoening gehad aan de lunchcauserieën in De Warande waar we vijf keer per jaar een spreker van topkwaliteit ontvangen. Ook de fameuze inleidingen van Hans Maertens zijn ondertussen een begrip geworden. De lunchcauserieën zijn een echt succes en worden nu gekopieerd door allerlei andere verenigingen. Ik denk vol voldoening terug aan de 25-ste editie van de lunchcauserieën met premier Guy Verhofstadt in het Egmontpaleis te Brussel. Voor mij wellicht hét kippenvelmoment van de voorbije 10 jaar.'

De toekomst voor de Vlerick Alumni

'Ik laat aan mijn opvolgers een mature vereniging achter. In het begin waren we echte entrepreneurs en deden we veel vanuit de buik. We dachten en deden het. De voorbije jaren hebben we geïnvesteerd in structuur, procedures en overleg met onze stakeholders. Zo hebben we een nieuwe Raad van Bestuur samengesteld met 23 leden (in plaats van vroeger 38) waarvan 17 leden uit de secties, 3 leden vanuit de school en 3 studenten. We hebben de discussies tussen de ego's en de persoonlijkheden achter ons kunnen laten en zijn geëvolueerd van een vriendenkring over een netwerk naar een professionele alumnivereniging van de Vlerick Leuven Gent Management School. Ik denk dat we daar fier kunnen over zijn.'

'In deze fase is Jean-Luc Deleersnyder de geknippede voorzitter. Hij heeft een andere stijl en kiest resoluut voor het overlegmodel. Hij hoort alle stakeholders en komt nadien tot besluiten. Het is belangrijk om de basis bij het gebeuren van onze alumnivereniging te betrekken en overleg te plegen met de secties. De secties zijn de software; wij als vereniging zijn de hardware die de strategie bepalen en uitvoeren, de lijnen uittrekken, de huisstijl ontwikkelen en bewaken, de eenheid bewaren en zoveel praktische zaken voor onze rekening nemen.'

Bij elke activiteit van de Vlerick

Alumni is het stressen voor een

superieure kwaliteit en perfecte

organisatie. Ons publiek heeft immers

een nultolerantie voor fouten.

'Goede raad aan mijn opvolger? De grote uitdaging is de internationalisering van de Vlerick Alumni. De School wordt steeds internationaler en dit ten goede van de school zelf, de professoren en vooral de studenten. Die trend is

onomkeerbaar en moet verder gestimuleerd worden. Maar dat betekent ook dat de alumni-vereniging zal moeten internationaliseren. De vraag is niet of maar hoe. Daarnaast hoop ik dat mijn opvolger en zijn of haar team alert blijft voor wat de alumni echt willen, wat de klanten precies vragen en zo de juiste activiteiten en diensten aanbieden. En verder droom ik er al jaren van om binnen de Vlerick Alumni kleine businessnetwerken op te zetten. Het zijn kleine groepen van 10 tot 15 alumni die bijvoorbeeld jonge afgestudeerden van de school helpen om eigen ondernemingen op te zetten. Zeven van de tien afgestudeerde alumni willen een eigen onderneming. Daarvoor moeten we netwerken opzetten, ondernemersdagen of start-up dagen organiseren. Daarvan droom ik al jaren... ik hoop dat mijn opvolger daarin zal slagen.'

De ondernemer

'De voorbije jaren was ik in feite al een beetje ondernemer. Maar de drive om echt op eigen benen te staan en ondernemer te worden, is de voorbije jaren alleen maar gegroeid. Ik ben groot gebracht in een ondernemersfamilie. Mijn eerste werkervaring was de verkoop. Ik heb trouwens enorm veel bijgeleerd bij Rank Xerox, een zeer resultaatgedreven bedrijf. Het heeft op me een zware stempel gedrukt want ik heb er leren



Geert Van Coillie: 'Ondernemen oh, het is de kick te ervaren dat de rechtstreekse klant God is en dat je als ondernemer alleen aan hem verantwoording moet afleggen.'

verkopen via een systematiek. Het is een proces van prospect tot klant dat bijna wiskundig in een formule te gieten is. Uit het aantal klantenbezoeken kon Rank Xerox opmaken hoeveel contracten er een maand later zouden gesloten worden. Want men wist hoeveel contacten uit de face to face gesprekken met prospecten voortkwamen, en hoeveel contracten uit de contacten. Die verkoopssystematiek en -dynamiek is mij altijd bijgebleven en heb ik ook goed kunnen gebruiken bij de Vlerick Alumni want ook daar verkopen we producten en diensten.'

'Ik heb het gevoel dat na een kleine 10 jaar mijn taak als algemeen directeur van de Vlerick Alumni voorbij is. We hebben het van nul opgebouwd tot wat het vandaag is. Het is aan mijn opvolger om de vereniging opnieuw naar een hoger niveau te brengen. Ik ben nu 44 en als ik als ondernemer nog iets wil realiseren, dan moet ik het nu doen. Tien jaar geleden was ik daar wellicht niet rijp voor want ik ben altijd al een beetje een laatbloeiër geweest. En ik maak bovendien graag vreemde of atypische keuzes in mijn carrière: een romanist die Vlerick gaat volgen, kiezen voor harde salesfuncties, de overstap naar de Vlerick Alumni, en nu het ondernemerschap. Maar ik wil een nieuw project, een nieuwe uitdaging en vooral ook weer verkopen van prospect tot klant. Oh, het is de kick te ervaren dat de rechtstreekse klant God is en dat je als ondernemer alleen aan hem verantwoording moet afleggen.'

Mijn bedrijf

'Het bedrijf dat ik aan het oprichten ben, zal bedrijven en organisaties helpen om op een meer effectieve en efficiëntere manier te communiceren met de klanten, medewerkers, aandeelhouders en andere stakeholders. Ik wil voor mijn klanten de communicatie geïntegreerd en professioneel aanpakken. En ik hoef vandaag niemand te overtuigen dat een positieve beeldvorming enorm belangrijk is, zelfs essentieel is voor ieder bedrijf of organisatie. We zullen daarbij systematisch te werk gaan en voor onze klanten de communicatie analyseren en daarbij strategisch advies geven. Vervolgens kunnen we het aanbevolen communicatieplan implementeren in print, online campagnes, in audiovisuele projecten en public relation management. 'Hoe je dergelijk project aanpakt in een eenmanszaak? Heel eenvoudig, ik zal anders werken dan de klassieke communicatiebureaus. Ik kies doelbewust voor een soort virtueel model waarbij ik per project een team samenstel met experts in de materie. Het zijn partners die werken volgens hetzelfde model en vooral met dezelfde ondernemingsfilosofie en klantgedrevenheid als mijzelf. Vandaag ben ik bezig met een netwerk van communicatie-experten rond mij te mobiliseren, niet in vast dienstverband maar inzetbaar per project waar en wanneer wij

de expertise nodig hebben. Door zo te werken vermijd ik zware vaste kosten die op het einde van de rit toch aan de klant moeten doorgerekend worden, kan ik de beste mensen op de projecten inzetten en kan ik alle technologische ontwikkelingen in de communicatie en media veel beter volgen.'

Ik ga niet voor budgetten maar voor projecten en wil afgerekend worden op de kwaliteit van de diensten, op het nakomen van de afspraken, op het bieden van meerwaarde.

'Ik ga onder mijn eigen naam de markt in en bouw verder op de ervaring en de knowhow van de voorbije jaren. Want ik wil voor mijn klanten de vertrouwenspersoon zijn die garant staat voor de klant. Ik ga niet voor budgetten maar voor projecten en wil afgerekend worden op de kwaliteit van de diensten, op het nakomen van de afspraken, op het bieden van meerwaarde.

Daarvoor zijn twee grondstoffen nodig: enerzijds creativiteit en originaliteit en anderzijds organisatie en planning. Beide grondstoffen zijn aanwezig en worden versterkt door het virtueel netwerk. Nu komt het er op aan in ieder project het beste van onszelf te geven en ons te bewijzen. Dat het concept zal werken, blijkt nu al want onze eerste projecten zijn binnen. We springen in de vijver en moeten zwemmen... maar we weten wel waar naar toe... naar klanten waar mee het klikt en waar we een persoonlijke band kunnen mee opbouwen om hun communicatie mee vorm te geven.'

Het gesprek met Geert raakt niet uitgepraat. Het wordt bijna middag en straks werkt hij verder aan de voorbereiding van het gala waarop de Vlerick Award 2006 wordt uitgereikt. Hij haalt anekdotes op over de voorbije 10 jaar, spreekt sibilijns over de moeilijke periodes die hij er meegemaakt heeft en blijft discreet over het reilen en zeilen van de alumni zelf. Hij droomt en ligt wakker van zijn onderneming en de nieuwe uitdaging die hij wil aanpakken. Vlerick heeft nog maar eens een nieuwe entrepreneur gemaakt.

Hans Maertens



Geert Van Coillie: 'Vandaag ben ik bezig met een netwerk van communicatie-experten rond mij te mobiliseren, niet in vast dienstverband maar inzetbaar per project.'