



Handige tips bij pitch

1. Denk 's na of het uitschrijven van een pitch eigenlijk wel de beste oplossing is. Een goede bureauselectie kan ook door bij drie bureaus op de koffie te gaan, je te verdiepen in hun werk, aanpak en specialisatie. Bovendien wil je graag werken met prettige mensen. Bij een pitch ga je min of meer verplicht in zee met het winnende bureau. Er is dus ook een kans dat dat bureau niet past bij jouw bedrijf of organisatie.
2. Investeer in een goede briefing. Hoe beter je de bureaus brieft en kan uitleggen waarvoor ze een oplossing moeten bedenken, hoe beter de presentaties straks van de bureaus. Geef ook aan wat je wilt zien in de presentatie. Is een denkrichting voldoende? Verwacht je alleen strategie of moet het bureau de vertaling naar creatie laten zien?
3. Waar beoordeel je de bureaus op? Neem een lijstje op met criteria. De bureaus kunnen tijdens het proces hun ideeën toetsen aan dit lijstje en het werk van de bureaus stuur je zo ook de goede richting op.
4. Als klant win je met een pitch het beste voorstel van meerdere bureaus. Maar wat valt er voor het bureau te winnen? Wat mag het bureau straks uitwerken? En wat niet. Hoeveel budget is er straks beschikbaar? Gaat het om een langdurige samenwerking of alleen voor een project? Geef dus een budget, een duur van de samenwerking en de rol van het bureau aan in de pitchbriefing.
5. Zorg dat alle bureaus over dezelfde informatie beschikken. Is er een mondelinge briefing waar je ineens een nieuw inzicht krijgt, communiceer dit dan ook aan de andere bureaus. Je kunt open zijn over wie er aan de pitch meedoet. Dan kunnen bureaus goed inschatten of zij het risico willen nemen om mee te doen.
6. Bureaus steken veel tijd in een pitch. Met een pitchvergoeding blijven ook de verliezers niet met lege handen achter.
7. Trek voldoende tijd uit voor de presentatie. In een half uur kunnen bureaus hun werk laten zien. Maar als je daarna nog een half uur reserveert voor vragen of discussie kom je vaak ook heel veel te weten. Waarom er bepaalde keuzes zijn gemaakt, bijvoorbeeld. Waarom er iets mist in de presentatie. Waar is het bureau tegenaan gelopen?
8. Yes, we have a winner! Neem eerst contact op met de winnende partij op. Zien zij het project nog steeds zitten en ben je rond met ze, licht dan de verliezende bureaus in. Neem hiervoor de tijd of stuur de volgende dag een uitgebreide mail. Voor bureaus die het project niet mogen gaan doen is het goed om in ieder geval uitgebreid terug te horen wat er sterk en minder sterk was aan hun ideeën.
Bedenk je ook dat op de inhoud van de presentaties van de bureaus die niet hebben gewonnen auteursrecht rust. Die mag je dus niet gebruiken.