

# De smaak van de klant bepaalt de show

## Noes Fiolet en Deo Girdharie doen goede zaken met dans

**Op het podium staan is de droom van veel dansers. Maar niet iedereen droomt van een optreden in de plaatselijke schouwburg of van deelname aan een dansfestival in de buurt. Naast het theatercircuit bestaat een uitgebreid circuit waarin (semi)-professionals en amateurs goede zaken doen. Buikdanseressen verdienen geld in restaurants, breakdancers vertonen tegen betaling hun kunsten in clubs en discotheken, en showdansers verlevendigen bedrijfsfeesten en televisieprogramma's met ijzersterke presentaties. Dans zoomt in op het commerciële circuit. In aflevering 1: showdanschoreografen Deo Girdharie en Noes Fiolet over het reilen en zeilen van hun dansbedrijf.**

Chocolaatjes verkopen. Daarmee kun je het vak van showdanschoreograaf wel vergelijken volgens Deo Girdharie. Niet alleen je creativiteit stoppen in het maken van de lekkerste bonbons, maar ze daarna ook nog aan de man brengen, want met je handel blijven zitten is zonde. En net als in het vak van patissier geldt voor de showbizz: als je product niet in de smaak valt, verkoop je het niet. Dat is wat Noes Fiolet juist zo aanspreekt in deze branche. Als choreograaf word je gedwongen midden in het leven te staan, te reageren op wat de klant wil. Je krijgt namelijk gewoon 'een klap voor je muil' als je niet aan de verwachtingen voldoet.

De commerciële danssector is harde business. Om goede zaken te kunnen doen moet je als choreograaf en organisator in deze sector dan ook een vlotte babbel hebben, goed kunnen luisteren naar de wensen van de klant en creatief zijn in het vertalen van die wensen naar een show op maat.

### nauwelijks publiciteit

Hoe je dat aanpakt? Deo Girdharie van de Deo Dancers adviseert: organiseer een evenement alsof het je eigen feest is. Waarmee hij maar wil zeggen dat je heel perfectionistisch moet zijn. Een voorbeeld: een outfit voor een galafeest moet glitter en glamour uitstralen. Daar horen dus ook chique oorbellen bij. Girdharie selecteert voor een act op een galafeest daarom alleen danseressen met gaatjes in hun oren. Aan publiciteit doen Girdharie en Fiolet nauwelijks iets. Voor het binnenhalen van opdrachten is dat ook niet nodig. Hun jarenlange danscarrière en reputatie op het gebied van de evenementenorganisatie zijn nog steeds de beste reclame. Hoogstens attendeert Girdharie zijn bestaande klantenkring op evenementen in de buurt, zodat ze die kunnen bezoeken. Een tevreden klant is de katalysator van positieve van mond-tot-mond-reclame, wat weer leidt tot nieuwe opdrachten. Wel stoppen beiden veel tijd en energie in hun website, die ze zien als het visitekaartje van het bedrijf. Daarmee geven ze een eerste indruk van wie ze zijn. Fiolet heeft speciaal iemand aangetrokken die de website wekelijks voorziet van up-to-date informatie. Girdharie kan met zijn IT-achtergrond zelf zijn website onderhouden.

### potentiële klanten

Met potentiële klanten gaat Girdharie zorgvuldig om: hij nodigt ze eerst uit voor een kosteloos oriëntatiegesprek. Daarin probeert hij een beeld te krijgen van het bedrijf en van het aantal en de soort gasten. Daarna maakt hij een planning en stelt hij samen met de klant het budget vast. In een tweede fase werkt hij het plan zo gedetailleerd mogelijk uit en stelt aan de hand daarvan een offerte op. Deze offerte bespreekt hij weer met de klant. Tot slot maakt de organisator een gedetailleerd draaiboek, waarin hij van minuut tot minuut vastlegt wat er gedaan moet worden en door wie.

### gratis optreden

Soms moet er binnen een paar uur een optreden worden geregeld. Geen probleem, Girdharie staat er niet van te kijken. Maar voor niets gaat de zon op. De dansers, lessen, het eten en de studiohuur moeten immers worden betaald. Deo Business Events bepaalt de prijs door een bepaald percentage van de totale kosten van een evenement of optreden te rekenen. Niet alle opdrachtgevers willen overigens in klinkende munt betalen. Bij televisieomroepen hoef je geen honorarium te verwachten, ze verwachten dat je gratis optreedt. Zentijd is immers dure reclametijd waar vanzelf weer nieuwe opdrachten uitrollen. Zo luidt althans hun redenering. Girdharie tipt dat je nog wel kunt proberen een reiskostenvergoeding te bedingen, hoewel dat lang niet altijd zal lukken. Voor Girdharie betekent dat in zo'n geval dat hij de opdracht niet aanneemt.

### vette vissen

De vette vissen in deze branche zijn volgens Fiolet de optredens die regelmatig terugkomen. Ook al is het winstpercentage per optreden misschien klein, doordat een bedrijf of evenementenbureau je vaker boekt, heb je wel regelmatig inkomsten. Daarvan kun je weer een deel opzij zetten voor het doen van investeringen. Andere krenten in de pap zijn grote evenementen. De organisatie daarvan vergt wel veel tijd, maar loont de moeite.

### **een balans vinden**

Ondernemen is een balans vinden tussen risico's vermijden en met flair risico's nemen. De keuze tussen een opdracht aannemen of afslaan. Fiolet stelt zichzelf daarom bij iedere opdracht weer een aantal vragen. Kan ik waarmaken wat wordt gevraagd? Hoe ligt de verhouding tussen kosten en opbrengsten? Wat levert deze opdracht mij nu en/of in de toekomst op? Heeft deze opdracht een andere belangrijke meerwaarde waarom ik hem wil aannemen?

### **verkeerde bedoelingen**

De semi-professionele Deo Dancers zijn allemaal nog student en treden op bij wijze van bijbaan. Ze krijgen per optreden betaald. Bij Noes Fiolet ligt dat anders. In de school van Fiolet trainen professionals, semi-professionals en amateurs. De eerste twee groepen krijgen wel betaald voor een optreden, de laatste niet. De amateurs die hij soms selecteert voor optredens, zitten in selectieclasses en hebben de ambitie het dans- of showbizvak in te gaan. Om die reden betaalt hij ze niet voor optredens. Een optreden is voor hen een leerervaring en je zou amateurs met verkeerde bedoelingen aantrekken als je ze wel zou betalen. •

Zie voor informatie onder andere het Handboek voor podiumartiesten, Elmar 2002. ISBN 90-389-1222-6. Dit boek bevat veel praktische tips voor zowel amateurs, semi-profs als professionals. Naast zaken als de mentale en technische voorbereiding van een optreden vind je in dit boek informatie over zakelijke aspecten als het opstellen van contracten, auteursrechten, de fiscus en verzekeringen.

**Naam:** Deo Dancers en Deo Business Events

**Genre:** showdans

**Bedrijfsvorm:** eenmanszaak

**Zakelijke en artistieke leiding:** Deo Girdharie

**Beknopte biografie Deo Girdharie:** kreeg zijn danstraining bij Penny de Jager en richtte later de showgroep The Electric Popping Boys op. Girdharie was dance-captain van de Flying Dutch Dancers, onderdeel van het Holland Show Ballet. Hij richtte in 2001 de Deo Dancers op en daarna Deo Business Events. Girdharie heeft ook een parttime baan in de IT.

**Dansers:** Semi-professioneel. Vaste groep van 16 danseressen en één danser, van tussen de 18 en 23 jaar oud.

**Aantal optredens:** wisselt per periode, meestal twee optredens, soms meer. De maanden april tot en met december zijn hoogseizoen.

**Opdrachtgevers:** restaurants, discotheken en evenementenbureaus.

**Voorbeelden van opdrachten:** bedrijfsfeesten, openingen, personeelsfeesten, productpresentaties, dans-acts voor popartiesten en themadiners.

**Website:** [www.deo.nl](http://www.deo.nl)

**Naam:** NF Entertainment en NF management

**Genre:** showdans

**Bedrijfsvorm:** eenmanszaak

**Zakelijke en artistieke leiding:** Noes Fiolet. Voor publiciteit, financieel management en productie zijn medewerkers in dienst.

**Beknopte biografie Noes Fiolet:** Fiolet is geschoold aan de Rotterdamse Dansacademie, danste in gezelschappen in heel Europa, begon daarna een loopbaan als jazzdocent en choreograaf. Hij is sinds 1993 eigenaar en creatief directeur van de Noes Fiolet Studio's in Capelle aan den IJssel en Noes Fiolet Entertainment en sinds 2000 ook van Noes Fiolet Management.

**Dansers:** professioneel, semi-professioneel en amateurs. Geen vast aantal, per opdracht worden dansers geselecteerd.

**Aantal optredens:** wisselt per maand: soms een of twee optredens, soms meer.

**Opdrachtgever:** Optredens in opdracht van een evenementenbureau, maken dus geen directe afspraken met klanten.

**Voorbeelden van opdrachten:** openingen van gebouwen, productpresentaties, bedrijfsfeesten en shows in discotheken.

**Website:** [www.noesfiolet.nl](http://www.noesfiolet.nl)