

VEA Checklist voor Pitches

Je wordt uitgenodigd voor een pitch, bijvoorbeeld met een telefoontje van een externe pitchbegeleider of door de potentiële opdrachtgever zelf.

Het eerste gesprek begint meestal zo: 'wij zijn op zoek naar een nieuw bureau en willen graag een afspraak maken om kennis te maken. Daarna gaan we met een paar bureaus verder om tot een uiteindelijke keuze te komen'.

Kortom: het spel is op de wagen.

Het is belangrijk om zo snel mogelijk een goed beeld te krijgen van de aard van de competitie en het speelveld. Het is ook belangrijk dat VEA bureaus zich, direct vanaf het eerste contact, onderscheiden met een professionele aanpak. De VEA heeft daarom naast een pitchcode een handige checklist opgesteld. Hierin staan de belangrijkste vragen, gerangschikt naar urgentie.

Een aantal zaken zijn belangrijk om te weten voor de besluitvorming om wel of niet mee te doen. Die kun je dus het beste direct bij de eerste uitnodiging stellen. Andere vragen zijn relevanter nadat je besloten hebt om op de uitnodiging in te gaan.

Kortom, deze checklist is bedoeld om bureaus te helpen om weloverwogen en succesvol te pitchen.

Vragen om direct te stellen	
1. Wat is de aanleiding voor deze pitch?	
2. Gaat het om een nieuwe strategie of worden er creatieve voorstellen gevraagd?	
3. Gaat het om een eenmalig project of een meerjarige relatie?	
4. Welke bureaus zijn uitgenodigd voor de pitch?	
5. Hoe ziet de planning er uit? (briefing, presentatie, besluitvorming)	
6. Is er sprake van een pitchvergoeding?	
Vragen die later gesteld kunnen worden	
7. Wat is de aard van het account? (scope of work/soort werkzaamheden en inschatting budget)	
8. Op basis van welke criteria wordt besloten over het winnende bureau en welke personen zijn betrokken bij de besluitvorming over het winnende bureau?	
9. Hoe gaat de mogelijke samenwerking na de pitch er uit zien; welke rol krijgt het winnende bureau en met welke bureaus zal worden samengewerkt?	
10. Wordt deze pitch openbaar gemaakt en hoe wordt de uitslag gecommuniceerd?	

VEA Pitchcode

5 uitgangspunten voor een
professionele pitch



Elke pitch is natuurlijk anders. Pitchen vraagt veel tijd, energie en geld van alle betrokkenen. Met deze code wil de VEA de best mogelijke omstandigheden creëren voor zowel bureaus als opdrachtgevers. Het geeft marketeers richtlijnen voor een professionele aanpak van de pitch en het helpt bureaus om een zakelijke afweging te maken tussen kosten en de kans op succes.

1 Duidelijke scope

De opdrachtgever geeft bij de uitnodiging duidelijk aan of het een pitch voor een project of een meerjarige relatie betreft. Als het om een meerjarige relatie gaat wordt informatie gegeven over de aard en omvang van de relatie en het te verwachten budget.

Ook is het belangrijk om te benoemen of het een creatieve -, of strategische pitch wordt of een combinatie van beiden. Dit gaat ook op bij mediapitches.

2 Helder proces

De opdrachtgever stelt al bij de uitnodiging een helder proces voor dat onderweg niet verandert. Het is ten eerste belangrijk voor bureaus om te weten welke andere bureaus mee doen (maximaal drie). Dit is mede bepalend voor de beslissing om zelf mee te doen.

In de beschrijving komen naast aard en omvang van de pitch ook briefing, deliverables, timing en presentatiemomenten aan de orde. Ook wordt inzicht gegeven in hoe de besluitvormingsprocedure er uit ziet en wie daarbij betrokken zijn.

3 Realistische vergoeding

De kosten van het bureau worden (deels) gedekt door een pitchvergoeding voor de verliezende bureaus. Deze vergoeding is in verhouding met de gevraagde prestatie. Het winnende bureau ontvangt een nader te bepalen, realistische betaling voor het winnende concept/strategie/plan. Als er extra creatieve rondes nodig zijn worden deze opnieuw vergoed.

4 Respect voor auteursrecht

Het auteursrecht van de geleverde ideeën blijft eigendom van de verliezende bureaus, ook als er een pitchvergoeding wordt betaald. Voor het winnende bureau zijn de contractuele afspraken leidend.

5 Vertrouwelijkheid

Zowel bureaus als opdrachtgever gaan vertrouwelijk om met alle informatie die tijdens het pitchproces gedeeld wordt. Er worden duidelijke afspraken gemaakt ten aanzien van perscontacten.