**Witboek**



**Commissie Commerciële Betrekkingen**

Beste toekomstige CCB’ers,

Allereerst proost! Jullie gaan aankomend jaar ongelooflijk veel zuipen en ongelooflijk veel geld ophalen. Een belangrijke en uitdagende taak, want zonder jullie geen Goudkoorts, EW en mooie Almanak.

Een goed begin is een halve liter, daarom kan je het best dit boek doornemen met een goudgele rakker in je hand. Dit witboek is gebaseerd op onze eigen ervaringen in het afgelopen jaar en van de CCB’ers daarvoor. Mochten jullie nog vragen hebben, dan kun je ons altijd contacten!

Liefs,

Lustrum CCB 2019-2020

*“Hans betaalt de schade”*

Olivier Kok (+31 6 22899575)

Rutger Heiner (+31 6 28286678)

Suzanne Broeders (+31 6 37334213)

Ruben Teekens (+31 6 22398355)

Wouter Meeles (+31 6 41498687)

Tristan van der Mast (+31 6 42971179)

Flory van der Stuijt (+31 6 46318357)

**Inhoudsopgave**

1. De opstart
	1. Ledenbestand
	2. Acquisitietraining
	3. Activiteiten plannen
	4. Pipedrive
2. Begroting
	1. CCBegroting
	2. Persoonlijke begroting
	3. Contracten & Facturen
3. Contacteren van bedrijven
	1. Doel van je gesprek
	2. Je aanbod
	3. Bellen van bedrijven
	4. Bezoeken van bedrijven
	5. Follow-up proces
4. Activiteiten & Producten
5. Sectoren

**De opstart**

Om het target te halen en hier overheen te gaan, is structuur het meest belangrijke in je werk. Wees voornamelijk realistisch over wat je wel en niet kan op verschillende dagen, en plan momenten in dat je specifieke dingen gaat doen. Hieronder een aantal punten waar wij ons het afgelopen jaar mee bezig hebben gehouden.

*Dagstart*

Spreek af dat je een aantal dagen (niet brakke dagen bij voorkeur) begint met een vergadering waarin iedereen zijn voortgang bespreekt en de planning voor de komende dagen. Doe dit minimaal twee dagen in de week, in drukke tijden wellicht drie dagen. Geef elkaar feedback en verdeel de taken als de werkdruk voor bepaalde commissieleden hoger is dan voor anderen. Deze vergaderingen werken erg goed voor het houden van overzicht en iedereen komt zo op tijd. Goede dagen voor vergaderingen zijn maandag en donderdag, bijvoorbeeld om 10:00. De praeses begint even met een korte algemene update, vervolgens vertelt iedereen kort wat punten die ze hebben gedaan, wat ze komende dagen willen doen en waar ze nog tegenaan lopen. De praeses zorgt ervoor dat dit rammend efficiënt en effectief gebeurt. Ga niet al te veel in op details of knelpunten, anders duurt de vergadering te lang. Dit soort inhoudelijke zaken kan je beter bespreken op een ander moment, wanneer niet iedereen zich ermee hoeft te bemoeien.

*Ledenbestand*

Data is de laatste jaren steeds belangrijker geworden, ook voor de CCB! Bedrijven houden van concrete getallen en ideeën. Vaak willen ze ook weten welk aandeel van de leden bepaalde studies doen of in welk jaar ze zitten. Het bijhouden van een ledenbestand is hiervoor een goed mechanisme. Daarnaast maakt een ledenbestand het makkelijk om leden te benaderen, wanneer jullie een evenement organiseren voor een bepaalde groep studenten.

Het ledenbestand hebben wij in het lustrumjaar niet zoveel gebruikt omdat wij wat minder tijd hadden voor recruitment activiteiten. Het zal dit jaar wel weer van belang zijn aangezien heel veel bedrijven vragen naar exacte cijfers. Het is dus van belang dat jullie de gegevens van de leden verzamelen. Maak een enquête, waarin het volgende duidelijk wordt over de desbetreffende persoon:

* Studie;
* Voortgang (welk jaar);
* Bachelor of master;
* Voor degene die nog een bachelor doet, weet hij/zij al welke masterrichting hij/zij wil doen\*;

*Vul de enquête aan met andere dingen die jullie mogelijk interessant lijken en overleg met het bestuur over de manier waarop deze wordt gedeeld met de leden. Doe dit vroeg in het nieuwe Laurie-jaar!*

Wij hebben jullie al geholpen met de ledenlijsten van 2014 tot en met 2017. Vraag hier naar, zodat wij deze kunnen opsturen. Er zitten nog wel een aantal lege cellen in, dit omdat niet iedereen van Laurentius heel actief meer is na 3 jaar. Zonde, maar is logisch.

*\*) Jullie zullen merken dat veel recruitment activiteiten gericht zullen zijn op bedrijfskunde of economie studenten. Om een voorbeeld te noemen, Big 4 bedrijven horen graag welke richting binnen deze studies interesse wekken bij studenten.*

Dit is een taak die zo snel mogelijk uitgevoerd moet worden, liefst vanaf de zomer of er voor al zodat je deze data direct kan delen met bedrijven.

De kracht van Laurentius is dat wij veel verschillende studieachtergronden hebben. Wat misschien nog relevanter is voor bedrijven zijn de 4de en 5de jaars en welke master ze doen. Bel de leden op en stuur ze daarna een whatsapp zodat je direct de info krijgt. Dit is een enorme feutentaak maar zal je enorm helpen.

*Reünisten bestand*

Naast het ledenbestand is het reünistenbestand ook erg belangrijk. Wij hebben ons hier voornamelijk voor ingezet, omdat je via oud-leden (vooral voor een lustrum) veel meer gedaan krijgt. We hebben niet elk oud lid opgezocht, maar zijn per dispuut de leden afgegaan. Dit omdat echt elk oud lid op zoeken te veel werk is en je vaak ziet dat mensen die bij een dispuut hebben gezeten loyaler zijn richting de kroeg. Dit kan in een normaal jaar ook erg van waarde zijn, omdat het ook voor recruitment doeleinden altijd praktisch is om via een hoge pief die bij laurie heeft gezeten binnen te komen. Pas het reünisten bestand aan door iedereen op te zoeken op LinkedIn (ook leuk feutentaakje, maar prima voor een brakke dag). Wij hebben tijdens onze commissie periode gemerkt dat er een groot verschil zit in loyaliteit van onze reünisten ten opzichte van die van onze Kralingse concurrent. Het warm houden van reünisten is op lange termijn erg goed voor de kroeg, dus wij zouden het erg mooi vinden als jullie ons werk zouden kunnen voortzetten!

*Acquisitietraining*

Een ander belangrijk onderdeel van de start is een (of meerdere) acquisitietraining. Deze trainingen vormen de basis van jouw acquisitietijd!

Vorig jaar hebben wij acquisitietrainingen gekregen. Het is handig om te kijken of de kerel die dit elk jaar doet weer beschikbaar is. Anders zijn wij als oud-CCB zeker bereid om een middagje met jullie te gaan zitten, vooral Olivier Kok schijnt dit erg leuk te vinden. Je kan ook altijd een bedrijfje inschakelen die dit mogelijk leuk vindt om te doen, of iemand uit jullie eigen contacten uit het bedrijfsleven. Deze mensen zijn te herkennen aan dat ze zichzelf erg belangrijk vinden en vooral dat ze dat tegen iedereen zeggen. Niet te missen dus!

Om eerlijk te zijn zal Laurentius heel weinig trainingen voor je inplannen. Wij als oude CCB zullen jullie op de goede weg helpen en wij zullen kijken of er nog eventuele handige andere acquisitie trainers zijn.

*Activiteiten plannen*

Een tal van evenementen zal dit jaar gepland worden. Het is dan ook van belang deze alvast in jullie gezamenlijke agenda te zetten als “optie CCB activiteit”. Recruitmentactiviteiten bestaan uit:

* Inhousedagen
* Bedrijvendiner
* Bedrijfslunch

(Meer hierover onder het kopje ‘activiteiten’)

Waar rekening mee gehouden moet worden, zijn alle verschillende studies die leden doen. Er moet een jaarplanning gemaakt worden (kan je opvragen bij de Ab Actis) met de tentamenroosters van elke studie (vooral bedrijfskunde, economie en rechten van belang). Verder is het belangrijk dat je activiteiten vooral plant op maandag, dinsdag en donderdag. Op woensdag en vrijdag zijn leden (en jullie zelf natuurlijk) brak, en is de kans aanwezig dat er mensen niet komen opdagen.

Communiceer de datum van het evenement op tijd naar de andere fulltime commissies aangezien er veel van hen mee zullen gaan.

*Pipedrive*

Het laatste belangrijke punt wat de opstart betreft, is het gebruik van ons nieuwe CRM-systeem Pipedrive. In dit systeem kun je precies bijhouden in welk stadium jij zit met je deals, en kun je indelen wanneer je je volgende acties doet. Vraag hier naar bij je voorganger, die kan uitleggen hoe hij/zij Pipedrive gebruikte.

Uiteindelijk bleek Pipedrive voor ons niet heel geschikt, wel is het erg handig als je wil zien wat er vorig jaar is gedaan met bepaalde bedrijven. Daarom is het belangrijk om alles bij te houden in het systeem. Wij hebben het Pipedrive systeem geupdate en het is handig om dit te raadplegen voordat je een bedrijf gaat bellen. Zorg ook dat je consequent de contactgegevens invult van de recruiter, want dan heeft het jaar erna dit nummer ook.

**Begroting (van belang voor de Q)**

*CCBegroting*

Tijdens jullie beleidsweekend stellen jullie iemand aan als Q. Die houdt zich, naast alle normale CCB taken, bezig met de begroting. De begroting van CCB 2018-2019 kun je terugvinden in google drive. Onder het tabje “Kosten”, zet je de kosten die betrekking hebben op het gebruik maken van faciliteiten van Laurentius (dus printen, fusten kopen etc). Onder het tabje “activiteiten” staan alle kosten verbonden aan het organiseren van evenementen en de verkoop van bijvoorbeeld brasjasjes en pockies. Onder het tabje “tuning” kun je de voortgang van alle bedrijven waar je contact mee hebt gehad vinden. Het is belangrijk dat de rest van de commissie hun eigen voortgang doorgeeft aan de Q, zodat hij/zij dit in het bestand kan zetten. Ook noteert de Q de data wanneer een contract of factuur is verzonden. In ons jaar was Ruben onze geweldige quaestor, hij zal je kunnen helpen in het geval van vragen.

*Persoonlijke begroting*

De Q is tevens verantwoordelijk voor het bijhouden van de persoonlijke kosten. Deze kosten kunnen opgevraagd worden bij de Procurator Sociëteit. Echter zal hij/zij jullie hier ook af en toe op wijzen, omdat er het een en ander afgelost moet worden.

Het is handig om vanaf het begin van de fulltime periode een automaatje in te stellen waarmee het lunchen op de kroegcommissie-eten, zuipkosten op de CCB-pas etc. wordt betaald. Ook kun je hier de kosten van je pak op zetten. Wij hebben ervoor gekozen om een automaatje van 100-150 euro te hanteren omdat je vooral aan het begin erg veel kosten hebt. Om dit automaatje aan te vragen ga je ook langs bij de PS. Het voordeel van een automaatje is dat je geen (hoge) schuld meer hebt na het halve jaartje functioneren. Echter zullen de persoonlijke kosten alsnog eens in de zoveel tijd uitgezocht moeten worden. Maak een duidelijke afspraak betreffende het zuipen, en doe hiervoor niet te moeilijk over, mocht je er een keer niet uitkomen ;-).

*Contracten & Facturen*

Alle contracten die afgesloten worden door iemand van de CCB moet ondertekend worden door de FV en iemand anders van het bestuur. Indien er geen handtekening van de FV op het contract staat ben je persoonlijk aansprakelijk voor eventuele claims, dus let hier op! Daarnaast moet ieder origineel getekend contract in de map van de FV komen en ook in de contracten map op de server. Voor jullie eigen hardcopy contracten map maak je dus een kopie. Facturen houd je bij in de begroting onder het kopje “facturen”, waar je het factuurnummer zet en het e-mailadres van de desbetreffende persoon waar de factuur naartoe wordt gestuurd. Wees adequaat met taken als deze, een goede administratie is voor zowel de kroeg als je commissie zeer belangrijk!

**Social media (Ab-Actis)**

Degene die Ab-Actis van jullie wordt zal ook alle sociale media beheren. Maak altijd Facebook evenementen aan voor evenementen en promoot het via Instagram stories. Pas wel op met wat je plaatst aangezien bedrijven ook de pagina’s volgen. Doe daarom je best om voor je Instagram een balans te vinden tussen professioneel maar ook leuk om te volgen. Wij hebben bijvoorbeeld af en toe groepsfoto’s gepost van ons weekendje weg/kerst/etc. om een beetje een afwisseling te hebben tussen de posts met inhousedagen. Daarnaast probeerden wij ook stories te maken van leuke activiteiten die we samen deden, en op inhousedagen en zo zelf. Het is erg nice om te laten zien hoe mooi jullie tijd op de kroeg is. Dit is goed voor de reputatie van je commissie!

Facebook pagina: De Ab-Actis van bestuur moet toestemming geven.

Instagram: Gebruikersnaam = CCB@laurentius.nl Wachtwoord = 20182019

Linkedin: Gebruikersnaam = CCB@laurentius.nl Wachtwoord = 20182019

Het is daarnaast ook handig om een Social Media Beleidsplan op te stellen. Hierin kan je verwerken hoe frequent je iets plaatst voor bedrijven en hoe vaak je leuke foto’s van jezelf plaatst. Zorg dat je veel volgers krijgt op de Instagram pagina, hoe meer volgers hoe meer een post van een bedrijf op de instagram pagina waard is. Zorg dus ook dat je communiceert naar de CandidaatsCommissie dat elke feut voor kamp ook de CCB pagina volgt.

**Contacteren van bedrijven**

*Doel van je gesprek*

Voordat je een gesprek aangaat, zorg dan altijd dat je een doel voor ogen hebt. Een doel kan bijvoorbeeld het plannen van een face-to-face afspraak zijn. Het vaststellen van doelen zorgt ervoor dat je houvast hebt tijdens je gesprek.

*Je aanbod*

Voordat je bij bedrijven langsgaat is het uiteraard erg belangrijk dat je bepaalt wat je aanbod is. Zet dit in een mooie brochure die er strak uitziet, hiermee kom je extra professioneel over. Wij hadden eigenlijk het aanbod van het jaar voor ons overgenomen en slechts wat dingen aangepast maar het is goed om hier samen met Olivier nog eens een keer kritisch naar te kijken. Zo zijn bepaalde dingen waardevoller of minder waardevol en zijn er met de nieuwe website een heleboel nieuwe mogelijkheden. Let op dat bij het puntje: ‘Deze bedrijven gingen u voor’ niet het bedrijf aan wie je het laat lezen erbij staat.

Als gouden regel bij het verkoop van producten: **Probeer niet omlaag te gaan in prijs, maar geef altijd iets extra’s voor dezelfde prijs.** Kosten voor jou zijn veel lager, de waarde voor het bedrijf vaak veel hoger, en er gaat niets van het target af. Probeer ook exposure aan te bieden naast een activiteit.

*Het bellen van bedrijven*

Jullie hebben de eerste training hierover gehad. Het belangrijkste om hiervan te onthouden is het vragen stellen. Om bedrijven te laten zien waarom wij waardevol zijn, is het goed om te weten waar de bedrijven in kwestie aan toe zijn. Wat voor recruitment activiteiten doen ze? En op welke manier willen ze zich laten zien aan de maatschappij? Wat zijn de kernwaarden van een bedrijf? Hoe staat het bedrijf tegenover studenten? Veel van deze informatie is al bekend of is te vinden in Pipedrive of op een website. Wees goed voorbereid en laat in het gesprek blijken dat je goed bent geïnformeerd, maar stel wel vragen zodat je gesprekspartner veel aan het woord is. Wees niet bang voor een afwijzing (die zullen veel voorkomen!) en pak gelijk daarna weer de telefoon op voor het volgende gesprek. Het is een goed idee om op een dag een bepaald belmoment in te plannen. Zorg dat voor dit belmoment een lijst klaar staat van wie welke bedrijven gaat bellen, en welk deel van het proces het je deal zit. Het kan soms ongemakkelijk over vervelend zijn om te moeten bellen, vooral aan het begin. Maar als je goed voorbereid bent en een bepaalde hoeveelheid schijt hebt, zal je merken dat het steeds makkelijker gaat.

*Bezoeken aan bedrijven*

Een das is tegenwoordig nergens meer nodig maar zeker bij de corporates is een pak bij een afspraak wel de standaard. Nette kleding en een niet al te brak hoofd, wordt zeker op prijs gesteld. Stel net zoals bij het bellen van te voren een doel op voor tijdens het gesprek. Het doel kan hier bijvoorbeeld zijn om te een overeenstemming te komen om samen een inhousedag te organiseren. Begin altijd met een luchtig gesprek om vertrouwen te kweken en kom daarna op het zakelijke aan. Bij ons werkte het bijvoorbeeld goed om een iemand mee te nemen die over koetjes en kalfjes ging praten en de andere die het zakelijke oppakte. Ga bij voorkeur altijd met een commissiegenoot en wissel af in groepjes. Onze Flory moest eens alleen naar EY in Amstelveen en dat scheen erg awkward te zijn. Wees tijdens het gesprek lekker enthousiast en dan komt het helemaal goed!

Belangrijk is wel dat je naar een bedrijf gaat om er iets uit te halen. Soms vinden recruiters het heel gezellig dat je even komt buurten (ITDS), maar dit is enorme zonde van je tijd en je zit veel te reizen.

*Het follow-up proces*

Het is belangrijk om na een activiteit te evalueren met het bedrijf. Hiermee kan je problemen gelijk oppakken en zorg je ervoor dat je opvolger niet voor verrassingen komt te staan. Noteer daarnaast het hele proces in Pipedrive voor jezelf en voor je opvolger.

**Activiteiten / producten**

Hieronder staan de basisproducten die wij door het hele jaar heen hebben verkocht. Er zijn nog veel meer mogelijkheden en wees hier vooral creatief in. Check een nieuw idee wel altijd bij FV voordat je het voorstel verstuurt.

***Inhousedag***

€100 per aanwezige student.

Veel bedrijven zijn geïnteresseerd in een inhousedag. Zorg ervoor dat je het van te voren duidelijk hebt wat voor studenten er van Laurentius worden verwacht maar beloof hierin niet teveel. Het is niet realistisch om vijftien master studenten mee te nemen. Wij hielden aan dat bedrijven vijftien 3e jaars bachelor en master studenten mochten uitkiezen uit twintig cv’s. Bij inhousedagen zullen je persoonlijke contacten ook goed van pas komen. Leden vinden het over het algemeen erg leuk om mee te gaan, maar vaak worden ze pas bij een persoonlijk appje over de streep getrokken. Begin hiermee op tijd, want mensen zijn over het algemeen erg traag!

Tips:

* Verstuur alleen anonieme cv’s i.v.m. de privacywetgeving.
* Verstuur alle cv’s in PDF
* Neem flessen wijn mee voor de recruiters
* Check alle cv’s op gênante dingen.
* Maak een maand voor het evenement een facebook evenement aan.
* Laat alle fulltimers minimaal een maand van te voren de datum van het evenement weten.
* Hou rekening met laatste moment afzeggingen.
* Lever minimaal een week van te voren de cv’s aan het bedrijf aan.
* Check de datum bij de Ab-Actis.
* Lever een tekst aan voor in de weekmail over de inhousedag.
* Gebruik Instagram en Facebook zoveel mogelijk om het evenement te promoten.
* App je jaarclub/ dispuut / overige vrienden ver van te voren.
* Wees kritisch op het programma van het bedrijf. Het is voor niemand voordelig als een inhousedag te lang duurt. De perfecte inhousedag duurt drie uur met een daaropvolgende borrel. Vraag de oud CCB hoe de inhousedag van vorig jaar was en hoe die inhoudelijk verbeterd kan worden. Desbetreffende bedrijven vinden feedback ook erg waardevol.
* Helaas zijn veel inhousedagen samen met het RSC/RVSV. Zoek contact met hun FiCo, want die ga je nog vaak tegenkomen!

***Lunch & Diner***

€100 per aanwezige student per bedrijf.

Diners zijn op elke manier superieur aan inhousedagen. Zorg dat je aankomend jaar veel sectoren diners gaat organiseren, bijvoorbeeld een FMCG diner. Doe het diner niet op Laurentius, want dan wordt het alleen maar een zuipfestijn. Je kan bij Fjord Rotterdam een prima deal voor bedrijven diners sluiten en het is goed eten op een mooie locatie. De opzet van de activiteit is dat drie bedrijven langskomen en elk aan een aparte tafel worden neergezet. Elke gang wisselen de aanwezige studenten door. Het is een uitdaging om dergelijke diners te organiseren. Begin hier zeer vroeg aan. Planning en afstemming met de deelnemende bedrijven is erg belangrijk. Kom daarbij met goede redenen voor een bedrijf om diners met Laurentius te houden ten opzichte van bijvoorbeeld de ERD of andere activiteiten die vanuit de Universiteit zijn georganiseerd.

Tips:

* Voor cv’s en promotie geldt hetzelfde als bij een inhousedag.
* Doe het bij Fjord Rotterdam of kijk waar studieverenigingen het doen.

***Workshop***

€100 per aanwezige student (hoewel bedrijven hier vaak minder voor over hebben).

Dit kan op de kroeg of op locatie van het bedrijf.

Tips:

* Hier geldt hetzelfde als bij een lunch/diner en inhousedag.
* Check bij het bedrijf of de studenten zelf wat moeten meenemen.

***Direct e-mail*** (€850) / ***Facebook bericht*** (€350) / ***Instagram bericht*** (€350)

Het bericht wordt verspreid door de Ab-Actis. Lever ruim van te voren de tekst aan en hou het bij in de planning die met jullie wordt gedeeld door de nieuwe Ab-Actis. Let erop dat je niet meerdere berichten in dezelfde week verkoopt.

*Voorbeeld planning:*

**

Probeer deze producten altijd te verkopen na een evenement en ter promotie van de business courses. Kijk vooral bij consultants welke business courses zij hebben en wanneer ze de promo hier voor zouden doen. Ze hebben altijd enorm veel geld en als je er vroeg bij bent dan zijn ze altijd wel gewillig. Zet een strakke mail op met duidelijk het aantal leden en welke groep studies er zijn.

*Zorg ervoor dat je voor een gesprek deze data weet*:

Direct e-mail: 1100 mensen ontvangen de e-mail en gemiddeld openen 72% van de mensen het bericht.

Facebook bericht: 1900 leden in de groep. (Waarschijnlijk 2200 volgend jaar). 1100 mensen zagen het laatste gesponsorde bericht.

Instagram bericht: 1300 volgers. (Waarschijnlijk 1600 volgend jaar.)

De volgende producten zijn te gebruiken als extraatjes:

***Clippers***

€350 voor een jaar

€200 voor een halfjaar

Clippers worden vaak verkocht aan uitzendbureaus en kleinere partijen. Let erop dat de posters blijven hangen en vraag het bedrijf altijd om extra posters doordat de kans erg groot is dat de posters kapot gaan. Check daarnaast altijd het bestand met clippers en deuren voor de beschikbaarheid. Dit bestand wordt ook met jullie gedeeld door de nieuwe Ab-Actis. Clippers zijn van A3 formaat.

***Rooster advertentie***

€400 per advertentie

De advertentie bedraagt één pagina in het rooster. Vraag in september aan de nieuwe rooster commissie de uiterlijke datum dat een advertentie kan worden doorgegeven per uitgave. Contact met het rooster kan gezocht worden door een e-mail te versturen naar rooster@laurentius.nl (of natuurlijk gewoon iemand uit de roostercommissie te appen als ze hen kent).

***De vacaturebank***

€125 per kwartaal

In de vacaturebank op de website en in de app staan bijbanen en stages. Wij hebben zelf nooit echt een idee gehad wat de vacaturebank is dus zou hier niet al te veel focus op leggen.

***Advertenties in de app en op de website***

€250 per kwartaal

In de app en op de website kunnen ook berichten worden verkocht als advertenties. De FV kan de advertentie plaatsen.

**Sectoren**

In dit hoofdstuk zal de oud CCB per sector gaan uitleggen hoe zij het hebben gehad en wat de struikelblokken waren. Het is goed om elk commissielid verantwoordelijkheid te geven voor een sector. Mogelijk zal er op den duur overlap zijn of mensen die bedrijven uit andere sectoren gaan bellen. Dit is niet erg, maar zorg dat de verantwoordelijke per sector op de hoogte is van de deals zodat de administratie op orde blijft.

**MKB**

Gefeliciteerd met de gezelligste sector van allemaal! Bij MKB-bedrijven krijg je niet te maken met doorgewinterde recruiters, maar krijg je bij elk bedrijf een ander type persoon aan de lijn voor wie jij echt een verschil kan maken. De bedrijven zijn over het algemeen vrij onbekend en dat zorgt ervoor dat zij Laurentius echt nodig hebben om in aanraking te komen met studenten. In deze sector is alles mogelijk, en is de kans groot dat je meer bezig bent met sponsoring/samenwerkingen dan met inhousedagen. Samen met deze bedrijven ga je leuke dingen bedenken waar jullie beide waarde aan hebben! Hier haal je per bedrijf niet de grootste bedragen op, maar raakt je lijst aan bedrijven die je kunt contacten nooit op! Oftewel, meer deals en contracten op jouw naam. Omdat je hier oneindig veel bedrijven hebt kunnen jouw mede-CCB’ers bijspringen, als hun bedrijven op gegeven moment op zijn geraakt. Zoek in de MKB sector naar hidden gems, de kans is zeker aanwezig dat je op een nieuw bedrijf stuit met een onuitputtelijk sponsorbudget! Daarnaast zal er binnen deze sector veel ruimte zijn voor creatieve deals, dus denk out of the box!

**Pipedrive**Al het contact met bedrijven staat opgeslagen in Pipedrive. Mocht iets onduidelijk zijn, je mag mij altijd appen of bellen. Omdat het Lustrumjaar was is er in pipedrive misschien geen duidelijke verdeling meer, maar bespreek onderling anders nog even wat in welke sector gaat vallen. Daar mag je me ook altijd over appen/bellen.

**Bijbanenborrel:**

In pipedrive staat een pijplijn met “Bijbanenborrel”. In deze pijplijn staan verschillende bedrijven. Warme leads zijn bedrijven die afgelopen op de bijbanenborrel zijn geweest of die hebben aangeven graag bij de volgende editie van de bijbanenborrel te willen zijn. Met koude leads is vorig jaar geen contact geweest of hebben gezegd dat zij misschien de volgende editie mee willen doen. In de handleiding staan de benodigdheden en voorbeelden van informatie om te versturen via e-mail.

Belangrijk is om exposure naast de bijbanenborrel te verkopen.

De bijbanenborrel is niet door gedaan in het lustrumjaar. Je zou het eventueel nog een keer kunnen proberen maar de leads waren niet zo’n succes omdat een aantal bedrijven er heel bezopen bij stonden. Daarnaast hebben ook een aantal feuten tegen die bedrijven gezegd dat ze er verplicht moesten zijn, wat ook niet echt hielp. Mocht je weer een bijbanenborrel willen, kun je het best even de CCB van 2018-2019 contacten. Misschien een idee om het in een nieuw jasje te steken. De bijbanenborrel wordt normaliter gehouden als onderdeel van de CCBusinessweek, waarin vaak ook inhousedagen gepland staan en jullie een feest mogen geven. Bedenk op tijd hoe jullie deze week willen inrichten!

**Inhousedagen:**

*Greenberg Nielsen:*

Echt een legendarische inhousedag. Heerlijk zuipen op de Zuidas met Rick Westland. Rick reageert echt moeilijk laat alleen altijd.

*Topdesk:*

Topdesk is langzaam met reageren.

**Training:**

In de pijplijn met MKB staat een apart kopje voor de training met de benodigdheden en ervaring van het afgelopen jaar. Wij hebben er niet echt gebruik van gemaakt, maar omdat jullie weer een ‘normaal’ jaar draaien is het misschien voor jullie wel nog interessant!

**Tips:**

* Het belangrijkste in deze sector is om creatief te zijn en heel hard te beuken. Er zijn nog oneindig veel bedrijven in deze sector die je kan contacten. Pak die telefoon en de deals stromen binnen.
* Gebruik je vestje.
* Zorg dat je alles uit die 10% zuip korting haalt, zeg ook vaak genoeg tegen bestuur dat deze korting te laag is. Fokking soccie krijgt meer dan twee keer zo veel en die doen geen hol.

Maar het allerbelangrijkste: geniet vooral heel erg van je CCB tijd!

Liefs, Suus

**FINANCE**

Hé mooie baas! Commerciële knakker, jij hebt de mooiste sector van de hele commissie te pakken. Finance is een sector die veel mogelijkheden biedt omdat het heel breed is. Van grote banken, M&A kantoren, en de Big 4 tot verzekeraars, financiële dienstverleners en scale-ups. In dit stukje van het witboek ga ik mijn ervaringen in deze sector met jou delen.

**Events**

Van elke sector wordt verwacht dat er ongeveer 2 á 3 evenementen georganiseerd worden. Dit jaar hebben ik een evenement van vorig jaar opnieuw georganiseerd, namelijk de Finance dag bij Rembrandt Fusies en Overnames. Hier werken wij al meerdere jaren samen, en er werken ook meerdere lauries. Daarnaast organiseer ik dit jaar ook een inhousedag bij Beequip Equipment Finance en probeer ik Rabobank Rotterdam bij de Financedag te betrekken. *(edit 30/05; Rabobank heeft aangegeven na dit jaar niks meer met studentenverenigingen te willen doen)* Het is erg belangrijk dat je probeert succesvolle evenementen van vorig jaar te herhalen, aangezien dit relatief makkelijk is en je daarmee een groot deel van je target binnenhaalt. De verzekeraarsdag bij HDI Gerling is wegens weinig animo niet doorgegaan dit jaar, maar zeker de moeite waard om die op te bellen.

**Promotie**

Aangezien je maar een beperkt aantal events kunt organiseren, moet je uiteindelijk ook geld gaan ophalen met het verkopen van promotie. Promotie kun je op twee manieren aanbieden:

*Combinatie met evenement*

Als je een inhousedag, lunch of diner organiseert is het handig om deze te combineren met promotie. Vaak is de effectiefste manier om leden te bereiken het sturen van een direct mail ongeveer een maandje na de activiteit. Op deze manier worden de leden nog eens herinnerd aan het bedrijf.

*Los promotiepakket*

Voor sommige bedrijven is het ook interessant om een los promotiepakket af te nemen. Dit ga je niet hebben bij grote corporates als Deloitte, maar kleinere lokale bedrijven die hard groeien. Die bedrijven genieten nog niet van de naamsbekendheid die grote corporates hebben, en zijn op zoek naar leuke studenten uit Rotterdam. Je zou dan bijvoorbeeld offline promotie (e.g. verenigingsblad) kunnen combineren met een direct mail of een facebookpost.

**Algemene tips**

1. *Begin vroeg met contact leggen*. Je kunt niet vroeg genoeg beginnen, dus probeer in de eerste paar dagen van je CCB tijd gelijk alle eerste telefoontjes eruit te pompen. Bij sommige bedrijven duurt het hele proces van contact wat langer, dus dan is het handig als je vroeg begint.

2. *Lekker vaak bellen*. Als je iemand wilt bereiken, moet je vaak bellen. Ik ben dit jaar beste vrienden geworden met de receptioniste van HDI-Gerling omdat ik zo vaak belde en mijn contactpersoon niet opnam.

3. *Kijk ook buiten je sector*. Het kan zijn dat veel van je warme contacten weer een evenement willen organiseren, en je dus relatief snel klaar bent met finance. Ga dan ook op zoek naar leuke andere initiatieven (zoals bijvoorbeeld de CCB Pockies) die een centje opleveren

4. *Bel bedrijven die jou nodig hebben*. Grote kantoren als Van Lanschot genieten van genoeg naamsbekendheid, die hebben Laurentius niet nodig om mensen aan te trekken. Kijk meer naar kleine of jonge bedrijven die ons écht nodig hebben. Deze zijn sneller geneigd een samenwerking aan te gaan en halen er gewoonlijks ook meer uit

**FMCG**

Hallo daar CCBaas!

Lekker bezig, jij hebt gekozen voor een goede uitdaging en de meeste brede sector van allemaal te pakken. Zoals je hierboven kan zien is het een hele mond vol, en lijkt het heel veel maar het is te overzien. Ik zal per deelsector een korte toelichting geven, tips en een lijst met bedrijven (Meest geupdate lijst staat in de Pipedrive). Als het goed is ben je nu gevraagd en is het april/mei, dus dan kunnen we samen gaan bellen en afspraken gaan maken. We zullen alle bedrijven doornemen en kijken waar mogelijkheden voor aankomend jaar liggen!

*Korte toelichting*

Een hele mooie sector, alleen wel een van de meest lastige. Het lastige aan deze sector is dat deze bedrijven zelf al vaak groot genoeg zijn (naamsbekendheid etc.) dus zij hebben ons ‘niet echt nodig’ om studenten aan te leveren. Daarnaast zijn ze ook meer geïnteresseerd in grotere evenementen die vaak op de universiteit zijn (ERD, SMW, EBW). Tot slot hebben ze dus weinig budget voor het soort evenementen dat wij organiseren. Ik ben begonnen met het proberen op te zetten van het FMCG-diner, alleen merkte ik dat hier weinig animo voor was en heb ik half december alleen nog maar Friesland Campina die hebben bevestigd erbij te zijn.

### **Tips**

· Begin met het contacten van deze bedrijven begin mei. Zorg dat je dan rond juni al je afspraken hebt staan, want dat is de periode dat deze bedrijven de agenda en budget voor komend collegejaar bepalen.

· Raak niet teleurgesteld als bedrijven niet veel willen doen, want ze hebben het vaak gewoon niet heel erg nodig.

### **Bedrijven**

Lijst met bedrijven die ik heb benaderd, maar dit jaar helaas geen mogelijkheid zagen tot samenwerking

Þ P&G

Þ Coca-Cola

Þ Nespresso

Þ Colgate-Palmolive

Þ Vrumona (Via Heineken)

Þ Unilever

Þ Danone

Þ Jacobs Douwe Egberts

Þ Pepsico

Þ L’Oréal Paris

Þ Albert Heijn (Ahold)

Þ Kraft-Heinz

Þ Friesland Campina

Þ Rituals

Þ Heineken (altijd goed communiceren met het bestuur vanwege het contract dat wij met hen hebben)

In de Pipedrive heb ik alles helemaal bijgewerkt voor alle bedrijven, maar mocht je vragen hebben of even willen overleggen, mag je mij altijd bellen/appen/mailen.

##

## **SUPPLY CHAIN**

## **Korte toelichting**

Ik heb hier niet heel veel bedrijven benaderd, mede omdat ik mij eigenlijk hier achteraf niet heel erg op heb gefocust. Ik denk wel dat hier meer te halen valt dan ik eruit heb gehaald, omdat er veel studenten zijn die de SCM-master doen. Ook zijn er bijvoorbeeld veel bedrijven die zelf een inhousedag organiseren, en dan zouden wij eventueel het gat van de promotie kunnen opvangen. Dat ben ik nu aan het proberen met PostNL, die hebben 15 januari 2019 een inhousedag die wij misschien gaan promoten.

### **Tips**

· Probeer ook eerder bedrijven te vinden en te benaderen.

· Ga samen met iemand uit de CCB zitten om hier even beter naar te kijken welke bedrijven daadwerkelijk hiernaar opzoek zijn en benaderd kunnen worden.

### **Bedrijven**

Þ Coolblue

Þ PostNL

Þ Bol.com

## Haven

### **Korte toelichting**

Hier geldt hetzelfde als bij FMCG, er moet gewoon veel eerder contact worden gelegd. Ook is hier nog veel te winnen aan promotie, wat ik iets minder heb opgepakt. Ik heb dit jaar een inhousedag georganiseerd met Maersk, maar verder dus geen havenbedrijven weten te strikken.

### **Tips**

· Probeer ook eerder bedrijven te vinden en te benaderen.

· Probeer te kijken naar iets als een Havendiner of de ‘Havendagen’ waarin je kijkt hoe je een leuk programma kan maken, ik denk dat hier heel veel animo voor is (Vergeet niet op tijd te bellen).

### **Bedrijven**

Þ Maersk

Þ CMA-CGM

Þ Vopak

Þ Samskip

Þ Ampelmann

Þ Damen Shipyards

Þ MTBS

Þ Port of Rotterdam

**BUSINESS INTELLIGENCE**

### **Korte toelichting**

Dit zou je in de toekomst kunnen combineren met e-commerce bedrijven. In onze CCB-tijd zijn we erachter gekomen dat hier veel startups en scaleups zijn dus daar is vaak het geval dat die naamsbekendheid onder de studenten willen winnen.

### **Tips**

· Probeer ook eerder bedrijven te vinden en te benaderen.

· Gazelle lijst goed checken

Mocht je verder nog vragen hebben, mag je mij altijd bellen/appen, en dat we maar nog meer euro’s mogen gaan ophalen in 2019/2020.

Liefs Q

##

## **CONSULTANCY**

De consultancy sector heeft ongelooflijk veel schijt aan studentenvereniging en hebben een enorm strak recruitment beleid. Zodoende is het handig om je verwachtingen voor inhousedagen met McKinsey laag te leggen, want dit gaat gewoon niet gebeuren. Als je de consultancy sector hebt, kan je wel erg goed gaan oefenen met het maken van een strakke brochure en alle leden data in mooie grafieken neer te zetten, want hiernaar zullen ze altijd vragen in een gesprek.

### **Toelichting**

Zorg dat je alle grote strategy consulting kantoren bereikt in de zomer aangezien ze dan hun budget gaan verdelen. Zorg dat er voor de zomer een strakke mail staat met daarin een korte introductie en dan in bullet points de belangrijkste informatie over de vereniging in verwerkt.

Voor de data willen ze voornamelijk weten waar al onze master studenten zitten en welke studies ze doen. Om deze data te vergaren kan je een enquête eruit gooien naar alle leden of ze bellen en whatsappen. Je zou ook alle master groepen op facebook infiltreren en dan een lijst maken met wie in de mastergroepen zitten die je kent van Laurentius. Vooral econometrie, finance en data science masters vinden consultants erg interessant. Als je hier met absolute cijfers komt van de master studenten dan zullen ze wel gewillig zijn om de promotie te verkopen.

Probeer bij de consultants niet in te zetten op evenementen, behalve met EY Parthenon waar elk jaar een gezamenlijke inhousedag. Probeer voornamelijk de direct mailings en instagram posts eruit te krijgen.

### **Tips**

1. Begin met het contacten van deze bedrijven begin mei. Zorg dat je dan rond juni al je afspraken hebt staan, want dat is de periode dat deze bedrijven de agenda en budget voor komend collegejaar bepalen.

2. Zorg dat je vroeg een overzicht maakt van alle evenement die je wil organiseren. Zodat je weet hoeveel je kan verkopen. Meerdere inhousedagen van een sector in een maand worden niet aangeraden, maar een gecombineerd evenement kan bijvoorbeeld wel van de grond komen. Mits je hier van tevoren qua planning op gefocust hebt.

3. Bij consultants is het niet echt nodig om langs te gaan omdat de recruiters het vaak druk hebben. Ik ben een keer helemaal naar Roland Berger gegaan om alleen te horen dat ze misschien een direct mailing gaan doen, totaal nutteloos dit.

4. Bel altijd vroeg, de recruiters van deze bedrijven hebben meestal middagen prima volgeboekt. Bel dus het liefst rond 10 uur ‘s ochtends.

5. Raak niet teleurgesteld als bedrijven niet veel willen doen, want ze hebben het vaak gewoon niet heel erg nodig.

6. Benader de vrouw van de receptie met het grootste respect en zeg gewoon direct de naam van de recruiter die je hebt gevonden op LinkedIn.

7. Laat ‘t RSC/RVSV niet het contact onderhouden met de recruiter, neem het heft in eigen hand. Ze zijn lui en verpesten je kansen op game met grote bedrijven.

Met een strakke mail waarin duidelijk staat wie je kan leveren kan je dus aardig wat direct mailings verkopen. Een direct mailing kan je voor 850 verkopen. Aangezien bijna elke consultant wel een business course heeft kan dit best wel snel aantikken en het kost letterlijk geen werk.

### **Bedrijven**

Kijk maar even in de pipedrive, staan genoeg comments bij ook. Als je een vraag hebt, voel je vrij om te appen. Hopelijk ben ik niet te lui om je sowieso even door de bedrijven heen te spreken.

**RECHTEN EN ADVOCATUUR**

Legend! Jij bent de gelukkige die een van de moeilijkste sectoren heeft gekregen. Waar de sectoren Finance en Consultancy vaak zekerheidjes hebben met warme contacten, zijn recruiters in de rechten sector van een ander kaliber. Rotterdam Centrum is jouw thuisbasis, waar kantoren als Loyens&Loeff en Houthoff de grote spelers zijn. Een goed verhaal hebben voor deze recruiters én goed luisteren naar wat zij nou echt willen is van belang.

### **Toelichting**

Rotterdam, en daarmee Laurie, heeft dusdanig weinig rechtenstudenten waardoor bedrijven sneller geneigd zijn om zaken te doen met de JFR. Het belangrijkste in deze sector is dat je in ieder geval begint met bellen in mei/juni. Begin je later (dwz in september), dan kan je beter gelijk stoppen met deze sector, aangezien zij geen budget meer hebben. Mocht je nog niet zoveel ervaring hebben met sales, probeer dan eerst wat kleinere bedrijven te contacten (ik noem een HVG Law o.i.d.), om op deze manier jezelf alvast te trainen voor de grotere bedrijven die ik hierboven al noemde. Loyens is overigens altijd wel happerig voor een bedrijfsdiner/lunch, maar zorg dat je hier dusdanig op tijd mee bent, zodat zij niet terug zullen krabbelen.

Onthoud: **Mocht het niet lukken in deze sector, probeer zsm andere CCB’ers te helpen met de sector die zij hebben en/of nieuwe sectoren te ontdekken.**

In principe ben jij het persoon wat al de meeste bedrijven heeft gecontact in de beginperiode. Wat wij dit jaar bijvoorbeeld hebben gemerkt, is dat er veel potentie ligt bij de MKB/Scale-up sector. Je kunt dan daarbij helpen.

**Tips**

1. Probeer banden te leggen met het nieuwe bestuur en kijk of je een win-win situatie kan creëren. Je kan bijvoorbeeld een event organiseren waarbij, mits nodig, een aantal studenten van de JFR (en niet-Laurie) aanwezig zijn.
2. De recruiters binnen de rechten wereld zijn redelijk nuchter en trappen niet zo gauw in jouw poging iets te verkopen, luister daarom ontzettend goed naar wat zij nou écht willen. Maak desnoods een nieuwe afspraak de dag daarop, zodat je even tijd hebt om na te denken over een geschikt pakket.
3. Check **altijd,** voordat je een bedrijf gaat bellen, of er een oud-Laurentiaan werkzaam is.
4. Zorg dat je je dagelijkse activiteiten verdeeld over de week. Je kunt bijvoorbeeld de helft van de week (dus op je productieve dagen), de hele dag gaan bellen. Het klinkt misschien kut, maar gaandeweg heb je er veel profijt van.
5. Grotere bedrijven zijn vaak geïnteresseerd in een bedrijfslunch, mocht dit niet lukken, probeer dan zo snel mogelijk een aantal kleinere kantoren te regelen.
6. Laat ‘t RSC/RVSV niet het contact onderhouden met de recruiter, neem het heft in eigen hand. Ze zijn lui en verpesten je kansen op game met grote bedrijven.

**Bedrijven**

Staan zowel in Pipedrive als in Google Drive. Mocht je vragen hebben over een bepaald bedrijf, ben ik natuurlijk altijd bereikbaar!

**ACCOUNTANCY**

Hoi lieve CCBabe,

Leuk dat je in de grijze wereld van accounting je jezelf gaat onderdompelen. Lekker met je grijze pak en grijze das naar je grijze kantoor om de grijze werk te doen. Of toch niet, want accountancy is eigenlijk best wel leuk (of in ieder geval, dat willen ze je dan laten geloven). Kijk maar naar al die kantoren en de leden die daar werken, wordt er ten minste nog gepilst daar. Bij deze sector zal jij je vooral gaan focussen op de Big-4 kantoren. Dit zijn Deloitte, EY, PwC en KPMG. Met deze kantoren hebben wij de beste contacten en die hebben ook het meeste geld. Kleinere kantoren zijn moeilijker te bereiken omdat zij eigenlijk alleen accountancy master studenten willen. En heel raar hoor, maar die hebben wij bijna niet. Dus het is lastig om met hun iets te organiseren.

De recruiters van audit zijn vaak erg enthousiast en zijn gretig naar nieuwe vlees omdat het nu goed gaat met de economie en niemand audit wil doen. Dit zijn de recruiters van de Big-4 kantoren:

Deloitte:

Roos van der Schans (zal binnenkort een nieuwe functie krijgen binnen Deloitte maar opvolger is nog niet duidelijk wie)

+ 31 6 53 90 79 50

Roos is super leuk en Deloitte is altijd gewillig om een inhousedag te organiseren. Zeker met het lustrum zullen ze vast meer geld willen neerleggen voor andere activiteiten. Deloitte wil graag laten zien wat ze nog meer in huis hebben naast audit en hier kun jij natuurlijk voordeel uit halen, want op 1 inhousedag is bij alles een kijkje nemen natuurlijk best wel lastig.

EY:

Robyn Offerman

+ 31 6 55 44 25 36

Robyn was erg enthousiast over afgelopen jaar en wil binnenkort al met jou en je partner van rsc/rvsv zitten (hopelijk heb je geen Jenny). Bij rsc/rvsv hebben zij ook extra gedaan tijdens het lustrum dus wellicht kun je dit ook weer met Robyn bespreken maar dan voor Laurentius. Robyn is zelf oud lauri dus ze wil vast wel wat extra moneydoekoes richting ons gooien. Ook bij EY willen ze meer dan audit laten zien.

PwC:

Tara Bollebakker

+ 31 6 82 26 00 35

We hadden een inhousedag met rsc en lauri bij PwC vaststaan, maar doordat zij die week niet meer konden kon deze inhousedag helaas niet meer doorgaan. Best wel jammer want het contract en alles was al getekend. We konden met rsc geen andere datum meer vinden dat PwC ook kon doordat rsc lustrum had. Tara is wel enthousiast volgens mij dus deze zou ik zeker weer oppakken!

KPMG:

Yonca Simsek

+ 31 6 48 40 56 06

Yonca is een beetje een scary meid en toen ik haar vorig jaar in de zomer belde was ze niet helemaal tevreden met studentenverenigingen. Ze hoefde niet per se een inhousedag of diner want dat vond ze eigenlijk niet goed werken. Ze zei tegen mij dat ik haar met een offer kon bellen als ik wat nieuws kon bieden. Best wel lastig natuurlijk, maar dit jaar kan jij dat zeker met het lustrum! Want ook bij KPMG hebben ze veel nieuwe mensen nodig. Bedenk bijvoorbeeld een lustrum symposium of zo. Daar zullen ze wel geïnteresseerd in zijn.

Dit zullen de bedrijven zijn waar jij je vooral mee bezig zult houden. Als je vragen hebt over audit of je wilt gewoon chillen kan je me altijd bellen/appen!

Veel plezier bij deze fantastische tijd!

Ciao de B,

Anouk

***Werkacties eerstejaars***

De werkacties is een van de belangrijkste nieuwe geldbronnen die wij voor jullie hebben gecheft. De werkacties werden voorheen ingedeeld door de CC na de KMT. Wij hebben echter elk jaar gezien dat dit niet echt goed wordt nagevolgd door de CC, en dat de CCB elk uur mag bijrekenen bij het target. Je moet voorstellen dat 250 feuten \* 12 uur werken voor 12,50 bij Idora (€37,500). Veel geld dus wat nooit echt goed wordt afgehandeld.

**Afsluiting**

Nou nieuwe CCB, dit was het dan. Hopelijk maken er jullie net zo'n heerlijke tijd van als wij en halen jullie ondertussen nog duizenden euro’s op. Plan met elkaar mooie activiteiten in als je een target heb gehaald en zuip vooral heel veel in de Eend en de Sociëteit. Wij hebben er alle vertrouwen in dat jullie het geweldig gaan doen, en hebben nu al zin in de ouc-CCBorrel!!

Groetjesss

De oude CCB