



Relatiedag Otis Nederland: nautisch evenement met De Zeilcompagnie

'Zakendoen is al serieus genoeg'

Bestaande relaties moet je koesteren. Otis Nederland realiseert zich dat, en ook dat het vooral nu geldt. De aandacht voor haar klanten culmineert bij de liftenfabrikant in een jaarlijks, eendaags nautisch evenement. Samen met De Zeilcompagnie de Friese meren op.

Otis, onderdeel van het internationale technologieconcern UTC, heeft een Nederlands, zelfstandig opererend hoofdkantoor in Amersfoort. Hun dienstenpakket is grofweg te verdelen in twee takken: nieuwbouw en service. Minstens een keer per jaar wil Otis voor de relaties die daaruit voortvloeien een event organiseren. Met een voorkeur voor een actief evenement.

Open voor alle klanten

Een nautisch evenement blijkt al enkele jaren precies aan te sluiten op de wensen van Otis. Ook dit jaar, op 10 september jongstleden, vulde De Zeilcompagnie het programma weer voor hen in. Hans Hoogerdijk, director communications bij Otis, blikt terug: "Dynamisch en positief. Dat zijn de twee woorden die me het meest blijven. Omdat er actief werd gezeild, had elke deelnemer een functie. Hij - of zij - speelde een rol, zeker wanneer het om een wedstrijd ging. ▶





En rond het varen was er veel te zien en te beleven; wie heeft er ooit live gezien hoe paling wordt gerookt? Het was goed georganiseerd, er stond wind en de zon scheen. Wat dat betreft klopte werkelijk alles.”

Het klantenbestand van Otis bestaat onder andere uit projectontwikkelaars en architecten, maar ook beheerders van onroerend goed, gemeenten of het hoofd van de technische dienst van een ziekenhuis. “We vinden het belangrijk hen beter te leren kennen”, licht Hoogerdijk toe. “Het is zinvol om in een andere omgeving, in een andere situatie contact te hebben. Het komt de relatie ten goede. Het zijn ook niet ieder jaar dezelfde klanten, we leren telkens veel nieuwe relaties beter kennen.”

Een beetje fun

De relatiedag is een vaste waarde bij Otis als het gaat om hun jaarlijkse evenementen. Daarnaast organiseren zij voor klanten ook regelmatig een infodag, een evenement met een totaal andere lading: presentaties van nieuwe producten met onder andere veel aandacht voor milieu en sustainability. “Otis is een merk dat staat voor innovatie, kwaliteit en klantgerichtheid, dat imago staat goed bekend. We zijn relatief groot, maar adverteren doen we in beperkte mate. Als je dat doet, werkt het alleen als het onderdeel uitmaakt van een grote campagne. Door zo’n relatiedag praten klanten met anderen over ons en dat is ook goed voor het imago. Zo kan het dus ook.”

De keuze voor de Friese meren is een bewuste, merkt Hoogerdijk ten slotte op. “In tegenstelling tot bijvoorbeeld het IJsselmeer is het in Friesland overzichtelijker en intiemer. En het is écht een andere omgeving. Niet zo gejaagd, een stapje terug in de tijd, zo voelt het bijna. Het is er landelijk, gezellig en gemoedelijk. Voor ons de ideale plek om relaties te ontvangen. Want zakendoen is al serieus genoeg. Een beetje fun erin kan helemaal geen kwaad. Sommige klanten moeten daar een stuk voor rijden, maar dat hebben ze er graag voor over.” ▶

Omdat er actief werd gezeild, had elke deelnemer een functie. Zeker toen het om een wedstrijd ging



Otis relatiedag 2009: nautisch evenement in Friesland

Otis' relatiedag bracht haar klanten naar het Friese Goïngaryp, vlakbij Joure. Vanuit alle hoeken van Nederland reisden zo'n 50 gasten naar het hoge noorden en melden zich bij restaurant De Klokkenstoel. Een prachtplek aan het water om koers te zetten naar de Goïngarypster Poelen en het Sneekermeer.

Na koffie, Friese Oranjekoek en het welkomstwoord werden de gasten ingescheept aan boord van authentieke zeilpramen voor een mooie tocht over de Friese meren. Zij die actief wilden meezeilen kregen een taak aan boord, anderen ervoeren het varen onder het genot van een drankje; daartoe boden de pramen alle comfort.

Rond lunchtijd meerden de schepen af bij een boerderij, midden in de natuur. Verrast keken de zeilers toe hoe een lokale palingvisser klaar stond om hen op vers gerookte paling te trakteren. Hoe er allerlei typische Friese proeverijen, kortom een hele lunch, op hen stond te wachten. En er was muziek; plaatselijke accordeonspelers, 'De Trekzakkers' genoemd, zorgden voor een extra vrolijke noot.

Toen was het tijd om echt te gaan zeilen. Er was geoefend en plezier gemaakt, nu een heuse zeilwedstrijd. Allereerst het palaver. De wedstrijdbespreking, in zeiltermen. Nadat iedereen geïnstrueerd was, startte de eerste manche. Mouwen werden opgestroopt, fokkentouwen strak getrokken en stuurmannen hielden de blik nauwgezet op water en tegenstander. Er moest immers gewonnen worden. Maar uiteraard alles met veel lol en in een sportieve sfeer. De zeilpramen waren zo geriefelijk dat wedstrijd en ontspanning hand in hand gingen.

Na een pauze, waarin een harinkje kon worden genuttigd, ging de strijd verder in de tweede manche. Daarna terug naar De Klokkenstoel. Met een glimlach, de haren in de war en rode konen van de inspanning en het heerlijk buiten zijn in het fraaie Friese land. Tijd voor een verdiend drankje. Uiteraard werd het winnende team in het zonnetje gezet, volgde er een uitgebreid dinerbuffet en werd er gelachen en nagepraat. Het leek wel alsof iedereen ineens verstand van zeilen had.

Meer weten over zeilen met de zaak? Over varen met relaties of een ander nautisch evenement? Kijk op www.dezeilcompagnie.nl voor meer informatie of bel: 020-716 26 64.

Een glimlach, de haren in de war en rode konen van de inspanning en het heerlijk buiten zijn in het fraaie Friese land

