

# 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.