

## DOSSIER GENOMINEERDE



**Michel De Baer**  
**CEO, OMCollective bvba**  
BTW BE0829.745.720

*Organised by:*



*With the support of:*



## SOLLICITATIEDOSSIER

### PERSOONLIJKE OMSCHRIJVING

**Naam:** De Baer

**Voor naam:** Michel

**Functie:** CEO

**Maatschappij:** OMCollective bvba

**Adres:** Stationsplein 29C, 9100 Sint-Niklaas

**Telefoon:** 03 288 17 17

**Telefax:** 03 288 17 17

**GSM:** +32 484 75 25 25

**Website:** <https://www.omcollective.com/nl>

**Pers. e-mailadres:** michel@omcollective.com

**Geboortedatum:** 10/02/81

**Nationaliteit:** Belg

**Directie assistent(-e):** nathalie@omcollective.com

**Rechtstreekse lijn (tel):** 03 288 17 17

**LinkedIn Profiel:** <https://www.linkedin.com/company/omcollective/>

**Facebook Profiel:** <https://www.facebook.com/omcollective/>

## BEDRIJFSOMSCHRIJVING

**Activiteitssector:** Diensten

**Bedrijfsspecialisatie:** Digitale marketing

**Korte historische achtergrond van de onderneming:** Evolutie van de onderneming

Michel zijn eerste werkervaring dateert van 2004 (Katoen Natie), in 2005 werkte hij als Sales bij AV Studio en in 2007 maakte hij de overstap als Account Manager naar een net opgestart online marketing bureau in Gent. Hij heeft daar een 2-tal jaren gewerkt en in die tijdspanne gemerkt op welke manier medewerkers 'niet' gemotiveerd werden en met welke foute, aparte aanpak klanten benaderd en opgevolgd werden. Een visie waarin hij zich absoluut niet kon vinden en waarvan hij dacht: dit moet en kan beter. Vanuit die gedachte is OMCollective als eenmanszaak gestart in 2009.

**De naam**

Waar komt de naam 'OMCollective' vandaan? De naam staat voor Online Marketing Collective. Het OM gedeelte spreekt voor zich. Het collectief is ontstaan uit een groep van medewerkers, uit het online marketing agency waarvoor hij werkte, die wel hetzelfde gedachtengoed deelden om het anders en beter te doen. Die mensen heeft hij bij de oprichting van OMCollective als bedrijf heel vaak ingeschakeld als freelancer.

**De risico's**

De opstart van een eigen bedrijf betekent sowieso een financieel risico omdat je voor eigen rekening werkt. Online marketing stond in 2009/2010 bijlange nog niet in de positie waar het nu staat. Daarmee willen we zeggen dat bedrijfsleiders, marketingmedewerkers nog niet overal de nood aan online marketing zagen.

Met andere woorden, je biedt een dienst aan die op het eerste gezicht niet als een noodzaak werd ervaren. Op dat moment was het aanbieden van online marketing echt pionierswerk. Een ongelooflijke uitdaging dus!

Bovendien is het een dienst die uitgevoerd wordt door mensen. Michel is gestart als eenmanszaak, maar als snel is Pieter erbij gekomen (in oktober 2010). Daarnaast werkten ze met freelancers (Collectieve). Want vooraleer je collega's in vaste loondienst kan aannemen, moet je werk en projecten binnen halen die genoeg opbrengen om 1 fulltime equivalent te kunnen aannemen. Collega's die je aanwerft vooraleer je return hebt, dat betekent dat je eerst het geld moet spenderen vooraleer je hiervan de nodige inkomsten ontvangt en dat staat gelijk aan een financieel risico.

Bij de opstart moest Michel 'koud' prospecteren. Bovendien had hij in het eerste jaar zelfs nog geen website, geen referentiepunt dus. Het risico om niet au sérieux te worden genomen door potentiële klanten, was reëel. Je begint van 0, je hebt geen merknaambekendheid en moet alles opbouwen. Met andere woorden, je kan nog geen voordeel halen uit een netwerk. Dit bouw je met de jaren op door klanten binnen te halen, mond aan mond reclame van tevreden klanten, sprekerssessies, aan beurzen deel te nemen, aan branding te doen, etc.

Met andere woorden, door een referentie te worden in het landschap van online marketing. Maar dit vergt jaren inspanning, waarvan we nu merken, dat het allemaal de moeite loont.

**De uitdaging (bij de opstart en doorheen het bestaan van OMCollective)**

De goeie medewerkers vinden die geloven in ons online marketing verhaal en de aanpak. Uiteraard staan we nu, zoveel jaren later, met een pak bagage aan kennis en ervaring, verder. Maar de grootste uitdaging blijft, de juiste mensen vinden, het goed geoliede team samenstellen en ze ook behouden.

De belangrijkste markten waarop we ons richten Elke klant, contactpersoon, sector, bedrijfsgrootte, etc. vereist commercieel gezien een specifieke aanpak. De bedrijven en mensen waarop we ons richten zijn bedrijfsleiders/(Online) Marketing Managers/Marketing Directors/Partners die bereid zijn te investeren in een long term online marketingverhaal. OMCollective gaat een partnership aan. Het bedrijf en OMCollective denken mee bij de strategie, volgen dezelfde gedachtegang.

De grootte van het bedrijf doet er in se niet echt toe, ze moeten ambitie hebben, bereid zijn te willen groeien en daarvoor de nodige stappen, samen met ons, te ondernemen.

We doen niet aan 'hokjesdenken'. Een online marketing project heeft immers niet één of meerdere afzonderlijke diensten

nodig, maar wel een globale visie die van verschillende diensten gebruik maakt waar nodig. En die visie ontwikkelen we in functie van de doelstellingen van de klant.

**Omzet: 2018:** € 4.300.000

**Personeel:** 2018: 46

**Chief Executive Officer:** Michel De Baer

**Missie :** Eerlijke, transparante en resultaatgerichte digitale marketing bieden in een duurzame en leuke samenwerking met onze klanten.

**Visie** Het is onze ambitie om de beste digitale marketing partner van de lage landen te zijn voor onze klanten en werknemers.

**Waarden:** Onze waarden zijn:

- we zijn een (digitale) marketing partner voor onze klanten en denken proactief mee
- no nonsense (zowel in communicatie, stijl als aanpak)
- een expert (een referentie op de digitale marketing markt)
- resultaatgericht zijn en de beste kwaliteit leveren