

Interview met Melanie Chandruang, oprichter van WeConsult, consultant voor creatieve bureaus en ervaren 'visionaries interpreter'

DOOR **MARK VAN LEEUWEN**, 23 JANUARI 2020

VOGSY heeft interactie met leiders en beïnvloeders in een breed scala professional services organisaties (PSO's). De PSO Kennis Expert Serie brengt hun gedachten in kaart over onderwerpen die er voor hen het meest toe doen.



*Voor deze editie, sprak Mark van Leeuwen (MVL) met Melanie Chandruang (MC), oprichter en 'lead operations consultant' van **WeConsult**. Met een bijzondere mix van kennis en vaardigheden in accounting, operations en human resources*

(HR), vond ze een eigen niche waarin ze eigenaars van 'agencies' helpt hun bedrijfsvoering te optimaliseren, zodat zij zich kunnen toeleveren op wat ze het beste kunnen - hun creativiteit toepassen en een visie ontwikkelen op het werk dat ze boven alles het liefst willen doen.

MVL: Kan je ons een 'thumbnail' geven van je professionele zelf?

MC: Ik ben een accounting expert, bedrijfsvoerings nerd en HR strategist alles samen verpakt in een no-nonsense pakket. Mijn focus is creatieve bureaus te laten draaien als goed-geoliede machines door hun dagelijkse workflows en systemen te optimaliseren.

MVL: Vertel ons meer over WeConsult?

MC: Ik ben het bedrijf gestart in februari 2018. Ik heb altijd plezier gehad in het scheppen van orde uit chaos en hou ervan mezelf in het diepe te gooien. Ik heb het geluk gehad met een veelheid aan creatieve bureaus te werken en bovendien in heel verschillende rollen. Ik was bekend met de structuur en details van de business, en ook al was ik eerder betrokken bij tech startups, mijn werk met creatieve agencies groeide snel en werd mijn enige focusgebied.

De diensten die we aanbieden zijn voor bureaus die niet zelf over een Chief Operations Officer (COO) of full-time Operations Manager kunnen beschikken. Elke non-billable full-time positie die je toevoegt in een agency kan immers de bottom line in gevaar brengen.

Dus, wij bieden management begeleiding en support die agencies zich anders niet zouden kunnen veroorloven. We worden typisch ingezet voor opdrachten van 3-6 maanden, soms ook een jaar. We zetten een operationele infrastructuur op en workflows, we trainen het team, zorgen dat er iets schaalbaars staat, zodat zij klaar zijn om het echt werk te doen. We kunnen daarnaast ons nog richten op invulling van specifieke rollen, wanneer dat nodig is.

MVL: Hoe bedoel je dat?

MC: Neem het financiële domein. Ik werkte met een bureau van zo'n 35 mensen en de eigenaar deed nog zijn eigen boekhouding, was in de avonden en weekenden data aan het invoeren in Quickbooks, terwijl hij worstelde met facturatie schema's. Dat is niet wat een creatief voor ogen staat wanneer hij voor zichzelf begint.

En ook degenen die accounting hebben uitbesteed hebben niet altijd de tijd en middelen om de financiën in te duiken, de data te analyseren en met de juiste kpi's voor de dag te komen. Wij kunnen hen helpen te

begrijpen hoeveel cash ze nu echt op de bank hebben en of het genoeg is om hun doelen te realiseren en wat soort werk daarvoor gaat zorgen.

‘We bouwen een systeem en de werkprocessen, trainen iemand intern om hen op het spoor te houden. Een Professional Services Automation platform zoals VOGSY – die simpelweg de juiste metrics voor de agency leadership genereert om tot zich te nemen – maakt ons werk een stuk gemakkelijker.’

We kunnen hetzelfde doen voor de andere domeinen, zoals HR. Bijvoorbeeld ‘applicant tracking’ of een HR Informatiesysteem (HRIS) om de efficiency en de ‘employee-experience’ te verbeteren. We schrijven dan wel niet het werknemers manual uit, maar we brengen het begrip van afhankelijkheden en werkprocessen op een hoger plan om ervoor te zorgen dat een bureau enige weerstand heeft en kosten-effectieve oplossingen heeft.

MVL: Wat is de grootste pijn die eigenaren bij je melden?

MC: Ik denk niet dat ik ooit een eigenaar heb ontmoet wiens belangrijkste motivatie het was een business te runnen. Hun passie is te werken aan fantastische projecten met andere inspirerende creatieven, het beste team samen te stellen en het allerbeste klantenwerk af te leveren.

Met dat in het achterhoofd, ik denk dat hun grootste pijnpunt is dat ze echt niet weten op welke manier of met welke middelen de business te laten groeien.

Het is dan onze opgave voor hen een doeltreffend plan op te stellen om hun bureau te kunnen laten groeien en opschalen.

‘We kijken uit naar efficiënte systemen en processen om de stress van de top van de organisatie naar de werkvloer te verlagen, tijd en geld te besparen, en eigenaren te bevrijden van ballast zodat ze kunnen focussen op wat zij het beste kunnen doen’.

MVL: Is er iets in het bijzonder dat eigenaren misschien over het hoofd zien?

MC: Ze moeten accepteren dat ze niet voldoende rekenkracht in hun hoofd hebben om het allemaal erbij te doen en ze zouden dat ook niet moeten willen. Veel eigenaren schieten tekort in het herkennen van zichzelf als “The Visionary” van hun bedrijf.

Dit mag dan ertoe leiden dat ze minder bezig zijn met de dagelijkse operatie en het projectenwerk, maar de rol zelf is soms de meest creatieve positie in een bureau. De integratie van hun ideeën overlaten aan anderen is niet alleen ok, maar het is de slimste stap die ze kunnen zetten.

MVL: Naar welke indicatoren moeten eigenaren vooral kijken, en als ze dat niet doen, waar zouden ze moeten beginnen?

MC: De gemakkelijkste en beste plek om te beginnen is te begrijpen hoeveel cash ze op de bank hebben en nodig hebben om hun onderneming nog veilig vooruit te kunnen brengen. Basaal misschien, maar wel waar je moet beginnen.

Je hebt nu eenmaal veiligheidsmarges nodig als je business doelen wilt realiseren en je je risico's wilt beperken. Zo kan je afhankelijk zijn van een paar echt grote klanten, en als er één weggaat, ja dan kan je echt in de problemen komen. En als je dan ook nog nieuwe medewerkers wilt werven, dan ontstaan er ineens meer afhankelijkheden.

Het volgende is ervoor te zorgen dat het team zijn uren noteert, niet alleen de 'billable' tijd, maar ook de non-billable tijd, zodat je hun effectief tarief kan bepalen.

Vervolgens is het de productiviteit van medewerkers. een idee hebben wat de teamleden aan het doen zijn, hoeveel tijd ze spenderen aan specifieke klanten en projecten. Je wilt eigenlijk een specifiek

productiviteitsdoel per medewerker, een 'sweet spot', die je na evaluatie kan aanpassen om de winstgevendheid te verhogen. Dit helpt je ook te leren over welke projecten meer of minder winstgevend zijn.

Dan is er natuurlijk **resource utilization** – een nachtmerrie voor elk bureau. Je moet telkens uitvinden wat er nodig is om een project goed af te ronden en omzetdoelen te realiseren en ook nog eens zeker te stellen dat mensen op hun plek zijn en de bezetting flexibel naar boven of beneden kan worden aangepast als zich pieken of dalen voordoen.

MVL: Wat is de meest gemaakte fout die bureaus maken als het gaat om processen en workflows?

MC: Creatieven worden vaak niet blij als ze het woord "proces" horen. Je kan een trieste trombone horen telkens als iemand het onderwerp naar voren brengt. Ze denken dat het prima is om te improviseren, omdat dat ook het creatieve bloed nog sneller doet stromen - maar gebrekkige processen en workflows doen het tegenovergestelde.

Neem zoiets eenvoudigs als het aftrappen van een nieuwe klant. Een lijst met wat er dan gedaan moet worden is zo nodig als water dat is voor het leven. Je wilt niet dat mensen op hun hoofd krabben en zich afvragen wie de kick-off-call zou moeten doen, wie erbij zou moeten zijn, wat er op de agenda zou moeten staan, welke informatie iedereen moet hebben.

Als echt minimum moet een checklist verzekeren dat teams hun denkkracht niet verspillen aan de vraag wat ze nu weer moeten doen of processen opnieuw moeten uitvinden die zij en anderen al talloze keren doorlopen hebben. Elke rol in een creatief bureau kan worden gestroomlijnd met de juiste workflow en dat zal mensen vrijmaken om zich te focussen op hun creatieve werk.

MVL: Waarom is cultuur belangrijk in een bureau en waarop zouden eigenaren zich moeten focussen?

MC: Bureaus bewegen zich in een super competitieve omgeving aan de inhuurkant; recent nog heb ik een [blog daarover](#) geschreven. De werkloosheid is laag, en 'in-house-opportunities' leveren vaak meer op dan bureaus betalen. Echter, we hebben het over creatieve mensen. Het type werk dat zij doen, de mensen met wie ze werken, de omgeving waarin zij dat doen, dat alles kan een groot verschil uitmaken voor het behouden en aantrekken van nieuwe talenten.

Veel instroom komt direct uit mondreclame tot stand. Als je een stevige cultuur hebt - speciaal een cultuur waarin mensen veilig hun ideeën kunnen laten horen-, waarin ontwikkeling van medewerkers voorop staat - dat kan ervoor zorgen dat creatieve mensen sneller vinden wat ze zoeken en hen een weg verschaffen voor verdere groei in hun carrière

MVL: Ok, laatste vraag. Ik begrijp dat je persoonlijke fallback carrière is om een honden moeder te zijn. Kan je daarvan leven?

MC: Was het maar waar! Mijn vader zegt me dat ik me als kleuter ongeveer op elke hond stortte die voorbij kwam, wat uiteraard niet de veiligste situaties opleverde. Ik kan mijzelf gemakkelijk voorstellen met acht honden. Tuurlijk, ik zou een huis met veel grond nodig hebben en onroerend goed is in San Diego best prijzig. Ik zie overigens ook niet hoe dit tot enige vorm van inkomsten zou kunnen leiden. Dus ik ben met details van dat plan nog bezig.

MVL: Dat was het charmante deel, toch?

MC: Spijker op zijn kop weer!

Voor meer informatie hoe [VOGSY](#) jouw client services company nog vandaag kan helpen, contact info@geefirm.com.

Mark Van Leeuwen is de CEO van VOGSY, Google business software pioniers. Mark heeft leidinggevende rollen vervuld in software en dienstverlenende bedrijven op alle continenten en leiding gegeven aan groei in nog onverkende gebieden voor meer dan 20 jaar. Hij is fervent voorstander van eenvoud en transparante en meer doen met minder.