



VOOR MEMBERS VAN DE ZIGGO DOME MEMBER CLUB ZIJN CONCERTEN NOOIT UITVERKOCHT

5 jaar *Ziggo Dome*

Ziggo Dome viert op 24 juni 2017 haar eerste lustrum. Ook de Ziggo Dome Member Club is op diezelfde dag jarig en viert haar vijfjarig bestaan. Manager David Kasten blikt terug en vertelt hoe de Member Club zich heeft ontwikkeld tot een businessnetwerk waarbij bijna 250 bedrijven zijn aangesloten.

David herinnert zich zijn start bij Ziggo Dome als de dag van gisteren. David: 'Ik kreeg de beschikking over een auto, laptop en mobiele telefoon en de opdracht om de 800 business seats van de Ziggo Dome Member Club te verkopen. Dat was natuurlijk een uitdaging. De eerste members waren Ziggo en Heineken, die als partners van Ziggo Dome recht hadden op een aantal memberships. Om ook de Ziggo Member Club op de kaart te zetten ben ik het land in

gegaan, in eerste instantie in Amsterdam Zuidoost. Daar zitten grote bedrijven met grote netwerken. De kunst was om daar binnen te komen en met het directielid dat over dit soort relatieactiviteiten gaat in gesprek te gaan. Daar heeft LinkedIn me goed bij geholpen. Ik belde gewoon en vroeg naar de desbetreffende beslisser. Als er door een secretaresse gevraagd werd: "Waar gaat het over?", dan noemde ik de naam van het betreffende directielid en zei: "Die weet waar het over gaat". Zo kwam ik in gesprek, waarbij ik toentertijd vrijwel altijd eerst moest uitleggen dat het niet om internetaansluitingen ging. Want dat was vaak de eerste reactie van mijn gesprekspartners aan de telefoon. De merknaam Ziggo werd als eerste daarmee in verband gebracht.'

**'Gegarandeerd meerdere keren per jaar
een topartiest op de Bühne'**

‘De bekendheid van Ziggo Dome kreeg onverwacht een boost toen de aannemer failliet ging’

ACHTTUURJOURNAAL

David Kasten: ‘De bekendheid van Ziggo Dome kreeg onverwacht een boost toen de aannemer failliet ging. Daardoor kwam de bouw wel stil te liggen, maar we werden plotseling in het Achtuurjournaal genoemd. Het was dezelfde aannemer, die ook de verbouwing van het Stedelijk Museum uitvoerde. Wij werden in één adem met het Stedelijk genoemd en dat heeft ons geholpen. Onze website werd direct na het journaal en de dagen daarna massaal bezocht. We wisten wel dat de opening op 11/11/11 niet haalbaar meer zou zijn, dat werd een half jaar later. In die tussentijd ging het werven van members stug door. Zo stuitte ik er op dat op de website van AZ alle leden van de business club keurig in een overzicht vermeld stonden. Daar heb ik dankbaar gebruik van gemaakt. In

de regio rondom Alkmaar leefde het bezoeken van popconcerten minder, omdat daarvoor altijd een behoorlijke reisafstand overbrugd moest worden. Dat bezwaar was nu weg en de animo onder overwegend Noord-Hollandse ondernemers groeide. Ook binnen ABA waren inmiddels de eerste spreekwoordelijke “schapen over de dam”. Langzaam maar zeker groeide, door een proactieve benadering, de Ziggo Dome Member Club.’

UITVERKOCHT

Dat het de eerste jaren: “zaaien, zaaien en nog eens zaaien” was, weet David Kasten als geen ander. ‘Het is prima gelukt. We tellen inmiddels bijna 250 bedrijven die member van onze club zijn. Alle 800 stoelen zijn min of meer “uitverkocht”. Op dit moment kijken we serieus naar uitbreidingsmogelijkheden. Het betekent overigens niet dat we geen werving meer doen en achterover leunen. Want er vallen ook wel eens members af. Onze benadering is nu echter meer reactief. Vaak worden wij gebeld door bedrijven die interesse in het membership hebben. Die nodigen wij uit en vaak





worden die member. Onze focus bij het werven van members is wel verschoven van de hardwarekant: De Ziggo Dome als poptempel, naar de softwarekant: De beleving. Die is heel uiteenlopend van topartiesten als Ed Sheeran en Adele, popbands als Simply Red en Kensington tot en met het optreden van Cirque du Soleil en de Lama's.'

BELEVING

Op de vraag wat het lidmaatschap van de Ziggo Dome Member Club aantrekkelijk maakt, heeft David Kasten een gepikt en gemazeld antwoord: 'Voor onze members zijn concerten nooit uitverkocht. Welke grote artiest er ook optreedt, members kunnen altijd terecht en genieten van een onvergetelijke muziekbeleving. Die begint al met VIP Parking, de entree over de paarse loper en gastvrije ontvangst op de Live Avenue. Hier kunnen

members en hun gasten naar hartenlust genieten van hapjes, drankjes, netwerken, rondlopen, dansen en verder alles wat bij een avondje uit hoort. Ook kan er vooraf in de Member Lounge stijlvol en heerlijk gedineerd worden. De show kan vanuit de business seats op de eerste ring gevolgd worden. Na afloop is er een afterparty en voor wie wil overnachten, is er op loopafstand een kamer te boeken in het muziekhotel Jaz Amsterdam. Onze ervaring is dat members die gasten op een bezoek aan de member club fêteren, deze relaties een onvergetelijk "avondje uit" bezorgen. In die zin zijn er duidelijke parallellen met ABA. In beide gevallen gaat het om beleving. Bij ABA om voetbal en/of concerten in de ArenA en bij ons om een zeer gevarieerd muziek- en entertainmentprogramma met gegarandeerd meerdere keren per jaar een topartiest op de bühne.'

DAVID KASTEN

David Kasten (34) trad op 1 juni 2010 bij de Amsterdam Music Dome Exploitatie B.V. in dienst. Onder die naam staat de Ziggo Dome ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. Anderhalve maand daarvoor werd de eerste paal geslagen. Daar was David toen ook bij. Die ochtend tekende hij zijn contract als Manager Member Club. Die middag was hij getuige van de start van de bouw, gevolgd door een receptie in de ABA-Lounge. David had tijdens zijn studie al uitgebreid kennis gemaakt met de Amsterdam ArenA. Hij was er zeven jaar steward en maakte in die hoedanigheid kennis met Danny Damman, toen commercieel directeur bij de ArenA en tegenwoordig commercieel directeur bij Ziggo Dome. Voordat David bij Ziggo Dome in dienst trad heeft hij 'sales' ervaring opgedaan in de radio- en televisiewereld.

