



De zoektocht naar een geschikt communicatiebureau kan lastig zijn. Het is niet moeilijk om de weg kwijt te raken in het enorme aanbod van bureaus. Maar hoe weet je welk bureau past bij jouw organisatie en jouw opdracht? Een aantal tips:

ZORG VOOR EEN DUIDELIJKE BRIEFING

Wat is de achtergrond van de opdracht? Welk doel hebben jullie voor ogen? Welke taken en verantwoordelijkheden pakken jullie zelf op en wat verwacht je van het bureau? Hoe duidelijker de uitvraag, des te beter sluit het voorstel van een bureau aan op jouw vraagstuk. Je kunt hierbij goed gebruikmaken van de informatie uit deze medewerkersreis. Voeg hier je eigen kleur aan toe en het bureau hoeft niet vanaf scratch af aan te beginnen. Werkt een bureau niet met een debriefing, zorg er dan voor dat je zelf vaststelt of het bureau jouw vraag begrijpt.

TIP: Nodig meerdere bureaus uit (minimaal drie) om kennis te maken/te offreren. Zorg dat je gevoel krijgt bij de bureaus en wat zij kunnen leveren.

CREATIVITEIT

Een veel gestelde vraag aan bureaus is: "Geef mij een creatief concept". Een goed bureau zal jou vragen wat 'creativiteit' voor jou is. Bepaal daarom van tevoren waar creativiteit voor jou uit blijkt. Heb je dit op een rijtje? Dan is het een stuk eenvoudiger om het portfolio van een bureau te beoordelen en door te vragen naar de rol van het bureau.

TIP: vraag het bureau om (recente) voorbeelden te tonen die aansluiten bij jouw opdracht en/of de beoogde doelgroep. Ook niet onbelangrijk: vraag welke kosten er met een uitwerking (bij benadering) gemoeid is.

TARIEVEN

Prijsstelling staat ongetwijfeld ook op jouw lijstje als belangrijk criterium. Ook in de wereld van de creatieve bureaus geldt "alle waar is naar zijn geld". Alles kan mooier, spannender, grootser of juist simpeler en eenvoudiger. Stel daarom vooraf jouw budget vast en kies het bureau hier ook op uit.

ZORG ERVOOR DAT JE MET DE 'JUISTE' MENSEN OM TAFEL ZIT

Vraag je een offerte uit of schrijf je een pitch uit aan bureaus, dan krijg je vaak te maken met accountmanagers of eigenaren die het bureau of de pitch enthousiast aan jou verkopen. Het kan heel goed zijn dat je een goede klik hebt met deze mensen, maar dat je in de praktijk met andere medewerkers te maken krijgt. Ga je voor een langdurige samenwerking, zorg er dan voor dat je weet met wie je echt gaat samenwerken.

TIP: Heb je een bureau op het oog? Ga er dan eens een kop koffie drinken. Maak kennis en proef de sfeer. Passen de mensen en organisatie bij jou?

VRAAG NAAR DE WERKWIJZE VAN EEN BUREAU

Werkt het bureau met een projectprijs of rekenen zij af op uurbasis? Komen ze met één of meerder creatieve voorstellen? Hoe berekenen zij het vervolg: uitwerking en productie? Hoeveel tijd hebben ze nodig voor de

uitwerking (vraag naar de doorlooptijd)? Met hoeveel feedback ronden werken ze? En wat gebeurt er als jij je een keertje niet aan hun planning kunt houden. Brengen ze dat in rekening?

KAN HET BUREAU ALLE GEVRAAGDE DISCIPLINES LEVEREN?

Is de opdracht helder, dan is het vaak ook duidelijk wat die aan disciplines vraagt. Is het bureau in staat om de disciplines te leveren of moet jij zelf op zoek naar een goede tekstschrijver of fotograaf? Het komt de kwaliteit en snelheid van het werk niet ten goede als je zelf moet gaan schakelen met losse leveranciers. Zorg dus dat je een bureau kiest die ofwel de mensen in huis heeft, ofwel kan putten uit een netwerk.

Aandachtspunt: Het aantal mensen dat werkzaam is bij een bureau zegt vaak iets over de 'gelaagdheid' van de organisatie. Hebben ze een batterij aan strategen, accountmanagers en creative directors? Realiseer je dan dat ook zij betaald moeten worden. De kosten bij dergelijke bureaus liggen vaak een stuk hoger.

