

JAMES ARTHUR/BEL



**RONALD GOBERT**  
"We zien een enorme impact van de sponsoring van de wielerploeg Wanty-Gobert."



**KIM BEYNS**  
"We bereiken bijna 900.000 luisteraars met onze radiozenders."

---

---

## FRANSTALIGE WINNAAR IN DE **BEDRIJVENMARKT**

### *Ronald Gobert (Groupe Gobert)*

Ronald Gobert is al vijftien jaar de CEO van het familiebedrijf Groupe Gobert. Dat ontstond na de Tweede Wereldoorlog in het Henegouwse dorpje Thieusies en was aanvankelijk actief in de steenkoolhandel. Nu overkoepelt de groep vijf bedrijven in transport, bouwmaterialen, bouwkunde, waterbouwkunde en machineverhuur. Het bedrijf telt 350 werknemers. De omzet steeg gestaag van 90 miljoen euro in 2013 tot 125 miljoen euro in 2018. Het haalt 80 procent van dat bedrag in de bedrijvenmarkt, maar de groep is

van plan zich ook meer tot particulieren te richten.

Sinds 2014 sponsort Gobert samen met Wanty, een bedrijf gespecialiseerd in openbare werken en civiele bouwkunde, de wielerploeg Wanty-Gobert. De afgelopen drie jaar nam het team deel aan de Ronde van Frankrijk. "We zien een enorme impact ervan op onze sociale media", verklaart Ronald Gobert. "Sinds 2017 stijgt onze omzet in de maand juli (waarin de Ronde wordt gereden, *nvdv*) met 15 procent. We hebben geïnnoveerd door een businessclub op te richten, die vier à vijf keer per jaar samenkomt. Onze klanten worden uitgenodigd op evenementen van onze partners en af en toe op een koers waaraan Wanty-Gobert deelneemt."

## DE SELECTIE

De verkoop- en marketing-experts werden online genomineerd of gaven zichzelf op als kandidaat. Dat leidde tot vier longlists, die op 4 september werden teruggebracht tot evenveel shortlists met telkens drie kandidaten. Vanaf 19 september kon het publiek op [tsma.be](http://tsma.be) stemmen op hun favoriete kandidaat. Die online-

stemmen tellen mee voor 30 procent van de punten. De twaalf kandidaten gaven op 9 of 10 oktober ook een korte presentatie voor een jury. De juryleden beoordeelden in welke mate de kandidaten ambitieuze doelstellingen hebben geformuleerd in complexe situaties, zochten naar beste praktijken in sales- en marke-

tingprocessen en hielden ook rekening met de commerciële resultaten. Het oordeel van de jury telt mee voor 70 procent van de punten. Marleen Vassen, de CEO van de lingerieproducent Van de Velde, zat de jury voor b2c-bedrijven voor. Peter Vandekerckhove, tot voor kort de CEO van de Luxemburgse private bank

KBL, was de voorzitter van de b2b-jury. Behalve uit vertegenwoordigers van Trends, Trends-Tendances en Minds&More bestonden de twee jury's ook uit Rudy Moenaert, Philip Duyck, Koen Smalle, Gio Canini, Laurent Bouty, Philip Dedrijvere, Nathalie Erdmanis en Barbara Arnst.

---

---

## FRANSTALIGE WINNAAR IN DE **CONSUMENTENMARKT**

### *Kim Beyns (NGroup)*

Kim Beyns (43) is de operationeel directeur van de NGroup, het bedrijf boven Nostalgie, NRJ en Chérie FM, radiostations die bijzonder populair zijn in Franstalig België. Sinds anderhalf jaar is NGroup de marktleider in Wallonië en het Brussels Gewest. Met een gemiddeld marktaandeel van 16,2 procent tussen september 2018 en augustus 2019 stak de uitdager in de markt de radiozenders van de openbare omroep RTBF en de radiostations Bel RTL en Contact van RTL België de loef af. Het deed dat met een combinatie van muzikale nostalgie en positieve informatie. Dat goede resultaat komt niet alleen op het conto van Marc Vossen, de CEO van NGroup. Ook de creatieve durf van Kim Beyns bij het herpositioneren van de zenders speelde een heel belangrijke rol.

"We bereiken bijna 900.000 luisteraars met onze radiozenders", zegt Kim Beyns, die sinds 2012 aan de slag is bij NGroup. Daarvoor werkte hij tien jaar voor de reclameregie van RTL België. Hij haalde de marketingafdeling uit haar isolement en stofte het oubollige merk af door het te verjongen. Het richt zich nu tot mensen van 35 tot 54 jaar en straalt durf en vernieuwing uit. Het bedrijf deed daarvoor onder meer een beroep op het reclameagentschap Silver & Copper. Dat werkte enkele opgemerkte dynamische en humoristische campagnes uit, die in de prijzen vielen. Met de vernieuwde radiomerken kon Beyns ook meer adverteerders en media-agentschappen voor zich winnen. ©