

Een nieuwe kaart in het spel voor adverteerders

Adverteerders werken steeds meer met flexibele mensen of kleine bureaus. De ervaren reclamemakers Anneke Bos en Mijntje Cuijpers beginnen dan ook het bureau TUSSEN waarbij ze freelancers 'koppelen' aan adverteerders.

Jullie analyseerden de markt en dachten: dit is een goed moment om hiermee te beginnen?

Bos: 'Verschillende ontwikkelingen spelen hier een rol. Als eerste lopen er veel goede freelance-reclamemakers rond die overbodig werden bij de grote bureaus of die voor zichzelf willen werken. Plus adverteerders willen meer grip op het totale proces van marketingcommunicatie en dat betekent dat ze scherper op de kosten letten. Als derde is het businessmodel van een groot bureau lastig in deze flexibele tijden. Als je een grote klant krijgt, moet je mensen aannemen, maar als die klant na twee jaar een ander bureau kiest dan zit jij met die mensen.'

Kiest een adverteerder niet zo snel meer voor een groot bureau?

Cuijpers: 'Grote merken hebben vaak nog een traditioneel bureau voor hun massamedia, maar steeds meer adverteerders huren kleine bureautjes of mensen in voor specialistische opdrachten zoals een social-campagne. Het maakt werken voor de mensen op de communicatie-afdeling lastig. Iemand zal immers de regie moeten houden, zodat alle communicatie vanuit hetzelfde basisidee wordt ontwikkeld.'

Bos: 'Er wordt ook geëxperimenteerd met het zelf inhuren van creatieven bij adverteerders, maar dat is niet altijd makkelijk. De adverteerder heeft vaak niet de tijd en de ervaring om het beste uit deze creatieven te halen. Wij zeggen: zet ons daartussen, laat ons dat proces managen en plaats die makers tijdelijk bij zo'n klant. Wij kennen beide werelden goed en bovendien is het vrij risicoloos want we vormen een tijdelijk soort opklapbureau.'



Is dat goed voor de kwaliteit?

Bos: 'Ja, want je investeert als bedrijf puur in het werk. Op het idee van een hele goede strateeg en een sterke creatief kun je een jaar teren. Zo kun je ook perfect de kennis van de adverteerder over het product en de doelgroep koppelen aan de ingehuurde creativiteit.'

Hoe komen jullie aan goede freelancers?

Cuijpers: 'Door onze ervaring kennen we heel veel goede mensen. Daarnaast werken we samen met collectieven waar freelancers in verenigd zijn. Dat is één telefoontje.'

Bos: 'Vanaf onze lancering worden we benaderd door freelancers. Zij zijn blij met ons omdat zij de weg naar de adverteerder niet zo gemakkelijk vinden.'

Gaan jullie mensen tijdelijk bij een opdrachtgever aan de slag?

Cuijpers: 'Zeker, en dat kan op projectbasis goed werken. Je kan goed met elkaar schakelen want de kennis van die klant is cruciaal om puik werk te maken. Bovendien creëer je zo veel meer draagvlak. De tijd dat het creatieve team in isolatie een idee bedenkt is voorbij.'

Wat is jullie businessmodel?

Bos: 'In het businessmodel spelen wijzelf ook een belangrijke rol, we zijn geen makelaars, maar aannemers die een plan maken en daar de juiste mensen bij zoeken. Ook vragen we een fee voor de freelancers die deel uitmaken van het gelegenheidsteam.'