

PETER VAN WIJNAERDE EN RENATA RENEMA

BENCHMARK VOOR AGENCIES

ZO'N 70% VAN DE AGENCIES HEEFT GEEN ZICHT OP WAT HUN *PRESALES EFFORT* KOST. DIT IS EEN VAN DE VELE INZICHTEN DIE TEAMLEADER NEDERLAND, MARKTLEIDER IN AGENCY-SOFTWARE, DEELT MET DE MARKT EN ZELF GEBRUIKT OM ZIJN PRODUCTEN VERDER TE ONTWIKKELEN.

Peter van Wijnaerde, Head of Brand, en Renata Renema, Head of Go To Market, winnen er geen doekjes om: hun agency-software Teamleader Orbit helpt bureaus om sneller te groeien, ambities eerder te realiseren en de winstgevendheid duidelijk in beeld te brengen. Peter: “Wij zijn voor veel bureaus het belangrijkste hulpmiddel. Kijk in de lijst van de Emerce 100 en je zult veel namen tegenkomen van bureaus die Teamleader Orbit gebruiken.”

FINANCIËEL FUNDAMENT

Teamleader Orbit heeft zich ontwikkeld tot een zeer complete oplossing voor het runnen van een agency. “In tegenstelling tot de meeste andere tools is het naast een sterk projectmanagement en een sterke capaciteitsplanning ook een financiële tool”, vertelt Renata. “Dit betekent dat je alles aan elkaar kunt linken met veel aandacht voor inzicht in bijvoorbeeld de status van projecten, planning voor de komende maanden of dieptereportages. Of in de financiële gezondheid van je projecten. Hiermee kan een bureau z'n cashflow sterker maken.”

Peter vult aan: “Dit laatste is belangrijk, want alles is gebaseerd op dat financiële fundament.







'ONZE SOFTWARE HELPT BUREAUS SNELLER TE GROEIEN EN BRENGT DE WINSTGEVENDHEID IN BEELD'



DEEL ONLINE

Je kunt tot in detail nagaan hoe een project, klant of team financieel presteert en daarop sturen.”

Renata: “Bureaus kunnen bijvoorbeeld de beschikbare uren voor een project checken en daardoor gemakkelijker de *overspend* spotten en voorkomen. Ze kunnen inzicht krijgen in de verwachte nettocapaciteit van hun mensen en de impact daarvan op de planning. Je maakt offertes voor je klanten en daarvoor schat je uren in. Maar komen die ingeschatte uren overeen met de werkelijk bestede uren? *Time tracking*, het schrijven van uren, is hier onmisbaar.”

AGENCYBENCHMARK.EU

Op het moment dat dit verhaal verschijnt, is Teamleader net twee jaar actief met Agency Life. Dit is een reeks podcasts en video's met panelgesprekken, ebooks en blogs waarin het bedrijf in gesprek gaat met topbureaus. Peter: “We stellen vrijpostige, indringende vragen en laten de deelnemers er dan onderling over praten. Bureaus als Springbok, Greenberry, Unlimited Productions en Adwise komen bij ons vertellen hoe ze gegroeid zijn en ze doen dit samen met een Belgische equivalent die in

een andere groeifase zit. Zo krijg je de meest uiteenlopende, interessante gesprekken. Wij halen hier heel veel kennis uit, maar we bieden die ook aan de markt aan, zodat iedereen hier iets van opsteekt.”

Hij vervolgt: “We hebben nu ook een benchmark voor agencies ontwikkeld. Ruim honderd bureaus in Europa hebben hieraan meegedaan en er volgen er nog meer. Toch willen we nu alvast onze inzichten delen en hiervoor is zeer recent agencybenchmark.eu live gegaan. We doen dit omdat de hele markt hier beter van wordt, en wij natuurlijk ook.”

VOORSPELBAARHEID OMZET

Peter noemt als voorbeeld de vraag of een bureau inzicht heeft in wat het verdient aan z'n klanten. “Laat ik met iets opmerkelijks beginnen. Maar 61% van de deelnemers heeft duidelijk zicht op welke projecten financieel gezond zijn en welke niet. Dit kun je direct correleren aan het aantal bureaus dat time tracking inzet. Van agentschappen met minder dan twintig man personeel doet minder dan de helft aan time tracking, en precies hetzelfde percentage heeft controle over de winstge-

vendheid. Bij de grotere bureaus waar time tracking wel meer wordt ingezet is het zicht op de winstgevendheid beter.”

Renata: “Een ander frappant inzicht is dat bij de deelnemende bureaus 71% van de omzet van bestaande klanten komt. Dat is opmerkelijk, want veel bureaus steken veel effort in het winnen van nieuwe klanten. Het pijnlijkste is dat ruim 70% weinig zicht heeft op hoeveel ze spenderen aan presales. Dit betekent concreet dat bureaus zich vooral zouden moeten richten op hun bestaande klanten en het aangaan van langetermijnrelaties en pas daarna op additionele relaties. Dit zorgt voor meer voorstelbaarheid in je omzet. En bij je nieuwe klanten wil je ook weten wat je uitgeeft aan presalesactiviteiten. Maar je wilt ook zien wat de impact hiervan is, financieel maar ook als het gaat om de capaciteitsplanning van je teams.”

INVESTERING

Peter: “Ieder bureau moet om gezond te opereren op minimaal 65% factureerbare uren zitten. De kunst is dan om te kunnen bepalen wanneer je wel of niet declareerbaar bezigt bent, dat je de niet-declareerbare uren bewust inzet voor bijvoorbeeld een presalestraject, voor iets gezelligs of voor R&D. Dan worden die uren ingezet als een investering.”

Peter besluit: “Weet je, vier op de tien agencies heeft een duidelijk plan voor hun groeiambities. Dat alleen al zou een reden moeten zijn om Teamleader Orbit in te schakelen! Die andere zes helpen we ook met plezier verder.”

