

Richtlijn tegen wildgroei pitches

MARKETING De Dutch Field Marketing Association (DFMA) heeft richtlijnen gepubliceerd die de wildgroei op het gebied van pitches aan banden moeten leggen.

Opdrachtgevers schrijven zeer regelmatig pitches uit, ook als ze met een vast bureau werken, zegt DFMA-voorzitter Kees Wolswinkel. 'Voor de kleinste opdrachten organiseren ze al gewichtige pitches.'

Zelf heeft hij meegemaakt dat er twaalf bureaus werden uitgenodigd. 'Het lukraak inviteren van bureaus zorgt voor hoge kosten. Met een grote pitch ben je toch al gauw een week bezig met meerdere mensen.'

Met de richtlijn wil de branchevereni-

ging voorkomen dat er voor een pitch talloze bureaus worden uitgenodigd en onnodig veel tijd en energie uit de markt wordt gehaald. De richtlijn pitches stelt onder meer dat een opdrachtgever maximaal drie bureaus kan uitnodigen. Verder worden er voorwaarden gesteld ten aanzien van de briefing en de opdrachtgever dient eenduidig te communiceren.

De DFMA heeft ook een helpdesk 'Haalbare Aantallen' ingericht. In de praktijk blijkt dat bureaus de resultaten van een sampling of promotionele actie nogal eens te optimistisch inschatten. De helpdesk moet opdrachtgevers een inzicht geven in de werkelijk haalbare aantallen klantcontacten.