



Opdrachtgevers onderzoek

2019

%

Wat vinden
zij van hun
ontwerpbureau?

**Strategisch
partner of
toeleverancier?**

**Wat vinden
opdrachtgevers
van hun
ontwerpbureau?**

**‘Synergie in de relatie
tussen bureau en
klant is cruciaal voor
succesvol design.**

**Toch waren de
succesfactoren tot op
heden vaak onduidelijk.**

**Dit onderzoek geeft
inzicht in de feiten
en de fabels van wat
opdrachtgevers van
een ontwerpbureau
verwachten.**

**Verplichte kost voor
elke ontwerper!’**

**Frank Nas,
Design Bridge**

Inleiding

In de relatie tussen ontwerp bureau en opdrachtgever/klant kunnen verwachtingen over het verloop van de opdracht, het serviceniveau, het kostenplaatje en het eindresultaat uiteenlopen.

Om de opdrachtgever optimaal te bedienen, is het waardevol om kennis te hebben van drijfveren, verwachtingen en perceptie. Ook de wijze waarop opdrachtgevers tegen concurrerende bureaus aankijken kan ontwerp bureaus tools in handen geven om zichzelf en de relatie met de klant te verbeteren. Meer inzicht kan bijdragen aan een sterke en duurzame klant-bureaurelatie en leiden tot een professionaliseringsslag bij ontwerpers/ontwerp bureaus.

Om die reden heeft het BNO-platform NEXTpack het initiatief genomen om, geïnspireerd door het Engelse onderzoek "What Clients Think" een Nederlands pilotonderzoek onder klanten te starten. Het onderzoek beperkt zich niet tot bureaus in brand en packaging design, maar beslaat uiteenlopende designdisciplines. DMN (Design Management Netwerk) en NIMA (Nederlands Instituut voor Marketing) verleenden hun medewerking als organisaties van opdrachtgevers. Marktonderzoeksbureau SAMR Marktvinders voerde het onderzoek uit en het Pictoright Fonds zorgde voor financiële ondersteuning.

Het onderzoek

Een grotendeels voorgestructureerde vragenlijst is via verschillende kanalen aan opdrachtgevers (NIMA, DMN, eigen netwerken SAMR) aangeboden. De doelgroep ontving een persoonlijke uitnodiging, zodat de kwaliteit van de steekproef gecontroleerd kon worden. De vragenlijst werd online ingevuld. Het grootste deel van het onderzoek vond in 2019 plaats, hoewel in 2018 al een kleine proef draaide. Alle antwoorden zijn door SAMR markvindders verwerkt en leiden tot bijgaande resultaten. Het Nederlandse onderzoek is beperkter dan het Engelse voorbeeld, maar geslaagd als pilot.

Onderzoeksgroep

In totaal hebben 129 opdrachtgevers de vragenlijst ingevuld. 80% geeft aan ervaren te zijn als opdrachtgever en op meerdere terreinen met designbureaus te hebben gewerkt. Van de ondervraagden werkt 39% in de zakelijke of financiële dienstverlening, 35% in de FMCG, 8% in de retail, 7% in de cultuursector en 11% gaf 'overig' aan. De ondervraagden zijn zowel afkomstig uit B2B- als B2C-ondernemingen. 31% van de ondervraagden werkt bij een bedrijf waar ook een in-house ontwerpafdeling is, bij 69% is dat niet het geval.

1

Ervaring
respondenten



80%



20%

80% heeft ervaring als opdrachtgever van ontwerpbureaus.

56%

14%

46%

Respondenten geven aan
ervaring te hebben binnen
meerdere ontwerpdisciplines:

- 10 % ruimtelijk ontwerp
- 56% digital design
- 46% grafisch ontwerp
- 14 % corporate design
- 55% packaging design
- 68% brand design



68%



10%



55%

2

Positief over
design

77%

23%

77% van de respondenten vindt dat design van grote waarde is voor het eigen merk/product.

66%

34%

66% ziet een directe relatie
tussen design en
return-on-investment.

The image features a vertical rectangular background divided into two horizontal sections. The top section is teal and contains the text '89%' in large, bold, black font. The bottom section is red and contains the text '11%' in large, bold, black font. The overall design is clean and modern, using a sans-serif typeface.

89%

11%

89% is het eens met de stelling dat de inzet van design helpt bij het bouwen en in stand houden van duurzaam concurrentievoordeel.

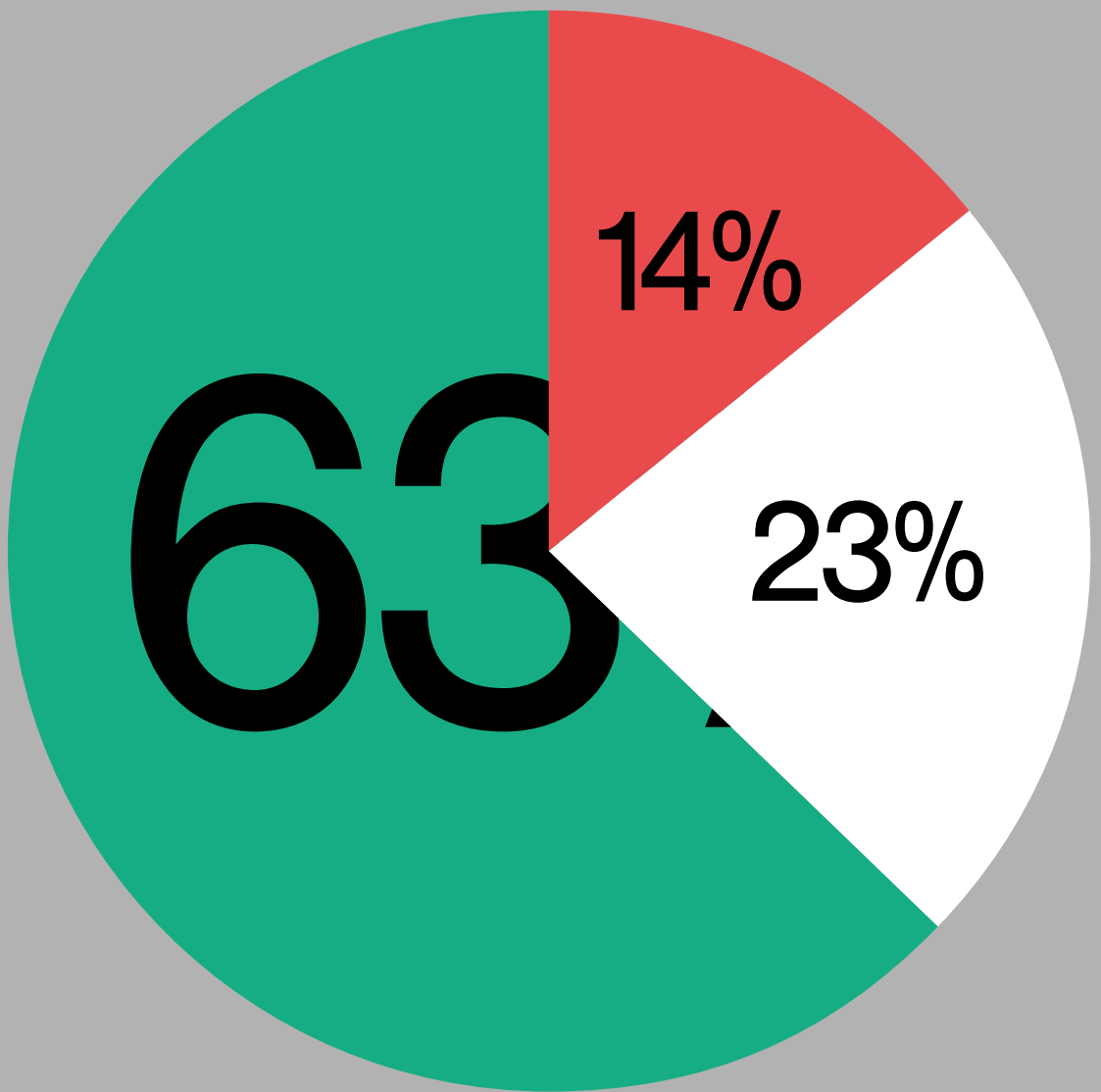
73%

27%

73% vindt dat de rol van design in de marketingmix steeds belangrijker wordt.

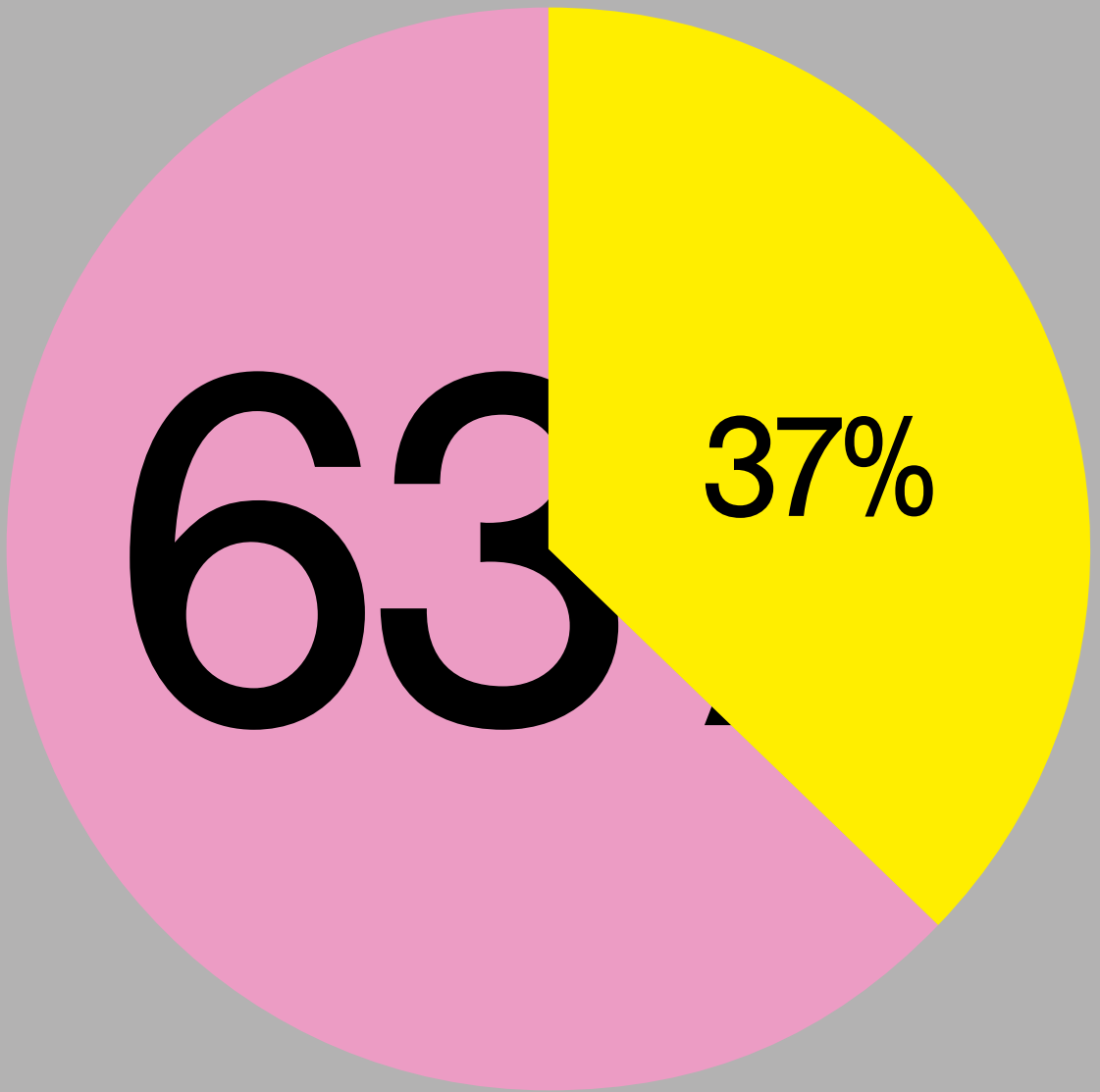
3

Het eigen bureau

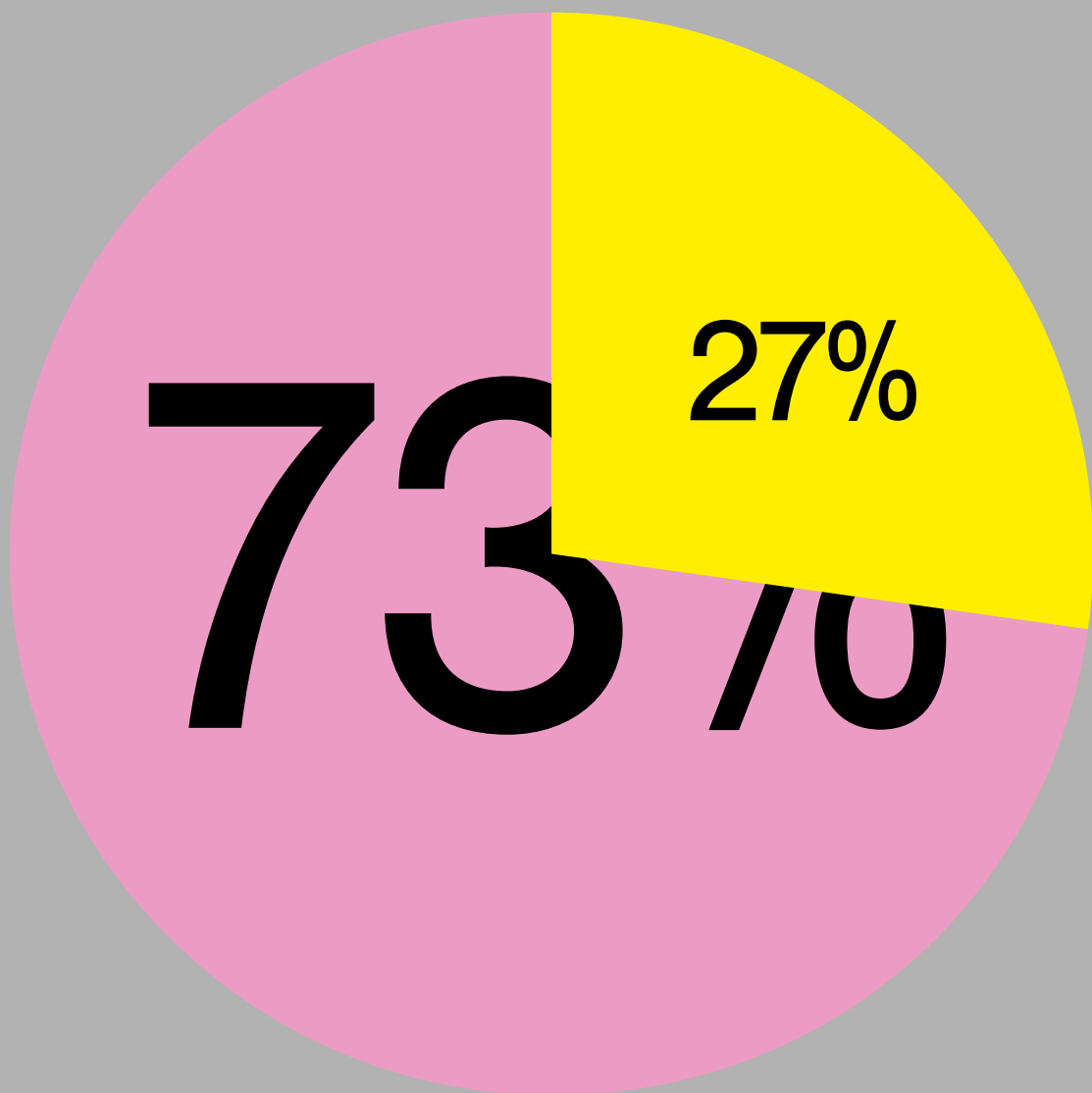


De meeste ondervraagden zijn zeer tevreden over hun designbureau:

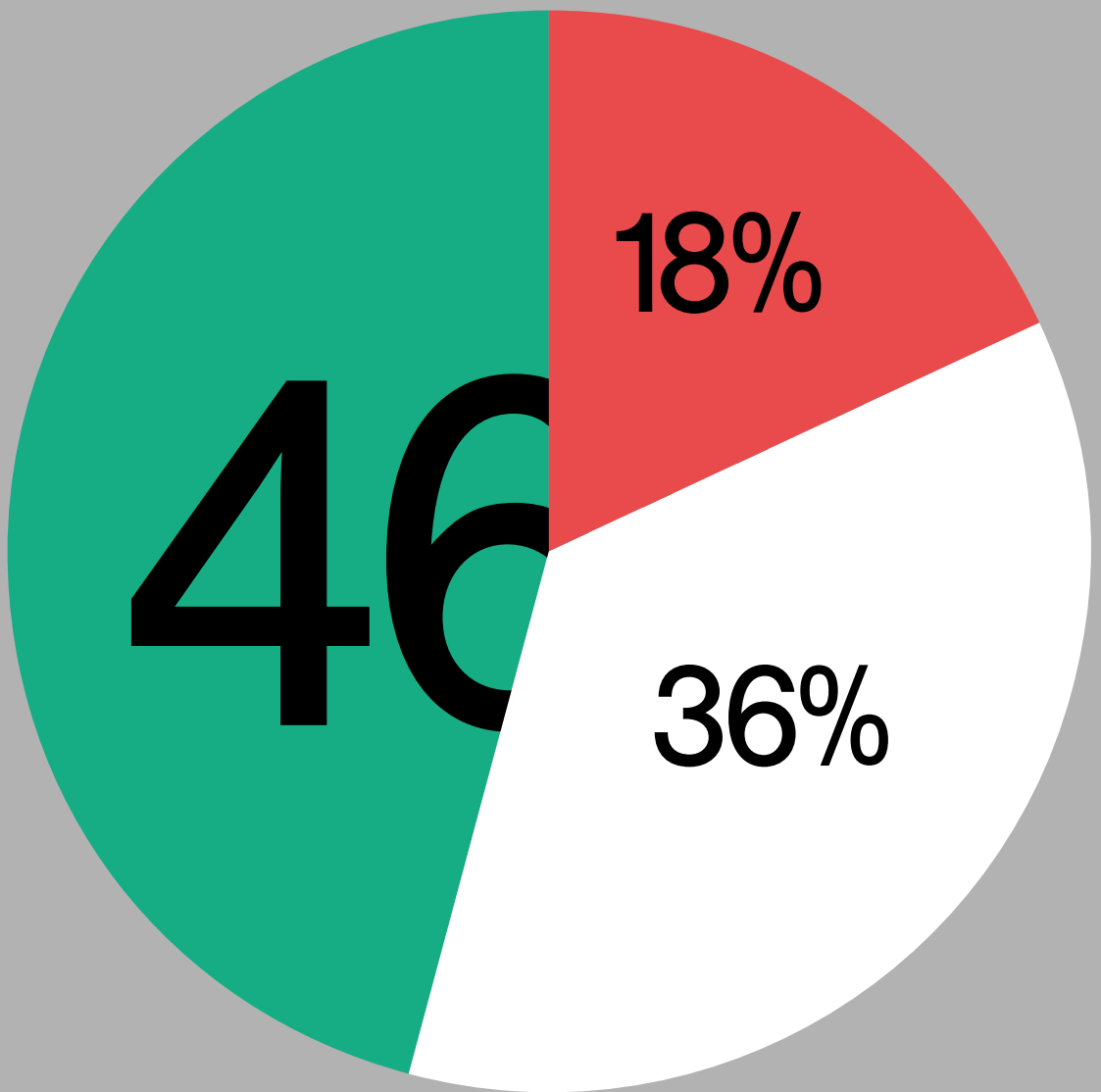
63% vindt dat hun bureau goed presteert, 23% vindt dat hun bureau redelijk presteert en 14% is niet tevreden.



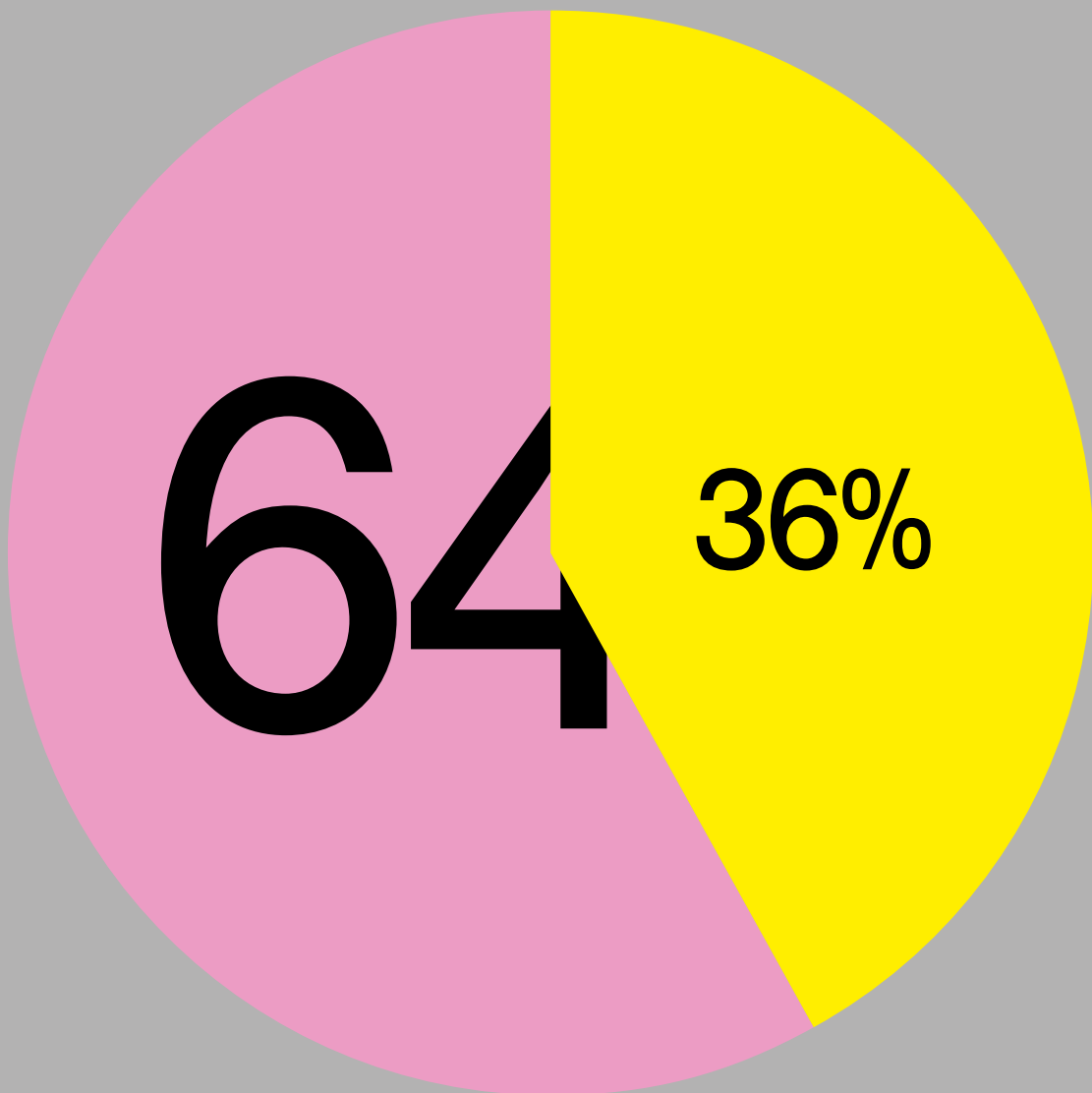
Over de prijs/kwaliteit-verhouding van hun bureau is men over het algemeen tevreden (63%). Een deel vindt het ontwerpbureau te duur (37%).



Ook vindt een ruime meerderheid (73%) dat het bureau zich voldoende verdiept in de onderneming en het merk.



46% ziet hun designbureau als een belangrijke merkstrateeg/adviseur. 36% kan zich daar deels in vinden. 18% is het daar niet mee eens.



In de waardering voor het eigen bureau scoort “levert kwaliteit” het hoogst (64%).

De top vijf belangrijkste irritaties bij de huidige designbureaus zijn:

1

Slordigheid

2

Eigenwijsheid

3

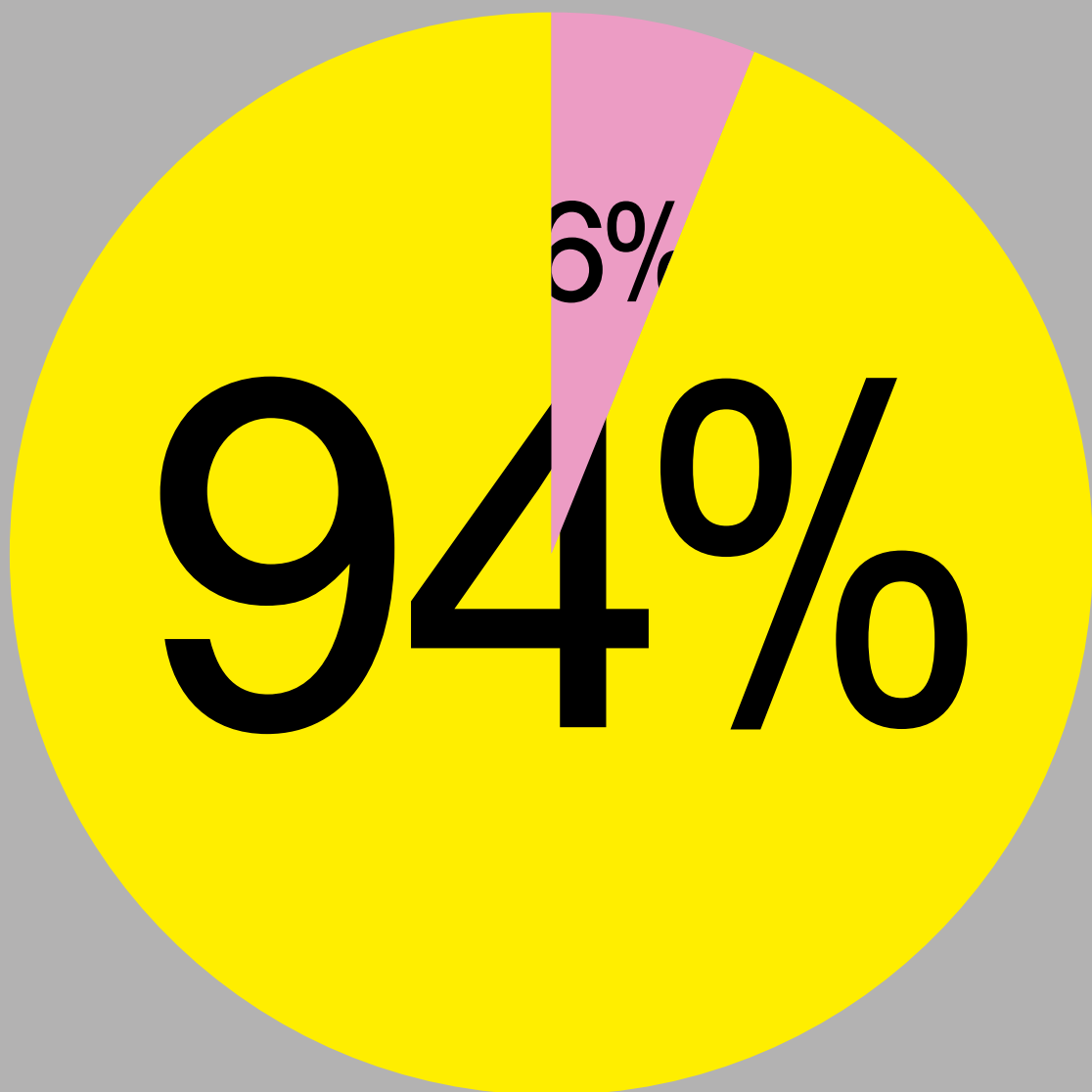
Ontwerp dat niet aansluit bij product/dienst

4

Teleurstellend werk

5

Niet nakomen van financiële afspraken



**Bijna alle opdrachtgevers (94%)
verheugen zich op een bezoek
aan hun bureau.**

4

**Designbureaus
in het algemeen**

39%

41%

61%

59%

Wat betreft de reputatie van de Nederlandse bureaus is er nog terrein te winnen: 39% van respondenten vindt het niveau van Nederlandse designbureaus hoog. Daarbij is het belangrijk te weten dat 41% van de respondenten ervaring met buitenlandse bureaus heeft.

38%

75%

62%

25%

Ook lijken bureaus nog niet helemaal klaar voor de boardroom: 62% vindt het niet nodig dat bureaus op directieniveau meepraten. Positief is dat 75% van de ondervraagden een ontwerpbureau eerder als strategische partner ziet dan als toeleverancier.

5

Keuze voor een
designbureau

The image features a vertical rectangular background divided into two horizontal sections. The top section is teal and contains the text '91%' in a large, bold, black sans-serif font. The bottom section is red and contains the text '9%' in the same large, bold, black sans-serif font. The text is centered horizontally in each section.

91%

9%

Creativiteit wordt het vaakst genoemd (91%) als eigenschap waarom de keuze op een bureau valt.

86%

Proactief/daagt uit

87%

Levert hoge kwaliteit

41%

Loyaliteit

86%

Team is prettig om mee te werken

82%

Blijft binnen budget

77%

Volgt de afgesproken planning

52%

Kent missie en visie van de klant

Het belang van de andere eigenschappen waarop een bureau gekozen wordt.

81% Verdiept zich in merk en markt

63% Houdt zich aan briefing

66% Knowhow

69% Strategisch inzicht

51% Kennis van marketingstrategie

68% Kennis van merk en organisatie

82% Conceptuele vernieuwing

91% Creativiteit

55%

45%

Het opvallende is dat persoonlijke ervaringen en netwerk nog steeds leidend zijn bij de selectie van een bureau.

56%

Locatie

36%

Expertises en services

22%

Visie en focus van
het bureau

14%

Samenstelling van
het team

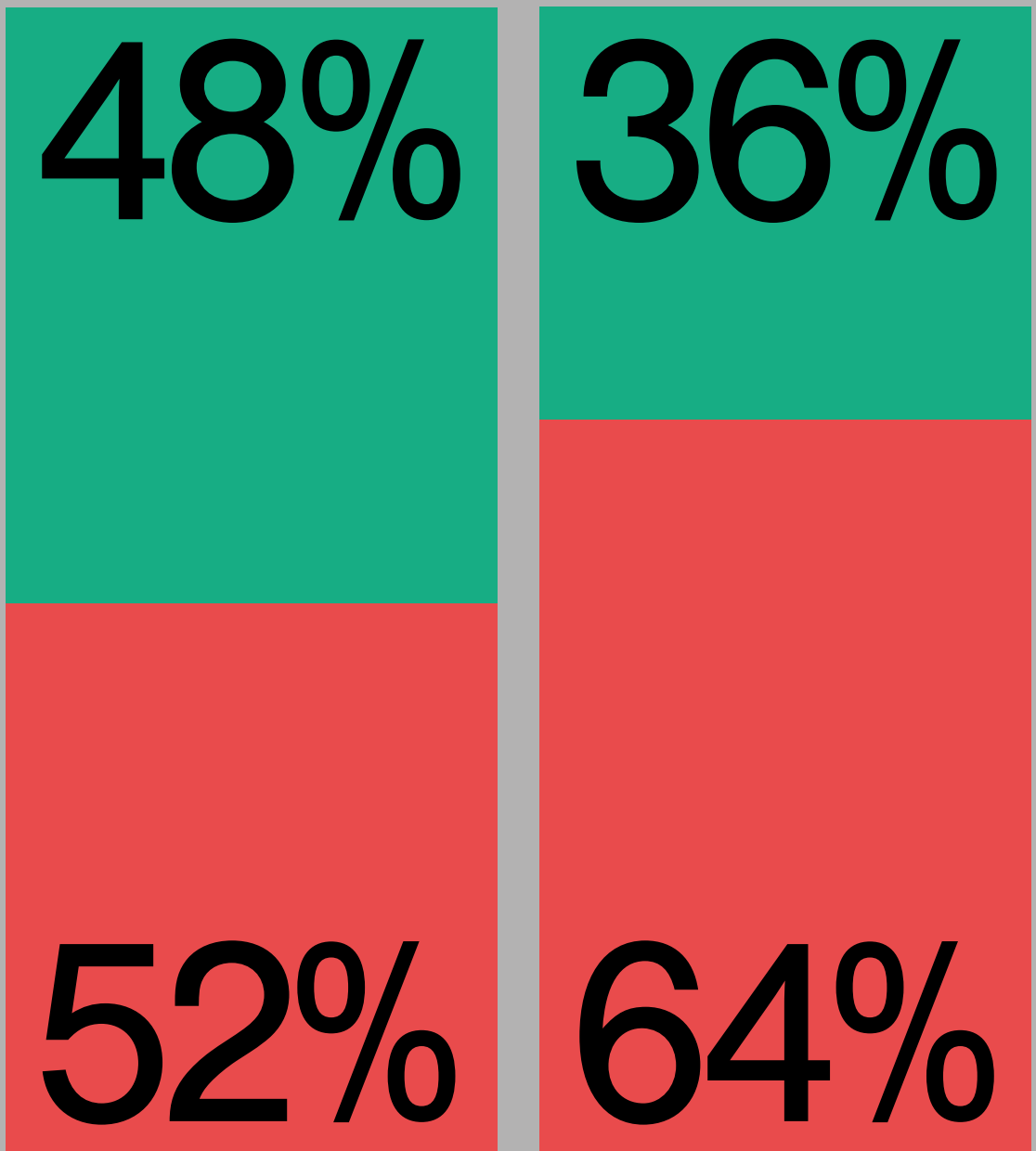
23%

Klantenlijst

73%

Case-
studies

Bij een bezoek aan de website van een bureau kijkt men vooral naar casestudies (73%).



Koude acquisitie wordt door bureaus maar matig ingezet: 48% van respondenten zegt vrijwel nooit door ontwerp-bureaus telefonisch benaderd te worden. 52% wordt wel eens gebeld. Overigens geeft 36% aan geen bezwaar te hebben tegen cold calling door andere bureaus.

33%

73%

67%

27%

Een derde van de respondenten zegt wel eens een creatieve pitch in te zetten om tot een bureaukeuze te komen, de helft van die groep betaalt daar ook voor.

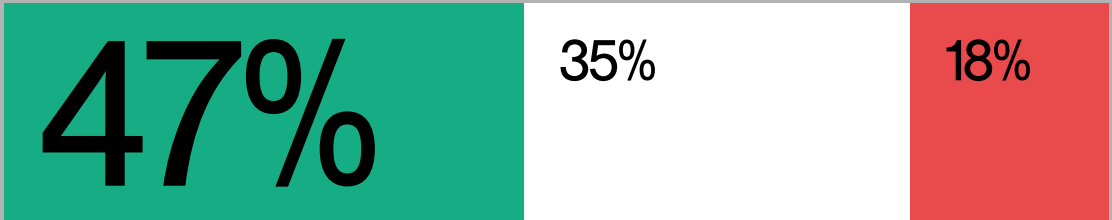
De andere helft betaalt soms of niet. Men zegt zich goed voor te bereiden voor een creatieve pitch: 73% werkt met vooraf opgestelde beoordelingscriteria.

6

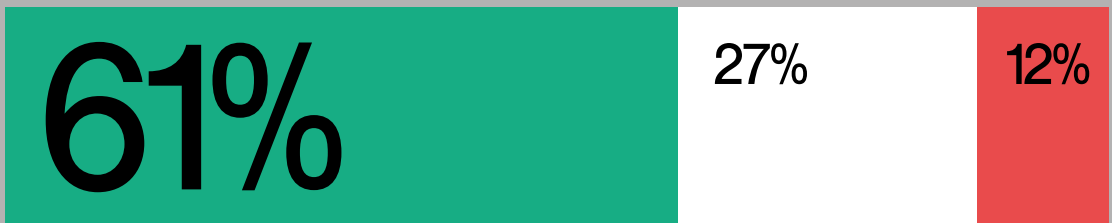
**Wat houdt
opdrachtgevers
bezig?**

Welke actuele ontwikkelingen zijn belangrijk voor de respondenten:

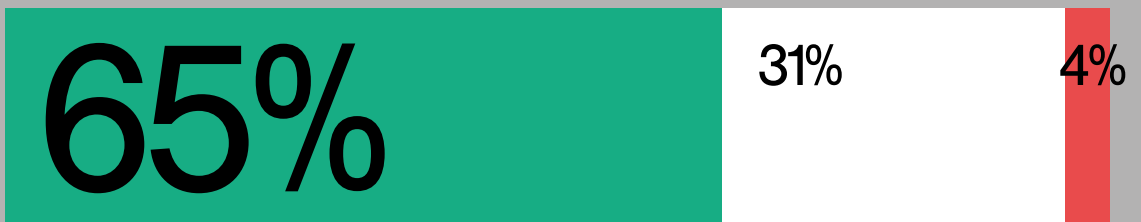
1. Eisen m.b.t. duurzaamheid



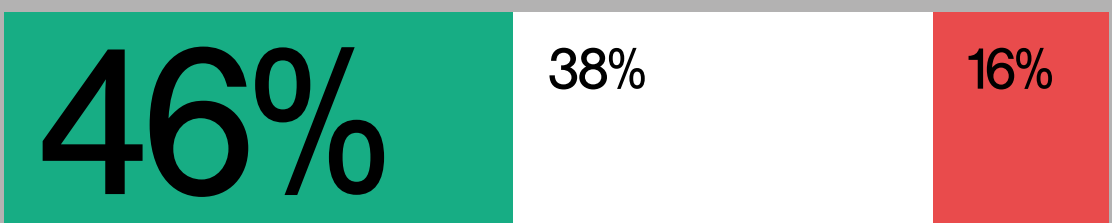
2. Onderscheidend blijven op social media



3. Digitale transformatie

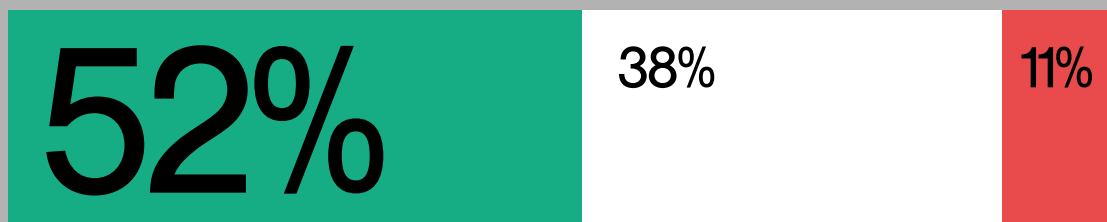


4. Betekenis design thinking voor innovatie

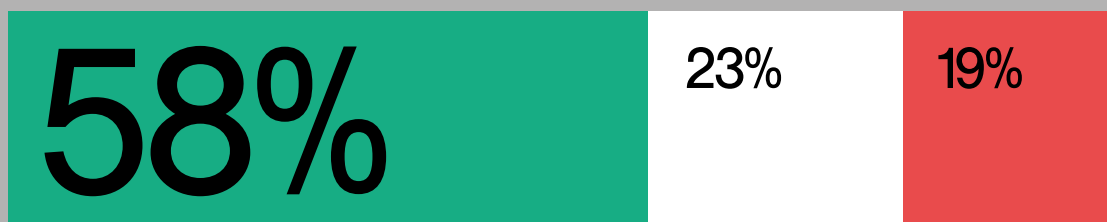


- houdt mij bezig
- houdt mij enigzins bezig
- houdt mij niet bezig

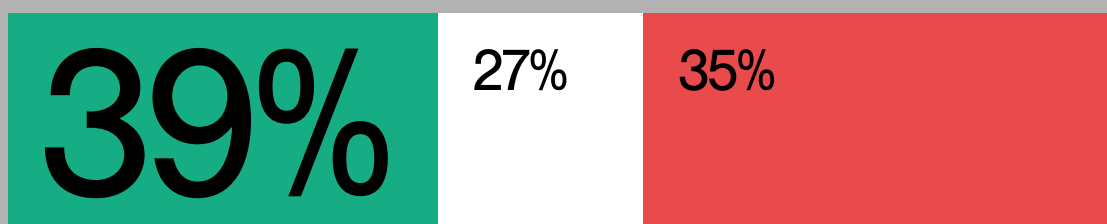
5. Beschikbaarheid budgetten



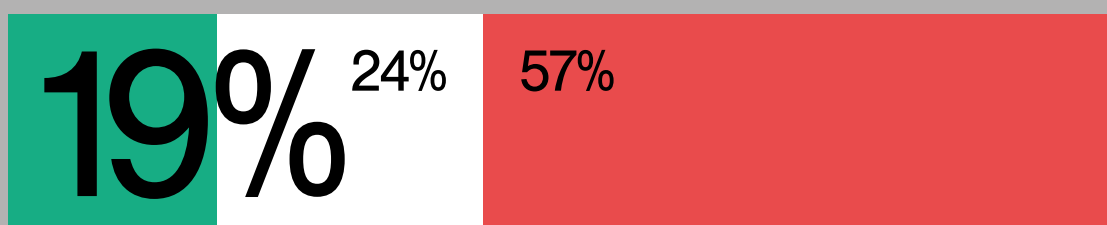
6. Plaats van marketing/communicatie in organisatie



7. Toenemende concurrentie



8. Concurrentie vanuit buitenland



Conclusie

Goed ontwerp werkt. Het is van waarde voor merken en producten en er is een directe relatie tussen design en return-on-investment.

Uit dit onderzoek blijkt dat opdrachtgevers dat ook zo ervaren. En ze zijn tevreden over het niveau van de ontwerpbureaus waarmee ze werken.

Al zijn veel opdrachtgevers tevreden over hun ontwerpbureau, er valt ook nog het nodige te winnen.

Ontwerpbureaus kunnen effectiever worden door nog zorgvuldiger met opdrachtgevers om te gaan en zich als een professionele sparringpartner op te stellen.

De reputatie van Nederlandse ontwerpbureaus kan verbeterd worden door het systematisch en adequaat presenteren van succesvolle casestudies.

Een collectief zoals de BNO kan hieraan bijdragen door onderzoek, communicatie etc.

2019 Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers.
Alle rechten voorbehouden.

Deze uitgave is mede mogelijk gemaakt door:

**PICTO
RIGHT
FONDS**

Met dank aan:
Frank Nas, Goos Eilander, Pieter Aarts, Luuk Ros.

Redactie en coördinatie:
Rita van Hattum BNO

Ontwerp:
studio de Ronners

