

# Agencies Industry Report

# 2024

Zet marktontwikkelingen om in  
groeikansen voor jouw agency



**Your *flow* to success**

## Hi agency,

Voor veel creative agencies, digital agencies, online marketing- en communicatiebureaus staat 2024 in het teken van groei. Er zijn veel groeikansen; omarm je AI, fuseer je met een ander bureau of vergroot je je groeikansen vanuit de markt door freelancers in te zetten?

Welke impact deze ontwikkelingen op de bedrijfsvoering van agencies hebben en welke keuzes zij nu maken, lees je in dit Industry Report. Het rapport combineert de uitkomsten van het onderzoek met praktische handvatten om marktontwikkelingen om te zetten in groeikansen voor jouw agency.

Het Industry Report is onderdeel van periodieke onderzoeken die Simplicite uitvoert en publiceert. Lees bijvoorbeeld ook het Agencies Benchmark Report, waarin je de cijfers van jouw bureau vergelijkt met de markt. Met deze rapporten bieden we je inzichten en adviezen om betere strategische keuzes te maken.



**Peter Hager**  
CEO  
Simplicite, CRM-en projectsoftware

## Onderzoeks- verantwoording

Dit Industry Report is een onderzoek naar ontwikkelingen in de marketingbranche. Meer dan 90 partners, eigenaren, bureaumanagers en projectleiders van bureaus met 5 tot 100 medewerkers namen deel aan het onderzoek, via een enquête of diepte-interviews. Daarnaast maakten we gebruik van aanvullende bronnen. Dit overzicht vind je op pagina 23.

# 92%

...van de agencies is dit jaar **meer** bezig met het verbeteren van het financiële resultaat van projecten ten opzichte van 2023.

# Inhoud

<b>Belangrijkste inzichten</b>	<b>4</b>
<b>1 Marktontwikkeling: opkomst van AI</b>	<b>8</b>
<b>😊 Interview OMA: AI maakt de kloof tussen agencies groter</b>	<b>11</b>
<b>2 Marktontwikkeling: fusies en overnames</b>	<b>12</b>
<b>😊 Interview Olivier Zeestraten: Zo maak je de groeiambities van je agency waar</b>	<b>16</b>
<b>3 Marktontwikkeling: toename aantal freelancers</b>	<b>19</b>
<b>Nawoord</b>	<b>22</b>
<b>Bronnen</b>	<b>23</b>

# Belangrijkste inzichten

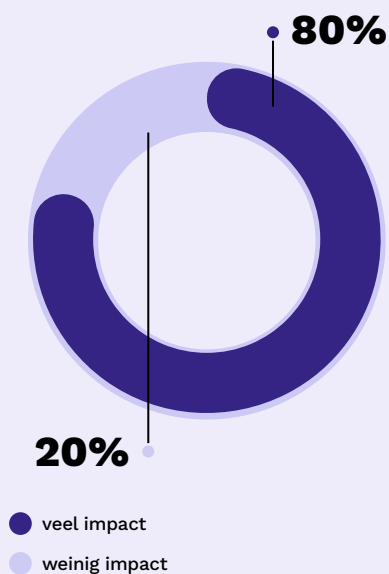
## Veranderende markt vraagt om strategische keuzes

De markt waarin agencies opereren staat niet stil. De opkomst van AI, vele fusies en overnames en een groeiend aantal freelancers bieden veel kansen. Maar ze zorgen er ook voor dat bureaus steeds meer strategische keuzes moeten maken om hun bedrijfsvoering op orde te houden. Bureaus die willen groeien, moeten nu bepalen hoe zij hun marktpositie versterken.

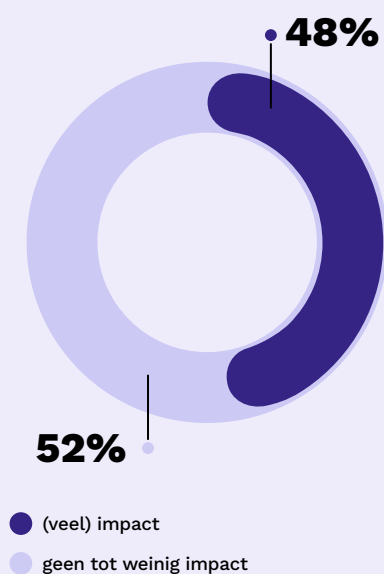
## Controle nemen over de resultaten

Vrijwel alle bureaus (92%) richten zich meer op hun financiële resultaten dan voorgaande jaren. Enerzijds omdat de marges meer onder druk komen te staan door de recessie en toenemende kosten voor personeel. Anderzijds willen ze met de cijfers meer inzicht krijgen in hun groeikansen. Agencies zetten massaal in op efficiënter werken en marges vergroten, zodat ze meer projecten kunnen aannemen en meer geld overhouden.

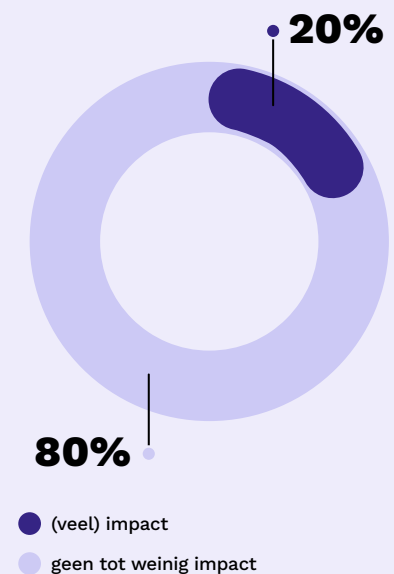
### Impact AI



### Impact fusies en overnames



### Impact toename freelancers



## Korte termijn: investeren in AI en personeel

Bureaus nemen op korte termijn verschillende stappen om hun marktpositie te versterken. De focus ligt met name op de adoptie van AI en investeringen in werving en behoud van personeel. Ook letten ze meer op hun financiën: budgetbewaking speelt een steeds grotere rol. Tot slot versterken ze hun concurrentiepositie door herpositionering of door fusies en overnames.

- **80%** van de bureaus integreert AI actief in het werk
- **63%** investeert in personeel om minder afhankelijk te zijn van freelancers
- **47%** focust meer op budgetbewaking voor financiële controle
- **45%** versterkt hun concurrentiepositie door herpositionering
- **9%** is nu bezig met fusie- en overnamegesprekken



“Bureaus moeten eerst groeien in performance, en dan pas in aantal medewerkers of klanten.”



**Olivier Zeestraten**  
Coach, trainer en spreker

Lees het volledige interview op pagina 16

## **Strategische focus voor 2024: klantportfolio uitbreiden**

Een belangrijke actie die bureaus nemen om op langere termijn groei te kunnen realiseren, is het uitbreiden van het klantportfolio. Daarnaast richten agencies zich op up- en cross-sell-mogelijkheden bij bestaande klanten. Voor hun interne bedrijfsvoering focust de branche zich juist op een hogere productiviteit en budgetbewaking. Daarnaast wijzigde 80% van de agencies het afgelopen jaar hun tarieven. De helft van deze groep (40%) verhoogde hun tarieven met 6 tot 10%.

### **Top 7 prioriteiten van agencies**

Agencies geven aan dat dit hun belangrijkste prioriteiten zijn voor 2024 om hun agency financieel gezond te houden

- 1** Uitbreiding klantportfolio
- 2** Up- of cross-sell van bestaande klanten
- 3** Productiviteit verhogen
- 4** Meer focus op budgetbewaking
- 5** Tarieven verhogen
- 6** Bedrijfsprocessen automatiseren
- 7** Uitbreiden of aanpassen van diensten



## Op welk vlak wil jij de prestaties van je bureau verbeteren?

Agencies willen in 2024 groeien. Een belangrijke voorwaarde voor groei is dat je bedrijfsvoering op orde is. Dat begint bij de analyse van je bureau over drie assen: je businessmodel, flow en inzichten.

### 1 Businessmodel

Vanuit je businessmodel bepaal je realistische omzetdoelstellingen: hoeveel omzet is nodig om alle kosten te dekken? Hoeveel capaciteit is er? Welke tarieven en productiviteitstargets hanteer je om de doelstellingen te behalen? Het maakt je bewust van het potentieel van jouw bureau.

### 2 Flow in je bedrijfsvoering

Creëer flow in je bedrijfsvoering voor de gehele klantreis. Start met heldere afspraken met opdrachtgevers, registreer tijd, bewaak de budgetten en zorg dat je efficiënt kan factureren. Door zo vroeg mogelijk financiële afspraken te maken en deze goed te bewaken, voorkom je verrassingen en verbeter je je omzetprognoses.

### 3 Inzichten op orde

Periodiek meet je de KPI's van je bureau. Je weet welk type werkzaamheden goed presteert en hoe het financiële resultaat zich verhoudt tussen verschillende projecten. Leer van de resultaten en zet verbeteringen om naar kansen binnen je businessmodel.

**Vergelijk jouw scores met de markt**



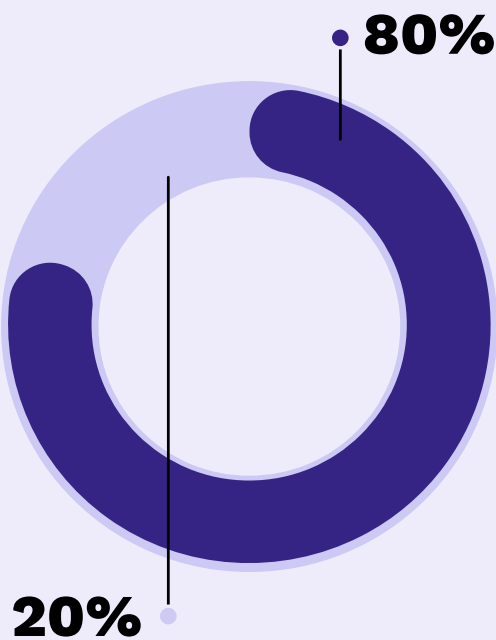
# 1

Marktontwikkeling:

## Opkomst van AI

Is artificial intelligence (AI) een hype of juist een blijvend en groot onderwerp? Veel agencies merken de effecten van AI. De manier waarop we werken verandert en functies verschuiven. Wat voor effect heeft AI op jouw bureau? En wat doen andere agencies concreet met AI?

Hoeveel Impact heeft AI op bureaus?



- veel impact
- weinig impact

### Rolverschuiving binnen bureaus door AI

De meerderheid (80%) omarmt AI en ziet de nieuwe techniek vooralsnog niet als een bedreiging. Voor 56% van de bureaus resulteert dit zelfs in een snellere oplevering van projecten. Daarnaast verschuift de rolverdeling binnen bureaus: 61% van de bureaus ziet zichzelf nu meer als strateeg dan als uitvoerder. Dit biedt een kans om hogere uurtarieven te vragen. Opvallend is dat ongeveer 27% van de bureaus aangeeft dat de vraag naar AI-gerelateerde opdrachten vanuit klanten is gegroeid. Agencies zien AI als een positieve verandering die invloed kan hebben op de bedrijfsvoering en omzet van hun bureau.



## Hoeveel investeert jouw agency in AI?

Het bijhouden van alle technologische ontwikkelingen is actueler dan ooit. Hoeveel kan je bureau investeren in AI om je aanbod te verbeteren en je propositie te versterken?

- 1 Start met een business case. Hoeveel tijd begroot je en wat levert het op? Zo bereken je vooraf hoe kansrijk de investering is. Reserveer tijd voor product- en kennisontwikkeling.
- 2 Bewaak je gereserveerde tijd voor nieuwe ontwikkelingen. Hiermee verbeter je de verwachtingen over de tijdsbesteding van je medewerkers.
- 3 Meet je rendement op projecten. Hoeveel uren heb je geïnvesteerd en wat levert AI uiteindelijk op?

Door deze uren goed te monitoren, voorkom je overbesteding op product- en kennisontwikkeling, maak je realistischere business cases en kun je achteraf zien hoeveel rendement deze strategische beslissing heeft opgeleverd.

## Is AI een hype? We vragen het aan ChatGPT:

‘De ontwikkeling van AI is meer dan een hype; het is een evolutie die de marketingsector transformeert. Hoewel sommige vroege verwachtingen mogelijk overdreven waren, heeft AI zich bewezen als een krachtig instrument voor datagestuurde besluitvorming, automatisering en klantgerichte marketing. De sleutel ligt in het begrijpen van AI’s reële mogelijkheden en het gericht investeren in technologieën die daadwerkelijk waarde toevoegen. Het negeren ervan kan resulteren in het achterblijven bij de concurrentie en het missen van kansen om de bedrijfsprestaties te verbeteren.’

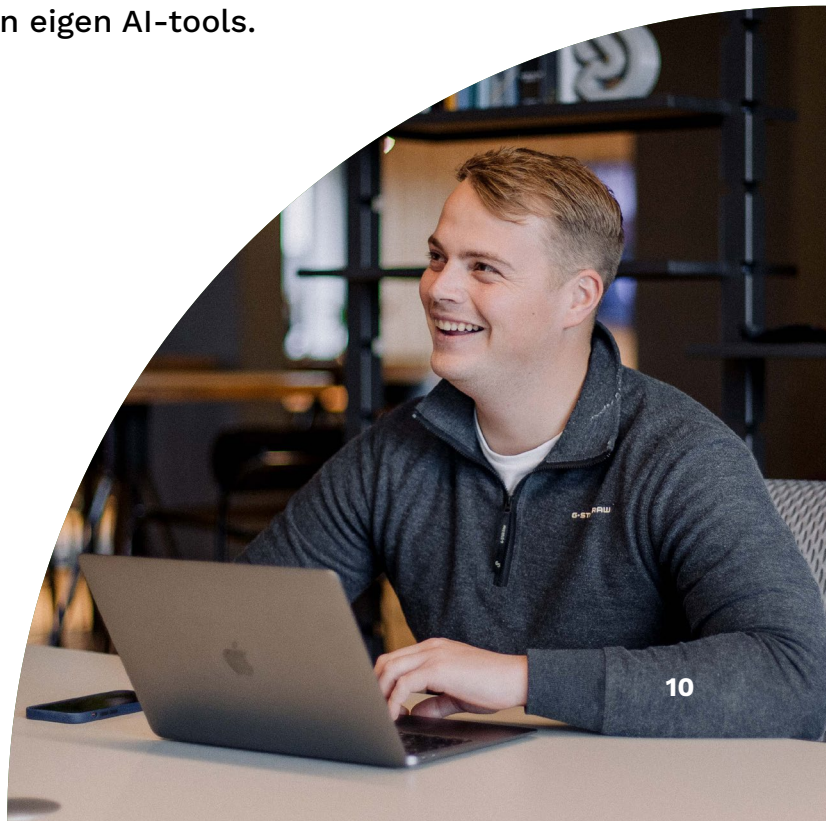
## Wat doen agencies met AI?



## Nieuwe opdrachten en meer omzet dankzij AI

De opkomst van AI biedt kansen voor de productiviteit en omzet van bureaus. 80% van de bureaus omarmt actief AI in hun werk en neemt strategische beslissingen om AI op een efficiënte manier te integreren. Dit resulteert in een snellere oplevering van opdrachten waardoor er meer ruimte is voor het aannemen van nieuwe opdrachten. Bovendien investeert 53% van de bureaus in training en ontwikkeling om AI zo efficiënt mogelijk in te zetten.

Agencies hebben de afgelopen periode veel tijd gestoken in het eigen maken van AI. Ruim een derde onderzoekt hoe AI-technologieën nieuwe soorten opdrachten kunnen genereren, waardoor diensten worden uitgebreid en aangepast. Agencies trekken met AI dus niet alleen meer opdrachten aan, maar ook nieuwe soorten opdrachten. Dit leidt tot meer omzet. Een kleine groep voorlopers, ongeveer 22%, investeert zelfs al in het ontwikkelen van eigen AI-tools.





Interview:

# AI maakt de kloof tussen agencies groter

Uit dit rapport blijkt dat agencies massaal artificial intelligence (AI) omarmen. OMA (Online Marketing Agency) is hier al volop mee bezig. Het resultaat? Ze werken 10 tot 30% sneller, waardoor ze meer waarde leveren aan hun klanten. Eigenaar Daniël Kuipers zegt: 'Met AI kan iedereen straks bijna alles. Maar de kloof tussen agencies wordt groter. Wie nu de basis van AI begrijpt, weet wat nodig is om een betere output te genereren.' Hoe organiseren zij dit binnen hun bureau?

## 5 tips van Daniël

### Do's:

1

#### Reserveer tijd voor AI

Je moet begrijpen hoe het werkt. Experimenteer ermee in je werk en deel je ervaringen in het team.

2

#### Betrek je klanten

Vertel je klanten dat je AI gebruikt en hoe zij het ook zelf kunnen gebruiken. Verzamel testcases om te bewijzen hoe AI meerwaarde biedt.

3

#### Meer focus op creativiteit

De waarde van je bureau ligt steeds meer in de creativiteit van je werk. Daar heb je altijd mensen voor nodig.

### Don'ts:

4

#### AI niet gebruiken

Dat is geen optie meer. Start alvast met ChatGPT om te begrijpen wat er mogelijk is.

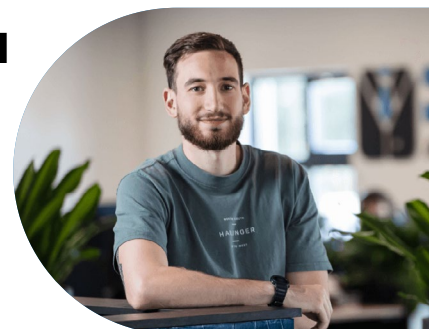
5

#### Kopieer niet klakkeloos prompts van experts

Goede output start met goede input. Er komt een enorme creatieve kloof tussen agencies die dit écht begrijpen, en agencies die hierin achterlopen.

## Ben je benieuwd naar alle tips?

Lees hier het complete interview



# Vergelijk jouw agency met de markt

Dit Agencies Industry Report is onderdeel van een nieuwe serie onderzoeken. Het Industry Report is de voornaamste graadmeter van ontwikkelingen en uitdagingen die impact hebben op de financiële bedrijfsvoering.

Welke concrete effecten dit heeft op de prestaties van agencies, lees je in het Benchmark Report, dat standaard wordt uitgebracht met dit rapport. Met het Benchmark Report stellen we je in staat om jouw prestaties en kerncijfers te vergelijken met actuele data van branchegeenoten. Beide rapporten worden periodiek uitgegeven door Simplicat projectsoftware.

## Vergelijk jezelf met de markt

Download het Agencies Benchmark Report

## Bereik jouw volle potentieel

Simplicate is ervan overtuigd dat een sterke bedrijfsvoering agencies helpt om hun volle potentieel te bereiken, zodat je succesvoller wordt binnen jouw branche. Jouw volle potentieel meten we aan de hand van KPI's. Ontdek in het rapport hoe jouw bureau hierop presteert ten opzichte van de markt.



## 2

Markontwikkeling:

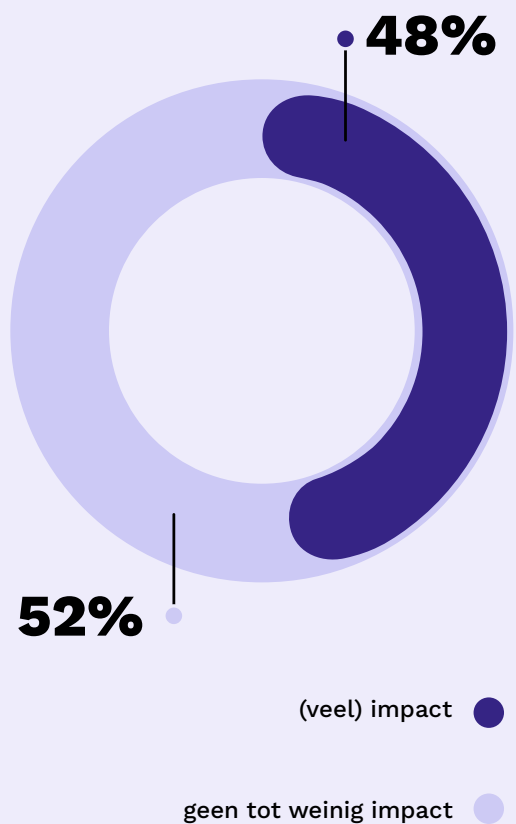
# Fusies en overnames

Steeds meer agencies hebben te maken met fusies en overnames. Waar de markt eerst versnipperd was, bundelen kleine én grote bureaus nu hun krachten. Zo versterken en verbreden ze hun skills op het gebied van creativiteit en marketing. Bijna de helft van de agencies (48%) voelt de impact van het toenemende aantal fusies en overnames. Waarom kiezen bureaus wel of juist niet om zich bij een grotere agency aan te sluiten?

## Specialisatie wordt de norm

Bijna wekelijks kondigen bureaus nieuwe overnames aan. Een groter bureau zorgt voor een sterkere marktpositie en de mogelijkheid om klanten nog beter van dienst te zijn. Een groot deel van de bureaus geeft aan dat een overname hen de kans biedt om meer te gaan specialiseren (65%) en de focus te leggen op hun onderscheidende kwaliteit (84%). Voor agencies die bewust zelfstandig blijven, is de groeiende concurrentie voelbaar: twee op de vijf bureaus merkt bijvoorbeeld dat het meer moeite kost om talent aan te trekken en te behouden.

### Impact fusies en overnames



## KPI's voor een financieel gezonde agency

Denk je aan een fusie of overname? Dan is het essentieel dat je agency financieel gezond is. Controleer gedurende het hele jaar of je op schema ligt om je financiële doelstellingen te behalen aan de hand van deze KPI's (key performance indicators).

- 1 Bruto winstmarge
- 2 Omzet per fte
- 3 Projectresultaat
- 4 Werkvoorraad
- 5 Productiviteit
- 6 Gemiddeld gerealiseerd uurtarief
- 7 Lage onderhanden werkpositie
- 8 Binnen budget afgeronde projecten
- 9 (Gewogen) sales pipeline

## Waarvoor zijn er meer fusies en overnames?

Een van de oorzaken van de groei van overnames en fusies is dat steeds meer investeerders interesse hebben gekregen in de markt. Het versnipperde landschap biedt kansen: in Nederland zijn veel kleine agencies actief, waardoor een overname voor een flinke groei kan zorgen. Maar agencies beïnvloeden elkaar ook. Met zoveel overnames en fusies in de sector denken bureaus zelf ook kritischer na over hun volgende stap.



## Fuseren of niet: wat doen agencies?



## Helft bureaus houdt zelf de touwtjes in handen

27% van de bureaus staat open voor een overname, is al in gesprek hierover of is al overgenomen. Toch staat niet iedereen direct te springen om de stap te maken. Ruim een op de vijf (23%) bureaus blijft de markt eerst observeren. De helft kiest er bewust voor om zich niet aan te sluiten bij andere agencies. Zij willen zelfstandig blijven en hun eigen positie versterken.

## Hoe presteert jouw bureau ten opzichte van de markt?

Fusies en overnames hebben een flinke impact op agencies. Welke invloed heeft dat op jouw doelstellingen? In het **Agencies Benchmark Report** vergelijk je jouw financiële prestatie met die van andere creative agencies, digital agencies en online marketingbureaus.





# #MASTER JE CIJFERS

## Zo maak je de groeiambities van je agency waar

Uit dit onderzoek blijkt dat 92% van de agencies in 2024 meer bezig is met de financiële resultaten dan vorig jaar. De meeste agencies doen dit vanwege hun groeiambities. Welke inzichten heb je nodig om te groeien en wat moet je doen om als een raket door dat glazen plafond te gaan? We vroegen het Olivier Zeestraten, oprichter van #Masterjecijfers.

### Eerst performance, dan meer mensen

‘De meeste bureaus moeten eerst hun performance verbeteren, en dan pas groeien in aantal medewerkers of klanten’, stelt Olivier. ‘Het aantal medewerkers bepaalt de complexiteit van je organisatie. Tot tien personen kun je alles overzien, maar daarboven moet je een kleine managementgroep vrijspelen die beslissingen maakt op basis van cijfers. Deze groei kost geld. Daarom moet de winstmarge van je agency minimaal tien tot vijftien procent zijn.’

In gesprek met:

### Olivier Zeestraten

Coach, trainer en spreker

#### Over #Masterjecijfers

Olivier Zeestraten is de oprichter van #Masterjecijfers. Hij helpt ondernemers en teams van agencies om hun cijfers te doorgronden. Dat doe je door te sturen op de juiste KPI's en door financieel voorspelbaarder te worden. Met zijn coaching en trainingen stoomt hij bedrijven klaar om een high performing agency te worden.



**‘Bureaus moeten eerst groeien in performance, en dan pas in aantal medewerkers of klanten.’**



### **Voorspelbaarheid is randvoorwaarde voor groei**

‘Allereerst kijk je of je winstgevendheid op orde is. Daarnaast is de randvoorwaarde voor groei dat je winstgevendheid **voorspelbaar** is. Zorg dat je je KPI’s, zoals je gemiddeld gerealiseerd uurtarief en productiviteit scherp hebt. Doe je dat niet? Dan maak je beslissingen op onderbuikgevoel. Schaal je te vroeg op, dan worden ook de (onzichtbare) financiële uitdagingen groter. Daardoor kan heel veel omzet weglekken.’

**‘Groei kost geld. Daarom moet de winstmarge van je agency minimaal 10 tot 15% zijn.’**

### **Verbeter je gemiddeld gerealiseerd uurtarief**

Is je winstgevendheid nog niet optimaal, kijk dan eerst naar je gemiddeld gerealiseerd uurtarief. Een veelgemaakte fout is dat je je rijk rekent met de waarde op de offerte. Maar vaak ligt de gerealiseerde waarde lager. Stel dat je voor een project 200 uren hebt ingeschat voor 100 euro per uur, maar 240 uur hebt gewerkt. Dan is je gemiddeld gerealiseerd uurtarief zo’n 83 euro per uur. Dat kost 17 euro per uur. Dat verlies kan in de tonnen per jaar lopen.’ Olivier geeft tips om dit aan te pakken: ‘Begin bij efficiënter werken. Haal je planning en overschrijdt geen budgetten meer. Geef bovendien geen korting weg. En loop je toch uit, ga met de klant in gesprek om je overuren gefactureerd te krijgen. Zo stijgt je waarde per uur.’

## Sturen op cijfers is veel makkelijker dan je denkt

Je winstgevendheid moet dus op orde én voorspelbaar zijn. Volgens Olivier begint dat met een duidelijke financiële cockpit, waarin je de belangrijkste cijfers heel compact en aantrekkelijk presenteert. ‘Je finance and performance-review met het managementteam is het belangrijkste moment van de maand. Je hoeft geen die-hard expert te zijn, maar zorg dat je

de connectie tussen operatie en finance snapt. Daar maak je het verschil. Als je draait aan de belangrijkste knoppen van de operatie, wil je dat over een maand zien in je cijfers.’ Als het aan Olivier ligt, beginnen alle agencies hier vandaag al mee. ‘Een winstmarge van 20 procent en meer is voor iedereen haalbaar. Er zit zó veel meer in je agency en je klanten. Daar moet je mee aan de slag.’

### Olivier deelt drie essentiële stappen om te groeien met je agency

#### 1 Krijg inzicht in je KPI's

Weet wat vanuit jouw businessmodel de belangrijkste KPI's zijn en hoe je hierop stuurt. Voorbeelden zijn je winstgevendheid, gemiddeld gerealiseerd uurtarief en productiviteit.

#### 2 Leer hoe je je performance verbetert

Begrijp de connectie tussen je operatie en de cijfers van je bedrijf. Als je iets verandert in de organisatie, wil je dat over een maand terugzien in je cijfers.

#### 3 Maak je winstgevendheid voorspelbaar

Presenteer je belangrijkste cijfers compact en begrijpelijk aan het MT. Als je samen écht door hebt hoe je grip krijgt op je cijfers en daarop stuurt, is je finance and performance-review de leukste meeting van de maand.

Benieuwd naar meer van  
#Masterjecijfers?



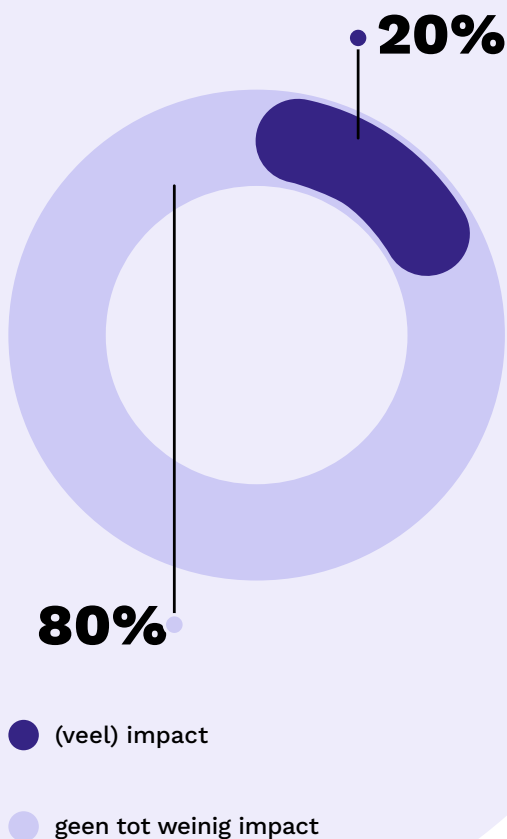
# 3

Marktontwikkeling:

## Toename aantal freelancers

Uit cijfers van het CBS blijkt dat sinds 2013 het aantal freelancers met 282.000 is toegenomen, waarbij de stijging van freelancers het meest zichtbaar is in de zakelijke dienstverlening. Toch voelt 80% van de bureaus weinig tot geen impact van deze toename in het aantal freelancers. Freelancers worden niet gezien als concurrenten. Wel voelen bureaus een verandering in de portemonnee. Waar komt dat gevoel vandaan? En welke acties ondernemen bureaus?

### Impact toename freelancers



### Dit vinden bureaus de voor- en nadelen van werken met freelancers

Een kwart van de bureaus werkt helemaal niet met freelancers. Driekwart van de bureaus werkt dus wel met freelancers en doet dat op zo'n 25% van de projecten. Ruim de helft van de bureaus ervaart meer flexibiliteit in het op- en afschalen van de capaciteit. De helft van de bureaus ziet het ook als een kans om specialistische kennis aan te bieden. 29% kan daardoor meer opdrachten aannemen. Als nadeel zegt een derde van de bureaus dat ze marge mislopen op projecten. Ook ervaart een kwart van de bureaus druk op de prijzen bij inzet van freelancers.

## **Zo bewaak je de kosten van externe medewerkers**

Huur je freelancers in voor een project? Bewaak deze kosten om overbesteding op projecten te voorkomen. Dat kan op twee manieren. Werk je vaak met vaste freelancers, dan kan je hen vragen om - net als je collega's - zelf hun tijd te registreren. Je hebt zo direct inzicht in de tijdsbesteding en kosten per project. Huur je incidenteel freelancers in, dan boek je deze kosten als inkoop. Houd er rekening mee dat je pas achteraf kunt meten of je project binnen budget is gebleven, want de factuur van freelancers wordt vaak met vertraging verwerkt.

## **Meer freelancers als gevolg van krappe arbeidsmarkt**

Het aantal freelancers in Nederland groeit al jaren. De stijging van het aantal freelancers in een bepaalde sector hangt samen met de arbeidsmarktkrapte die er heerst. Ook voor bureaus is het werven van personeel een grote uitdaging. Er zijn dan ook steeds meer freelancers bijgekomen in specialistische zakelijke dienstverlening zoals in bijvoorbeeld de marketingsector. Vooral developers en copywriters zijn lastig te vinden, volgens het platform Freelance.nl. Oftewel: hoe moeilijker het is om personeel te vinden, hoe groter de kans dat het aantal freelancers toeneemt.



## Investeren in personeel

Een aanzienlijk deel van de bureaus wil minder afhankelijk zijn van freelancers. Dit proberen ze door te investeren in werving en het behoud van het huidige personeel. Ongeveer een kwart probeert juist meer zekerheid te krijgen door de samenwerking met freelancers te intensiveren voor een langetermijnbinding.

### Welke acties nemen bureaus als gevolg van de toename van het aantal freelancers?



Bijna de helft van de agencies is scherper op projecturen en kosten. Dat komt waarschijnlijk omdat freelancers een deel van de marges innemen. Vanuit een strategisch oogpunt is ruim een derde bezig met het herpositioneren van hun bureau om hun concurrentiepositie te versterken.

## Ontvang nu jouw exemplaar

Welke tarieven hanteren jouw concurrenten? Ben je na het lezen van het rapport benieuwd hoe andere agencies presteren? Vergelijk jouw prestaties met anderen en ontdek waar je kunt bijsturen voor meer resultaat.



# Agencies gaan aan de slag met groeikansen in 2024

Na alle gesprekken met toonaangevende agencies blijkt dat jullie als geen ander denken in kansen. Jullie zijn echte voorlopers, die veranderingen zoals AI massaal omarmen én zelfs al kansen weten te verzilveren. Maar jullie zijn ook bewuster dan vorig jaar bezig met groei. Door te fuseren, door meer freelancers aan te nemen of door zelf keihard aan de bak te gaan met de inzichten en cijfers van jullie eigen bureau.

Wij hopen dat de inzichten in dit rapport je helpen. Enerzijds om te ontdekken hoe jij er zelf voorstaat, anderzijds door je te inspireren met praktische handvatten.

Hoe zet jij marktontwikkelingen om in groeikansen voor jouw agency?



**Peter Hager**  
CEO  
Simplicate, CRM- en projectsoftware

## Dankwoord

Wij bedanken alle partners, eigenaren en bureaumanagers die wij persoonlijk hebben gesproken, met speciale dank aan Olivier Zeestraten en Daniël Kuipers. En dank aan iedereen die de enquête heeft ingevuld.

## Bronnen

De informatie in dit Industry Report is gebaseerd op meerdere bronnen. De openbare bronnen vind je in dit overzicht. Daarnaast maakten we gebruik van diepte-interviews met toonaangevende agencies en een enquête onder partners, eigenaren en managers bij bureaus in heel Nederland.

Emerce (2021, 10 november). Forse toename in aantal overnames bij digital marketing agencies. <https://www.emerce.nl/achtergrond/forse-toename-aantal-overnames-binnen-digital-marketing-agencies>

CBS, Dossier ZZP - Ontwikkelingen zzp <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-zzp/ontwikkelingen-zzp#:~:text=Steeds%20meer%20werkenden%20zijn%20zzp,met%20282%20duizend%20toegenomen>  
<https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-zzp/wat-zijn-redenen-om-zzp-er-te-worden->

Freelance Markt Index © (2023, 23 juli). Flexibiliteit als belangrijke reden om voor een freelancer te kiezen <https://www.freelance.nl/resources/research/fmi/FMI%20-%202023%20-%20kwartaal%203.pdf>

Consultancy.nl (2023, 8 juni). Nederlanders maken zich zorgen over impact AI op hun werk. <https://www.consultancy.nl/nieuws/47272/nederlanders-maken-zich-zorgen-over-impact-ai-op-hun-werk>

## Colofon

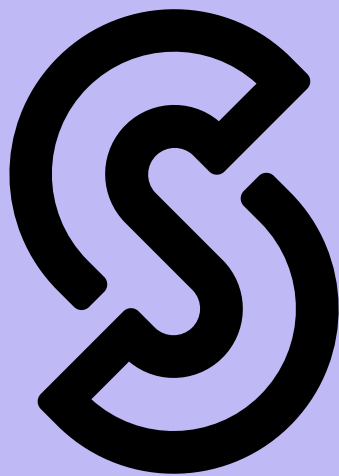
Dit Agencies Industry Report is geschreven door Simplicat. De teksten in dit rapport mogen gedeeld worden, mits deze zijn voorzien van een correcte bronvermelding.

**Eerste publicatie:** februari 2024

Simplicate helpt agencies door hen te voorzien van middelen en expertise om hun bedrijfsvoering te optimaliseren. Dit doen wij met onze gebruiksvriendelijke projectsoftware en ons betrokken team van experts.

Op deze manier zorgen wij ervoor dat jouw bedrijfsvoering niet onnodig ingewikkeld wordt en kun jij je volledig richten op het benutten van jouw volle potentieel.

Bezoek [www.simplicate.com](http://www.simplicate.com) voor meer informatie.



# Simplicate

Your *flow* to success