



pragma

VERENIGING VAN ERKENDE RECLAME-ADVIESBUREAUS

Pragma. Daar worden bureaus én hun klanten beter van.

Is uw reclame- of communicatiebureau lid van Pragma? Dan bent u inmiddels gewend aan de zeer pragmatische werkwijze van deze bureaus. Welke rol de Pragma daar bij heeft, willen we u graag eens uitleggen. Daarna gaan we met z'n allen weer gewoon voor u aan het werk. Het ontstaan van Pragma is al veelzeggend voor het karakter van de aangesloten bureaus...

Het initiatief voor Pragma werd eind jaren '80 genomen door enkele oud VEA-leden. Onder het devies 'niet praten maar poetsen' gingen de eerste Pragma-bureaus aan het werk. Voorop stond resultaatgerichtheid. De samenwerking met andere bureaus moest direct tastbaar zijn voor hun klanten.

Een Pragma-bureau herken je zo.

Bijna 15 jaar later heeft Pragma haar naam gevestigd in de communicatiebranche. Wie zich op een bureau oriënteert, weet bij het zien van het Pragma-logo meteen waar hij op kan rekenen.

Maar, wat maakt een Pragma-bureau nou zo anders dan een willekeurig ander bureau?

We zullen met u de proef op de som nemen en een aantal herkenbare punten noemen. Als het goed is, ziet u tijdens het lezen van deze punten uw eigen bureau tevoorschijn komen.

Punt 1

Ze zijn
middelgroot

Punt 2

Punt 3

Punt 4

Punt 5

Punt 6

Punt 7

Punt 8

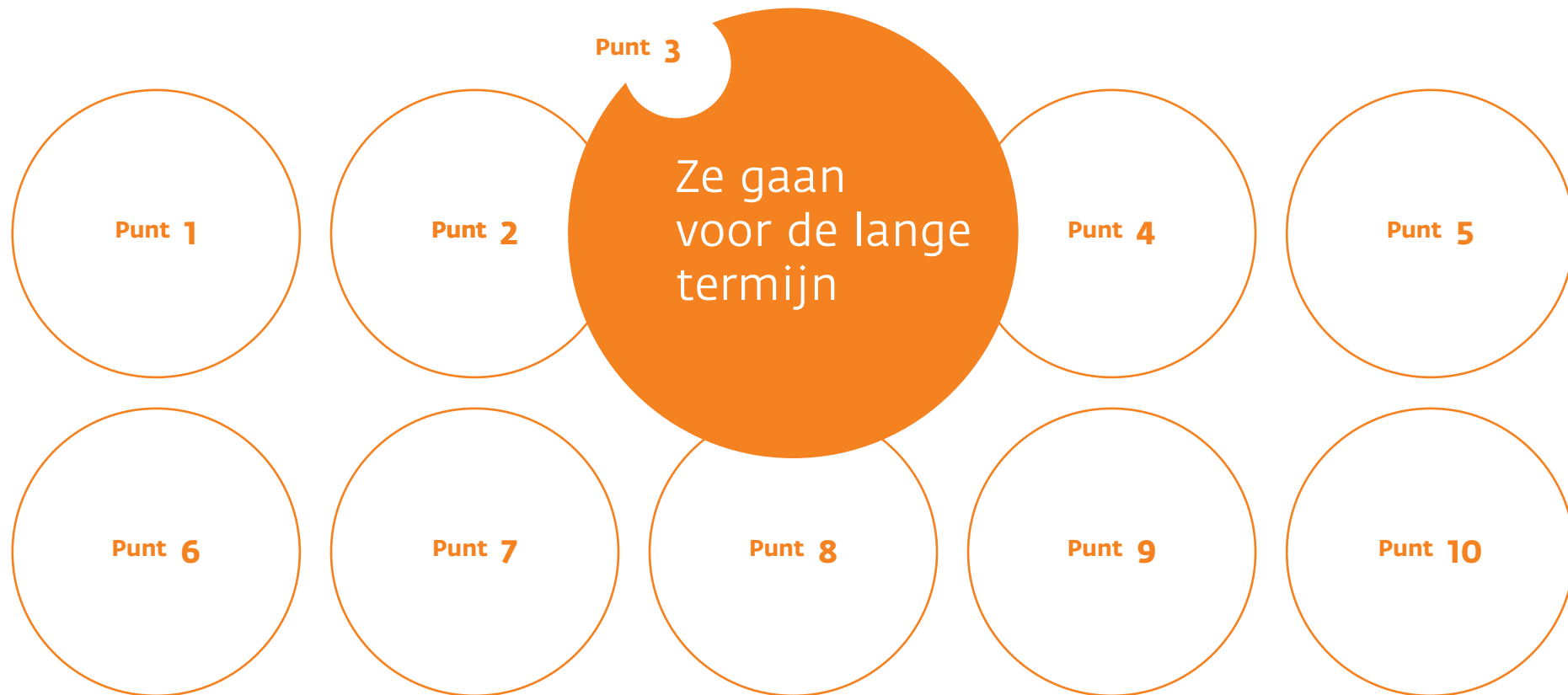
Punt 9

Punt 10

Bij een Pragma-bureau hoeft u niet uit te leggen wie u bent. De meeste medewerkers werken namelijk mee aan de resultaten voor u. Middelgroot betekent dat de afstand tussen klant en bureau zo klein mogelijk kan blijven. Niet alleen daarom zijn Pragma-bureaus vaak middelgroot. Ook omdat ze naar duurzame groei streven. Er zijn bureaus die hun mensen net zo makkelijk aannemen als dat ze er afscheid van nemen. Dit past niet bij de filosofie van een Pragma-bureau. Zij kiezen liever voor continuïteit en het binnenhouden van de, door de jaren heen, opgebouwde kennis.



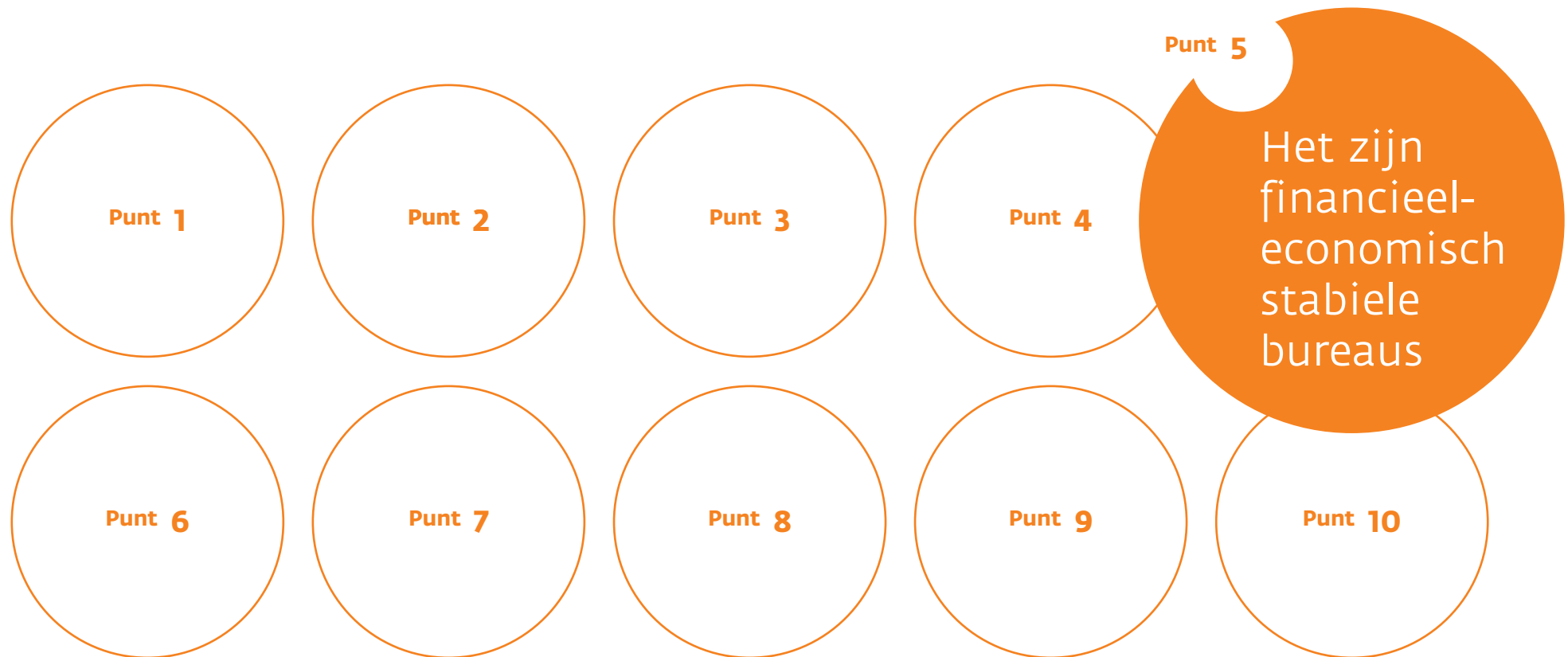
Pragma is opgericht omdat veel bureaus het hoog tijd vonden voor een pragmatische bezem door de reclame- en communicatiebranche. Bureaus die niet hielden van luchtfietsen en liever met beide benen op de grond wilden staan. Vanuit deze nuchtere houding gaan ze ook voor hun klanten aan het werk. Geen egotripperij maar het besef dat je meewerkt aan de ondernemings- en communicatiedoelstellingen van je klanten. Pragma-bureaus hebben een goede balans gevonden tussen creativiteit aan de ene kant en haalbaarheid en uitvoerbaarheid aan de andere kant. Voor hen is het resultaat voor hun klanten veel belangrijker dan het schouderklopje van vakgenoten.



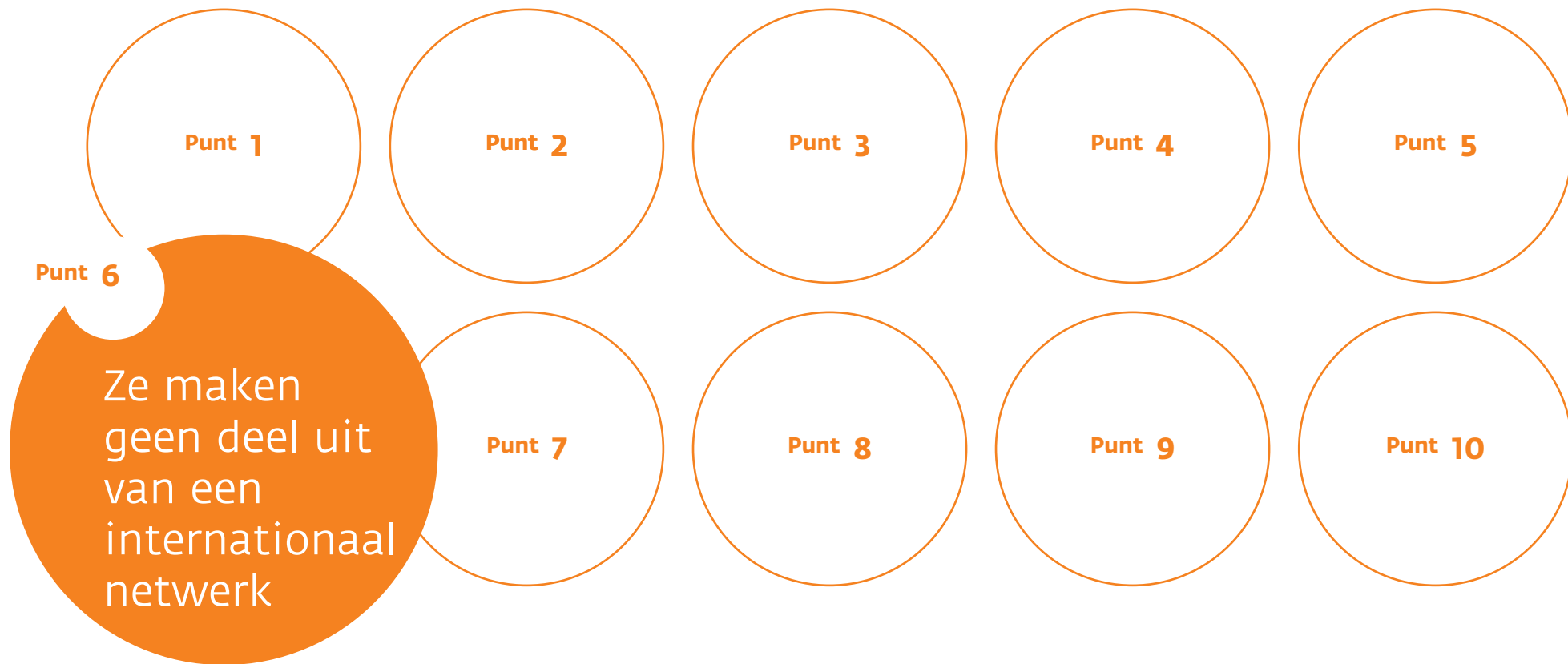
Een communicatieadviseur kan zich snel verdiepen in een nieuw bedrijf of een nieuwe markt. Toch geldt: hoe langer de samenwerking duurt hoe meer rendement hij of zij oplevert. Dit geeft aan hoe groot het belang is van het bouwen aan een langdurige relatie tussen bureau en klant. Pragma-bureaus hebben een lange adem en groeien graag met hun klanten mee. Het geheim achter hun jarenlange klantenrelaties is: resultaat. Het enige fundament waarop een langdurige klant-bureaurelatie namelijk écht stevig staat.



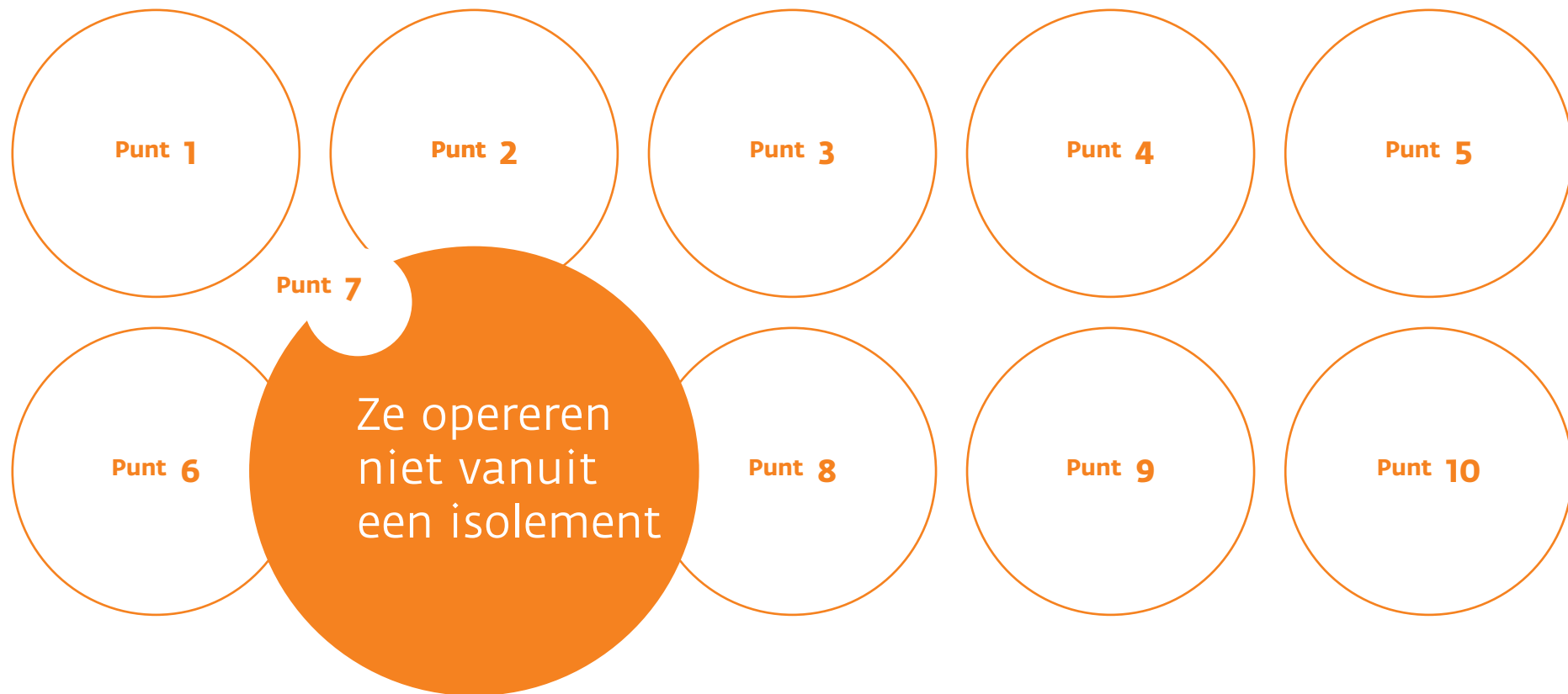
Bij een Pragma-bureau is de directeur de eigenaar van het bureau. U praat bij een Pragma-bureau dan ook van ondernemer tot ondernemer. Het zijn geen directeuren die hoog in hun toren zitten. Integendeel, de kans is groot dat hij of zij tijdens een adviesgesprek gewoon bij u aan tafel zit. Directeuren van Pragma-bureaus bepalen zelf de koers van het bureau. Geen opgelegde veranderingen van het hoofdkantoor dat geen feeling heeft met de klanten van het bureau. Ze nemen hun eigen beslissingen en hoeven zich hierbij maar twee dingen af te vragen: worden mijn klanten en het bureau er wel beter van?



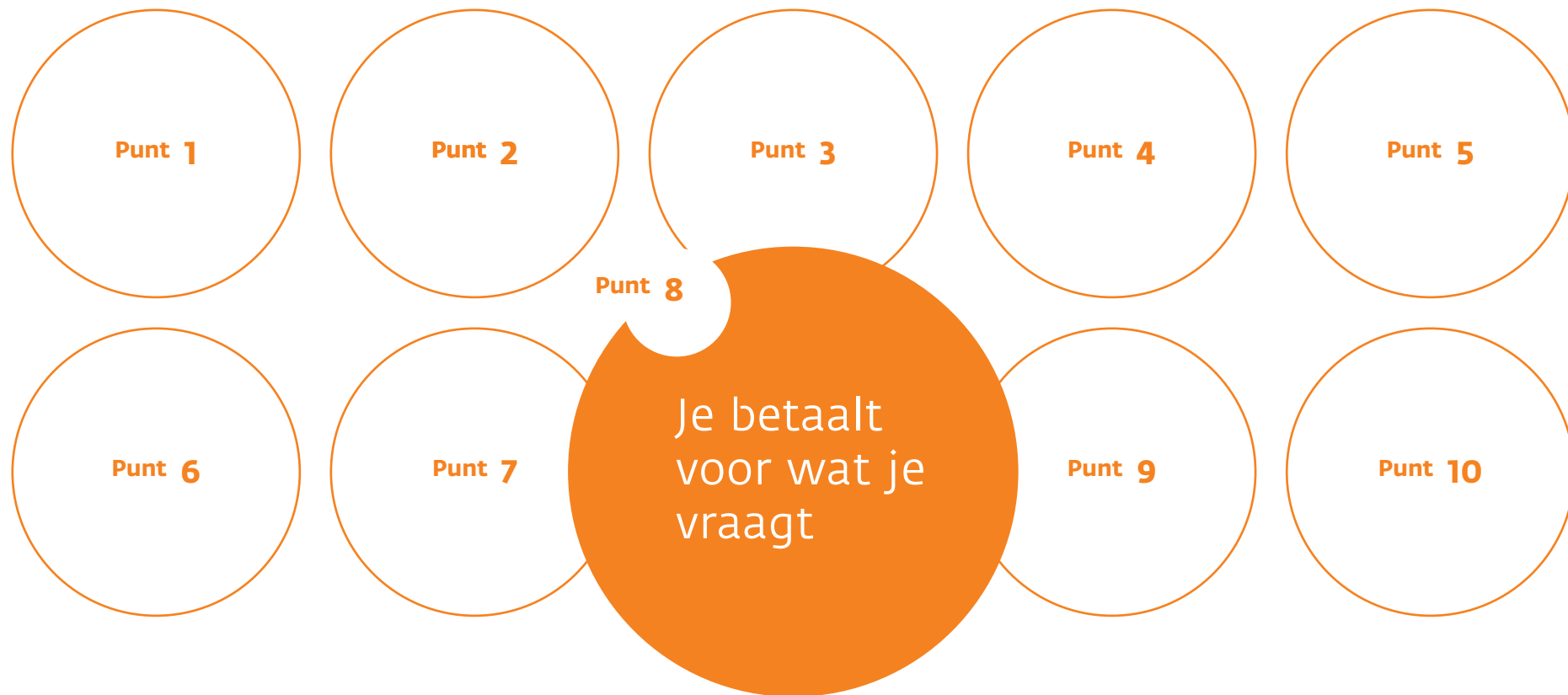
Pragma maakt elk jaar een financiële röntgenfoto van alle aangesloten bureaus. Een financieel gezonde situatie is namelijk voorwaarde om Pragma-lid te zijn en te blijven. Ook dit benadrukt het streven van Pragma naar continuïteit in de relatie tussen bureau en klant. Om het heel simpel te stellen: een Pragma-bureau zal niet zo één-twee-drie omvallen. Voor Pragma is een financieel gezonde bureau-organisatie erg belangrijk. Een bureau dat goede financiële beslissingen neemt, houdt het veel langer vol, waardoor er kennis door de jaren heen opgebouwd kan worden. Verder gaan bureaus veel financiële verplichtingen voor hun klanten aan, denk maar eens aan media-inkoop. U weet dat dit voor een Pragma-bureau geen probleem is.



Pragma-bureaus opereren zelfstandig en onafhankelijk. Een groot voordeel. Het betekent dat van de jaarlijkse omzet geen 20% wordt overgemaakt naar het hoofdkantoor in Londen of Parijs. Alle inkomsten komen direct ten goede van het bureau en worden bijvoorbeeld gebruikt om verder te professionaliseren of te investeren in een beter bereikbare huisvesting. Allemaal zaken die direct ten goede komen aan hun klanten.



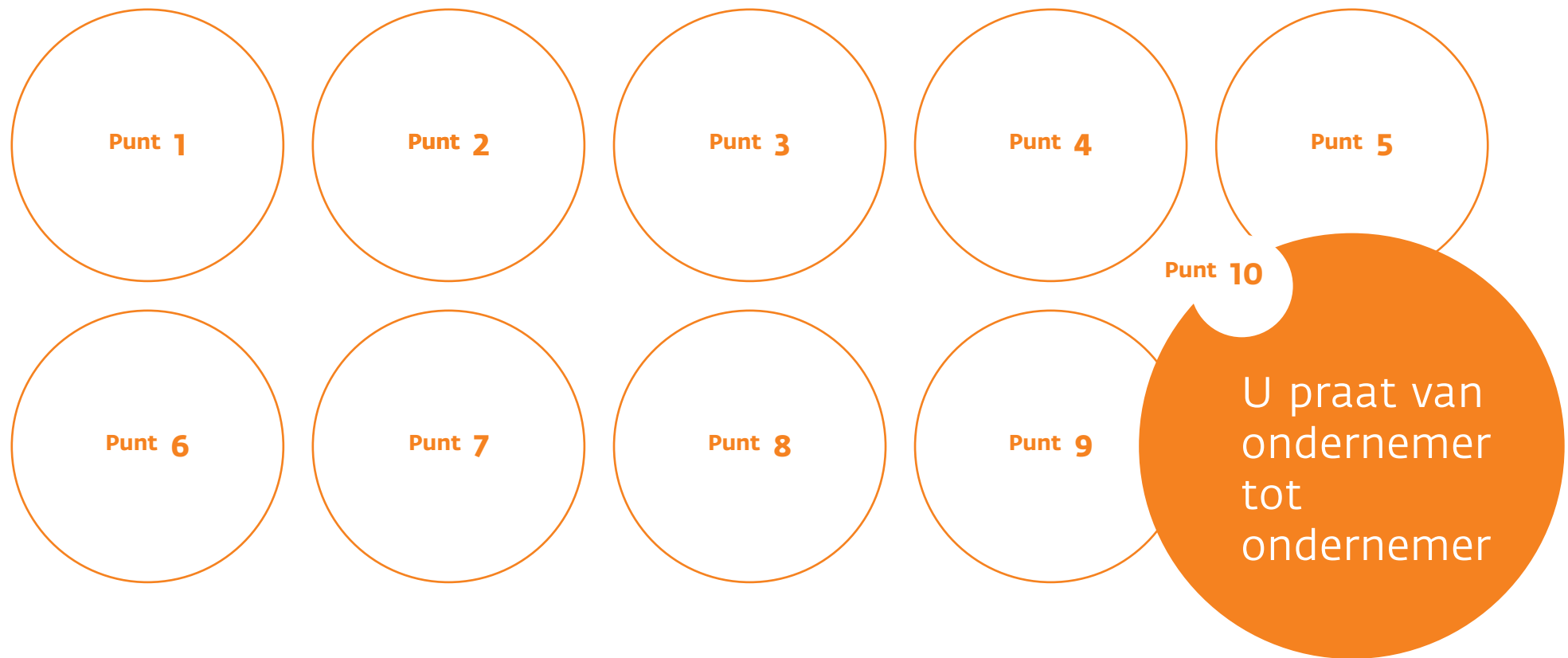
Bij Pragma zijn ruim 70 bureaus aangesloten. Het lidmaatschap houdt in dat ze bereid zijn om kennis en ervaringen met elkaar te delen. Dit gebeurt tijdens de landelijke en regionale bijeenkomsten. Bureaudirecteuren wisselen ervaringen met elkaar uit over het beter 'managen' van het bureau en het stimuleren van hun mensen. Verder is er veel ruimte voor het uitwisselen van ervaringen 'uit het vak'. Zoals de aanpak van bepaalde communicatievraagstukken, nieuwe ontwikkelingen of de ervaringen met verschillende toeleveranciers van de bureaus.



Pragma-bureaus staan bekend om hun nuchterheid en om hun zeer efficiënte economische leefstijl. Daarnaast zit er bij elk Pragma-bureau, net als bij u, een ondernemer achter het stuur die zelf ook niet zit te wachten op 'doorgeschoten' offertes. Deze aanpak ziet u terug in de offertes. U betaalt voor wat u vraagt en niet voor allerlei kosten die op de achtergrond bij een bureau doorlopen.



Pragma-bureaus weten veel van elkaar. Ze wisselen namelijk op regelmatige basis kennis met elkaar uit. Maar Pragma gaat verder. Met opleidingen en trainingen bijvoorbeeld. Omdat de aangesloten bureaus veel overeenkomsten in karakter en aanpak hebben, kiest Pragma onderwerpen uit die in de dagelijkse praktijk vaak terugkomen. Voor alle disciplines binnen een bureau: account, creatie, media, traffic en administratie. Opleidingen van Pragma zijn, u voelt 'm al aankomen, zeer praktisch en vanuit het oogpunt van kosten zeer laagdrempelig. Dat is waarschijnlijk ook de reden waarom het animo voor deze opleidingen zo groot is.



Tijdens een oriëntatiegesprek bij een Pragma-bureau komt uw ondernemerschap ruim aan bod. Hoe bent u begonnen? Welke ambities heeft u met de onderneming? Wilt u er op uw 50ste mee stoppen en van het leven gaan genieten? Vragen die niet alleen gesteld worden omdat de bureaudirecteur zelf ook een ondernemer is en vaak benieuwd is naar het verhaal achter de onderneming. Ze worden vooral gesteld omdat voor een Pragma-bureau de ondernemingsdoelstellingen het vertrekpunt zijn. Deze werkwijze zorgt voor een verfrissende bureau-klantrelatie. U wordt gezien als ondernemer, die ergens naar toe wil. Niet als een wandelend communicatiebudget.

De praktische feiten over Pragma.

Over Pragma valt veel te zeggen. Meer dan dat het een club van bureaus is die alleen in actie komt als hun eigen belangen in het geding zijn. Ze zetten zich op het brede vlak in: het behartigen van de belangen van klanten en de aangesloten bureaus, zonder vernieuwingen in het vak tegen te houden.

Pragma verdedigt een belangrijk recht van het Nederlandse bedrijfsleven:

het recht op 'Freedom of Commercial Speech'.

In de rug gedekt door ruim 70 bureaus staat

Pragma sterk om onderwerpen bij de overheid

aan te kaarten. Zo zorgt zij ervoor dat bedrijven

zo min mogelijk gehinderd worden bij het uiten

van hun commerciële boodschappen.

Pragma houdt graag een frisse blik op het vak.

Daarom stimuleert zij jong talent en bureaus met een verfrissende visie op het vak om lid te worden.

De strenge toelatingseisen zijn bedoeld om de kwaliteit van het netwerk hoog te houden. Maar zijn voor Pragma geen reden om een bureau met een frisse wind, niet tot het netwerk toe te laten.

Hoe kan het ook anders.

Met de meer dan 70 ondernemers binnen Pragma moet het wel een dynamische club zijn.

Het Pragma-bestuur onderhoudt contacten met andere vakverenigingen zoals de VEA, BNO en de DDMA. Ze moedigt leden aan om actief deel te nemen aan de reclameprijzen en zo cases te bouwen die voor potentiële klanten interessant zijn.

De financiële controle van de aangesloten bureaus samen met een gerenommeerd accountantskantoor is één van de jaarlijkse activiteiten.

Tot slot

...elk Pragma-lid ondertekent gedragsregels over zijn zakelijke doen en laten. Pragma ziet erop toe dat deze ook nageleefd worden om het vak integer te houden.



pragma

VERENIGING VAN ERKENDE RECLAME-ADVIESBUREAUS

Pragma secretariaat
Villa Anderstein

Andersteinweg 2
3953 BA Maarsbergen
T 0343 - 53 19 21
F 0343 - 51 67 76
info@pragma.nl
www.pragma.nl