

Ello Mobile is het enige telefoonbedrijf ter wereld dat zijn winst voor 100% aan goede doelen schenkt.

# Bellen voor het goede doel

Onlangs ben ik van gsm-operator veranderd. Niet omdat ik ontevreden was van de vorige. Wel omdat ik nu weet dat telkens wanneer ik bel, ik een goed doel steun. Zodat het geld dat ik aan telefoneren besteed, niet naar de aandeelhouders van een multinational gaat, maar naar mensen die het echt nodig hebben.

Mijn aandacht werd begin dit jaar getrokken door een advertentie in *MO magazine*. Onder de baseline «*Let your heart speak*» kreeg ik het aanbod om van gsm-operator te veranderen. Niet omdat ik er zelf voordeel uit zou halen, wel omdat het mij de kans bood om iets voor het milieu of voor hulpbehoevenden te doen. Want Ello Mobile belooft zijn volledige winst aan goede doelen te schenken. Alhoewel ik het meteen een schitterend idee vond, zat ik ook met een aantal concrete vragen. Die heb ik dan ook voorgelegd aan twee van de drie oprichters van Ello Mobile, namelijk **Luc Robijns** en **Onno Hesselink**. De derde vennoot Serge Van de Zande kon er niet bij zijn.

## Verloren moeite

**Van waar komt het idee om Ello Mobile te starten?**

**Luc Robijns:** «In 1993 hebben Serge Van de Zande, Onno en ik het communicatiebureau Luon opgestart. We hebben er altijd een punt van gemaakt dat we elk jaar een belangrijk deel van onze winst aan sociale projecten willen doorstorten. Dat hebben we consequent gedaan als er winst was. Dat



**Onno Hesselink** (links): «Ello Mobile is een uniek initiatief. Er zijn nog operatoren zoals Proximus die elk jaar een bedrag aan goede doelen schenken. Maar wij zijn het enige bedrijf dat zijn volledige winst wegschenkt.»

**Luc Robijns** (rechts): «Ello Mobile is prettig te consumeren. Je moet er geen extra inspanning voor doen en het is geld dat je sowieso al uitgeeft.»

## Cijfers

De winstdoelstelling van Ello Mobile bedraagt jaarlijks 8,1 miljoen euro. Om de winstobjectieven in te schatten, werd een eenvoudige reken-som gemaakt. België telt ruim 8,6 miljoen GSM-gebruikers. Ello Mobile wil in 2009 1,15% van die Belgische markt als klant hebben. Dat zijn 100.000 actieve gebruikers. Als Ello Mobile die doelstelling haalt, levert dat jaarlijks minimaal 8,1 miljoen Euro op die meteen inzetbaar is voor sociale en non-profitprojecten.

Ello Mobile startte op 14 juni 2006 en haalde in dat jaar een inkomen van 417.025 euro. Dat leverde een negatief winstsaldo op van 365.077 euro. Voor dit jaar rekent Ello Mobile op een bruto inkomen van 3.878.453 euro en een positief winstsaldo van 2.301.623 euro. In februari werd al een eerste bedrag van 10.000 euro aan de projecten overgemaakt. Alle cijfers zijn te vinden op [www.ello-mobile.be](http://www.ello-mobile.be).

ging naar projecten zoals Oxfam, Kom op tegen Kanker of het Sinterklaasfonds van De Standaard. Vier of vijf jaar geleden wilden we dat iets structureler aanpakken. Toen hebben we binnen Luon een afdeling opgericht onder de naam Luon Social Marketing. Dat was nog voor de term social marketing gebruikt werd in marketingmiddens. Het ging om één persoon binnen Luon die full time als opdracht had om klanten te vinden en te servicen binnen de social marketing, dus de ngo's, Oxfams of Plans van deze wereld. Twee jaar geleden hebben we dat grondig geëvalueerd en we kwamen tot de vaststelling dat het niet was geworden wat we ervan hadden verwacht. We merkten dat het heel moeilijk was om voor die non-profit organisaties te werken want die zitten wel heel sterk op hun branding te werken, maar ze staan heel zwak in DM en loyalty programma's, terwijl dat juist onze specialiteit is. Wij konden goed spreken over het belang van een goede database en het segmenteren en verzorgen van je donateurs, finaal werd dat toch van de kaart geveegd om eerder aan de positionering te werken. En dan staan de grote agencies in rij te wachten om

## key facts

- Ello Mobile is opgericht met als doel fondsen te verzamelen voor goede doelen.
- Ello Mobile maakt zijn volledige winst over aan een aantal non-profit projecten.
- De projecten worden in samenwerking met de Koning Boudewijn Stichting gekozen.
- Alles verloopt via de site.
- De klanten kiezen zelf welk project ze met hun gsm-rekening willen steunen.

dat voor geen geld te doen. Dat is uiteraard heel fijn en je kan dat alleen maar aanmoedigen. Het punt is dat wij dat te weinig tastbaar vonden.»

**Onno Hesselink:** «We hebben daar drie jaar keihard aan gewerkt, maar in die organisaties kom je meestal op een niveau binnen waar er maar weinig slagkracht is. Met als gevolg dat we met ons marketing-salesverhaal weinig konden realiseren buiten een folder hier en een affiche daar. Het was verloren moeite. Van daaruit is het idee ontstaan om zelf een project op te starten. We hebben verschillende ideeën besproken en zijn uiteindelijk op Ello Mobile uitgekomen.»

**Waarom hebben jullie specifiek voor een gsm-operator gekozen en niet voor een ander soort bedrijf?**

**Luc:** «Ten eerste omdat de winstmarges in die markt nog altijd erg groot zijn. Het is een heel lucratieve handel. Ten tweede is er een sterk groeipotentieel. Alhoewel vandaag meer dan 85 procent van de Belgische bevolking een gsm heeft, zit niet iedereen al aan het maximum van zijn verbruik. We zitten overigens nog maar in het begin van de mobiele toepassingen. Er wordt gebeld en er worden boodschapjes verstuurd, maar mobiele televisie en dataverkeer moeten zich nog ontwikkelen. Toch was één van de hoofdredenen dat deelnemen aan zo'n project heel gemakkelijk is. Mensen hebben sowieso een gsm nodig. Ze bellen dagelijks en betalen er nu al voor. Het is gemakkelijk, of liever prettig te consumeren, net zoals het Project Red van Bono, Live Aid of bij ons de O110 actie. Die hebben wij ook gesponsord. Je moet er geen extra inspanning voor doen, geen overschrijving maken of naar de bank gaan. En het is geld dat je sowieso al uitgeeft. Uit onderzoek blijkt dat mensen wel bereid zijn om geld te schenken aan goede doelen, maar wat ze missen, is de controle over waar dat naartoe gaat. Bij ons hebben ze daar controle over.»

**Onno:** «Ello Mobile is een volledig web-based model, waardoor we heel kostenefficiënt kunnen werken. Wij hadden al heel wat expertise op het webvlak, zodat het niet zo moeilijk was om een onderneming te starten die uitsluitend via het web werkt. We hebben weinig personeel nodig om te kunnen werken. En aangezien alles via de site loopt, werken we niet met winkelpunten, tussenverkopers, enz. om de winst te maximaliseren.»

## SAMENVATTING

Le 14 juin 2006, l'opérateur mobile Ello Mobile a été lancé par Luc Robijns, Onno Hesselink et Serge Van de Zande, les trois associés de l'entreprise de marketing Luon. Ello Mobile a pour mission de reverser tous ses bénéfices à des projets sans but lucratif. Ces projets, actuellement au nombre de 6 mais qui passeront bientôt à 12, sont choisis en concertation avec la Fondation Roi Baudouin. Les clients choisissent eux-mêmes le projet qu'ils souhaitent soutenir avec les bénéfices de leur compte GSM. Ello Mobile est une entreprise basée web ; tout s'opère via le site web [www.ello-mobile.be](http://www.ello-mobile.be).

### Marktconform

#### Hoe zit het bedrijf in elkaar?

**Luc:** «Ello Mobile is een MVNO, een mobile virtual network operator. We draaien op het netwerk van Base dat dus de infrastructuur verzorgt. Ello is eigenlijk een pure verkoop- en marketingorganisatie die bovenop Base draait. Als wij belminuten aan onze klanten verkopen, blijft er een zekere marge over van wat wij bij Base inkopen. Een deel van die marge gaat naar een tussenorganisatie, een MVNE, die de volledige back-office doet: facturatie, overdracht van nummers, produceren van kaarten, activeren van nummers, enz. Een ander deel van de marge gaat naar onze werkingskosten. We hebben een directeur die de contacten legt met de netwerkoperatoren en ervoor zorgt dat de volledige infrastructuur draait zoals het hoort. Het is dus een hele kleine structuur. Naast de directeur is er nog één persoon die binnen Luon de marketing van Ello verzorgt. Als dat allemaal betaald is, dan blijft er winst over, de winst voor belasting. En die gaat volledig naar non-profit projecten.»

#### Tot wie richt Ello zich?

**Onno:** «We zijn in juni 2006 gestart met een pre-paid aanbod voor particulieren. In oktober zijn we met abonnementen voor particulieren gestart. Technisch gezien is dat iets moeilijker. Op dit moment richten we ons dus hoofdzakelijk tot particulieren, maar we zijn nu volop een aanbod voor bedrijven aan het uitwerken. We merken dat er bij bepaalde bedrijven een grote bereidheid is om met ons te werken om hun good citizenship kant te verscherpen. Belangrijk is dat onze prijzen marktconform zijn. We zijn niet de goedkoopste op de markt zoals bijvoorbeeld Mobile1, maar zitten op hetzelfde prijsniveau als Mobistar of Proximus. We hebben ook een heel transparant en eenvoudig all-in tarief. Dat komt overal in België, dag en nacht, neer op 0,29 euro per belminuut en 0,12 euro per SMS, ongeacht naar welk netwerk je belt. Er zijn geen activeringskosten, switchkosten, abonnementskosten, enz.»

### Zelf kiezen

#### Welke projecten steunen jullie?

**Luc:** «Vandaag gaat het om zes non-profit projecten. Er zitten nu weer een paar projecten op tafel om goedgekeurd te worden. Die worden gekozen door

een onafhankelijke jury die wij samen met de Koning Boudewijn Stichting samenstellen. Dat wordt dus professioneel aangepakt. De projecten die wij ondersteunen, zijn erg verscheiden. Het gaat van de ondersteuning van bosbouwprojecten in België of Guinee-Bissau tot het helpen van straatkinderen in Latijns-Amerika, projecten van Plan in India.»

**Onno:** «Het unieke is dat de gebruikers zelf kunnen kiezen waar hun geld naartoe gaat. Als je lid wordt van Ello, moet je aangeven naar welke projecten de winst van jouw belbedrag gaat. Dat is dus heel persoonlijk en je kan het ook op elk moment weer veranderen. Alles gaat via de site.»

#### Hoe kiezen jullie die projecten?

**Onno:** «De eerste domeinen hebben we zelf gekozen omdat we snel van start wilden gaan. Met de Koning Boudewijn Stichting zijn we zes nieuwe projecten aan het bepalen om er in totaal twaalf te hebben. We merken dat er absoluut meer projecten voor armoedebestrijding in België bij moeten, want daar is veel vraag naar. Maar we willen er niet meer dan 12. Al de projecten zijn heel erg tastbaar. We proberen er voor te zorgen dat de mensen echt zien wat ze voor een klein bedrag kunnen realiseren. Bij Simon & Odil bijvoorbeeld volstaat 19 euro per week om het isolement van een langdurig ziek kind te doorbreken. En voor de Mobile School in Zuid-Amerika zoeken we 100 klanten zie elk 70 euro bij elkaar bellen. Dat is dus perfect mogelijk.»

#### Welke controle hebben jullie over die projecten?

**Luc:** «Alle organisaties die we steunen, zijn gekend. Wij financieren niet direct projecten, maar projecten van erkende NGO's die eigen controlemechanismen hebben. Verder is er een grote veiligheid ingebouwd via onze samenwerking met de Koning Boudewijn Stichting. Die helpt ons de projecten te selecteren en te screenen.»

### Omschakelen

#### Hoeveel klanten hebben jullie nu en is er al winst?

**Luc:** «We zitten nu iets onder de 3.000 gebruikers. Daarmee staan we iets achter op het schema en de cijfers omdat we wat vertraging hebben gehad met

### Meest innoverend businessproject

Ello Mobile heeft de Enterprize Business Planwedstrijd 2006 gewonnen in de categorie Projecten voor het meest innoverende businessproject van 2006. De wedstrijd Enterprize / Fonds Jonge Ondernemers wordt elk jaar georganiseerd met als doel de ondernemingsgeest te stimuleren, ondernemers te erkennen en te belonen. Het is een initiatief van Business Angels Connect van de Vlerick Leuven Gent Management School en van de Beurs voor Ondernemers.

het post-paid aanbod. We hopen dit jaar een inhaalbeweging te kunnen doen. We mikken tegen 2009 op één procent van de Belgische markt die nu ongeveer 10 miljoen gsm-abonnementen telt. Het is ambitieus maar haalbaar.»

**Onno:** «In het eerste half jaar dat we gestart zijn, hebben we gemerkt dat veel mensen zich in ons verhaal kunnen vinden, maar niet zo gemakkelijk kunnen switchen omdat ze gebonden zijn aan een abonnement. De drempel om over te stappen is toch nog vrij

«Bij een alternatieve manier van bellen past ook een alternatieve manier van marketing voeren.»

(Luc Robijns)

groot, wat trouwens onterecht is. Want je kan via onze site op één twee drie omschakelen. Op basis van de tussentijdse resultaten waren we in staat om in februari een eerste bedrag van 10.000 euro uit te betalen aan de zes projecten. Het bedrag dat elk project ontvangt, is gebaseerd op het aantal klanten dat z'n voorkeur voor een bepaald project heeft uitgedrukt.»

#### Hoe communiceren jullie?

**Onno:** «We werken op verschillende communicatiepaden. MSN is een grote structurele mediapartner waarmee we vorig jaar hebben gewerkt en we dit jaar verder gaan. We krijgen daar heel veel visibiliteit via bannering en messengers. Daarnaast sponsoren we dit jaar de Zamu Awards en het filmfestival Open Doek in april in Turnhout. We proberen zoveel mogelijk aan communicatie te doen via ruil en barterdeals want we hebben geen grote mediabudgetten. We zijn dan ook voortdurend op zoek naar mediapartners. We merken dat die in eerste instantie erg gecharmeerd zijn door ons project, maar als puntje bij paaltje komt, willen ze Proximus en Mobistar niet voor het hoofd stoten want dat zijn vaak hun grootste klanten. Ze willen het heel graag, maar ze kunnen het zich niet veroorloven. We plannen ook reclamecampagnes. Zo

**HIPPIES? WIJ?  
WE WILLEN NOCHTANS  
ZOVEEL MOGELIJK  
WINST MAKEN.**

Maar niet voor onze eigen zak natuurlijk. Want Ello Mobile is de enige mobiele-telefoonoperator die elke eurocent van zijn winst wegschenkt aan het goede doel. Zonder geitenwollen geblaas of filosofieer. Ons principe is poepsimpel: het geld dat jij bij elkaar belt en sms't, start Ello Mobile door naar 6 sociale projecten die je zelf kiest. Integraal. Wordt het niet stilaan tijd om over te stappen? Wees maar gerust: the times they are a-changing.

**Eerst zien en dan geloven?**  
Surf naar [www.ello-mobile.be](http://www.ello-mobile.be)  
Lees er wat jouw overstap in gang kan zetten en maak kans op een jaar lang gratis gsm met Ello Mobile!

**ello**  
MOBILE  
let your heart speak

## De Ello Mobile projecten

Ello Mobile wil initiatieven ondersteunen die een structurele maatschappelijke bijdrage leveren. Daarbij staan zes domeinen centraal:

- De levensomstandigheden van (kans)arme of getroffen bevolkingsgroepen in het Zuiden en in België verbeteren.
- Het overbruggen van de digitale kenniskloof & verantwoord gebruik van nieuwe digitale technologie.
- De vorming, politieke en sociale bewustmaking van jongeren en moeilijker te bereiken sociale groepen in Europa.
- De bescherming en het herstel van ecosystemen en het ecologisch en sociaal verantwoord ondernemen.
- De eigen bijdrage in klimaatbeheersing en het sociaal verantwoord consumeren.
- Het laten respecteren van mensenrechten in politiek kwetsbare regio's.

De zes actuele projecten zijn:

- Bescherming van de unieke regenwouden van Sumatra, een project van Natuurpunt en BirdLife.
- Isolement van zieke kinderen doorbreken, een project van Simon & Odil en vzw 4Kids.
- Duurzame toegang tot water en hygiëne in acht gemeenten van de Oostelijke Provincie in Guinee-Bissau, een project van Bevrijde Wereld i.s.m. Aprodol.
- De leefomstandigheden van Zuid-Amerikaanse straatkinderen verbeteren, een project van Mobile School vzw.
- Aankoop & beheer van 600 ha lokaal bos & heidenatuur in Averbode, een project van Natuurpunt.
- Preventieve familiale ondersteuning voor Indiase kinderen, een project van SOS Kinderdorpen/Children's Villages of India.

hebben we een deal met *MO* magazine waarvan we tien keer de back-cover krijgen. We willen ook iets op de radio doen.»

**Luc:** «Marketingwijs willen we Ello Mobile via merkambassadeurs aan de man brengen. De eerste die daarop is ingegaan, is de poolreiziger Dixie Dansercoer. Hij komt voor in advertenties en andere campagnes. Maar de marketing van zo'n project is voor een groot

stuk ook guerilla marketing. Bij een alternatieve manier van bellen past ook een alternatieve manier van marketing voeren vanwege de beperkte budgetten. Op de evenementen werven we zoveel mogelijk e-mail adressen om daar dan verder op te werken.»

### Doen jullie veel via e-mail?

**Luc:** «E-mail campagnes sturen we in eerste instantie naar mensen die zich op de site registreren.»

**Onno:** «We organiseren continue kleine wedstrijden via MSN en tijdens O110 hebben we ook een game georganiseerd om massaal aan e-mail werving te doen.»

**Luc:** «Je kan het publiek van mensen die geïnteresseerd zijn in mobiele technologie afdekken door e-mail adressen te kopen, maar we dekken die eigenlijk al omdat we op MSN juist in die rubriek aanwezig zijn. Dus in plaats van via e-mail bereiken we die al via online advertising. We hebben ook met Telenet gewerkt, maar nu die met Mobistar in zee zijn gegaan, kan dat niet meer. We hebben ook met Skynet gepraat. We moeten aan iedereen wel iets anders aanbieden, een stuk exclusiviteit, want je kan niet met hetzelfde verhaal naar al die portalen stappen.»

### Hoeveel besteden jullie aan communicatie?

**Luc:** «Heel weinig. Je vindt het allemaal op de site. Vorig jaar was dat 260.000 euro, voor dit en de volgende jaren trekken we er telkens ongeveer 500.000 euro voor uit.»

Na het interview heb ik me via de site [www.ello-mobile.be](http://www.ello-mobile.be) meteen aangemeld als nieuwe klant.

Mark Anthierens

# "HOE IK HET REGENWOUDE HELP BESCHERMEN BIJ 25° ONDER NUL?"

Dixie Dansercoer, poolreiziger

Gewoon door mijn gsm te gebruiken, van Nieuwpoort tot de Noordpool. Want ik ben bij Ello Mobile. De enige mobiele-telefoonoperator die al zijn winst wegchenkt voor het goede doel. Het principe is simpel. Met elk telefoontje en sms'je steun ik een sociaal of ecologisch project naar keuze. Zoals de bescherming van het tropische regenwoud op Sumatra. Mijn motto? Verbeter de wereld, begin bij je gsm.

**Doe zoals Dixie. Bel & sms de wereld een geweten. Surf naar [www.ello-mobile.be](http://www.ello-mobile.be)**

Switchen naar Ello Mobile is een koud kunstje. Je behoudt je gsm-nummer en geniet een optimaal comfort in binnen- en buitenland.



let your heart speak



Poolreiziger Dixie Dansercoer treedt op als ambassadeur van het merk.

## Delta Lloyd Bank als lichtbaken

Voor elke belegging 4 mogelijke scores. En de hoogste is voor jou.

Mijn bankier

**delta lloyd** BANK  
samen opbouwen

[www.deltalloydbank.be](http://www.deltalloydbank.be)

De strategische herpositionering van **Delta Lloyd Bank** die **AB** in de tweede helft van 2006 ingezet heeft, vertaalt zich meer en meer in concreet creatief werk. Dit voorjaar lopen een vijftal campagnes, die telkens een ander doelpubliek aanspreken.

Naar aanleiding van Batibouw positioneerde de bank zich niet als pure procentenaanbieder, maar als adviseur die zijn tijd neemt voor een optimale begeleiding en die een ruimer kader aanbiedt waarin de woonkredieten en -verzekeringen slechts een onderdeel zijn. Vandaar het beeld van de zandloper waarvan de korrels rustig een huisje opbouwen.

De campagne rond de papieren effecten sloeg een heel andere toon aan. De visual toont een opgerold effect dat zich heeft opgehangen op een desolate zolderkamer, klaarblijkelijk omdat het geen toekomst meer ziet (papieren effecten worden immers stilaan vervangen door effectenrekeningen).

De drie andere campagnes richten zich op beleggers. De vuurtorevisual met de 6% als lichtbaken mikt op een publiek dat deze uitzonderlijke kortetermijnopbrengst (6% in amper 3 maanden) verkiest. Wie op middellange termijn zorgeloos wil beleggen en op het einde van de rit 200 euro extra cadeau wil krijgen, gaat voor een beleggingsplan van Delta Lloyd Bank. Bij die campagne toont de visual een man in een hangmat, gevormd door een 200 eurobiljet. Zalig genieten van een flinke opbrengst. En klanten die nog langer kunnen wachten (5 of 10 jaar) vallen ongetwijfeld voor de campagne met de flipperkast waarin vier balletjes klaar liggen. Vier kansen om een geweldige score te behalen.

Beleg zorgeloos met mooie vooruitzichten en ontvang tot 200 euro extra.

Mijn bankier

**delta lloyd** BANK  
samen opbouwen

[www.deltalloydbank.be](http://www.deltalloydbank.be)