

Plotseling haakte de adverteerder af



Bedrijf: Advance, interactief media-bedrijf. Ontwikkelt en exploiteert interactieve platforms

Opgericht: 1996

Aandeelhouders: oprichter Frans de Vries (37) en investeringsfonds Van den Ende & Deitmers

Omzet: €8 à 10 mln

Frans de Vries: 'Het zag er goed uit. We hadden een interactief platform ontwikkeld voor ondernemers: Booming Business. Een combinatie van televisie en internet, interessant voor ondernemers, die kunnen er de waarde van hun bedrijf mee berekenen. We tekenden een samenwerkingsovereenkomst met een grote adverteerder.'

'Het doel was duidelijk: samen zouden we dit platform groot maken en goed geld kunnen verdienen. We hadden de nodige medewerkers vrijgemaakt voor dit project en een aantal andere opdrachten geannuleerd. De

adverteerder wilde exclusiviteit.'

'Opeens, vanuit het niets, haakte die adverteerder af. Het was door alle managementlagen van dat bedrijf goedgekeurd, maar ze vonden het project toch te groot en te ambitieus. Dat hadden we nog niet eerder meegeemaakt.'

'Dit bedrijf ben ik in 1996 met mijn toenmalige compagnon begonnen. We overleefden de internetdip en groeiden hard. Zeker toen we de stap naar televisie maakten, met programma's als Je Echte Leeftijd, kwamen we bij grote adverteerders in beeld. Maar ook al zijn we nu marktleider in interactieve concepten, deze contractbreuk kwam toch hard aan.'

'We leden tonnen directe schade en eenzelfde bedrag aan indirecte schade doordat we opdrachten van andere adverteerders moesten annuleren. Ik zat in een spagaat. Je bent bena-

deeld, maar je wilt ook de relatie niet verstoren, want we werkten ook op andere projecten met deze partner samen.'

'Uiteindelijk hebben we het zakelijk aangepakt. We schakelden juristen in en hebben de wederpartij aansprakelijk gesteld. Ze hadden een blik juristen kunnen opentrekken, maar dat deden ze niet. Hun reactie was uitnodigend. Gelukkig maar. Zo kwamen we niet in een juridisch steekspel terecht en konden we op zoek naar een oplossing. Het was ook in hun belang om onze relatie goed te houden. Ze zijn groot, maar niet creatief; ze hebben ons ook nodig. Ze

Marketeers zien de commerciële kansen en beseffen pas later dat ze een project niet aankunnen

stapten uit Booming Business, maar zegden toe om te participeren in andere projecten en daar hebben we goede afspraken over kunnen maken.'

'Achteraf begrijp ik wel hoe het gelopen is. Marketeers die ik spreek, zijn snel enthousiast over onze concepten. Ze zien de commerciële kansen, willen graag meedoen en beseffen pas later dat ze het project eigenlijk niet aankunnen. Ze missen de kennis en ervaring voor interactieve projecten en hebben vervolgens een probleem om het te verkopen in hun eigen organisatie.'

'Marketeers zijn gewend om te "zenden". Ze hebben een mooi product en dat rammen ze de markt in via commercials, printcampagnes of banners. Wij denken interactief. Het gaat niet alleen om wat je zelf zegt, maar ook om wat de ander terugzegt.'

'We zijn net begonnen met Waardevanjewoning.nl, samen

met de Vereniging Eigen Huis en het Kadaster. Op die site kunnen mensen de waarde van hun woning berekenen. Voor hypotheekverstrekkers is dat een interessant Umfeld. Zij zijn gewend om keihard hun rentetarief te communiceren, maar op zo'n platform werkt dat niet. Het schrikt mensen alleen maar af. Het is veel relevanter om mensen te laten berekenen hoeveel ze kunnen lenen, je moet het persoonlijk maken. Dat vraagt om een heel andere aanpak dan marketeers gewend zijn.'

'We hebben die afstand in denken onderschat. We dachten: aan de andere kant van de tafel begrijpen ze ons wel, maar dat is niet zo. We leggen onze plannen nu veel beter uit, bieden ook meer ondersteuning aan partners. Het was een dure les, maar dat heb ik geleerd van deze case.'

Koen van Santvoord