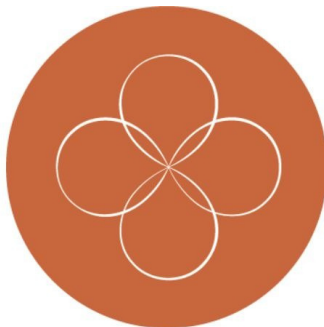




## The Creatives Studio



‘Ik zie de wereld niet als concurrent, ik geloof dat er voor iedereen ruimte is’

Helpen - Verbinden – Verdienen - met The Creatives Studio

Een interview door Madelon Mouw.

Ester Willems werkt op ad-interimbasis voor merken zoals Auping en Vescom, die vraagstukken hebben op het gebied van de eigen collectie, brand awareness en brand expressie. In die rol kwam ze op het idee voor The Creatives Studio. Wat is The Creatives Studio en wat kan deze voor jouw merk betekenen? Ester beantwoordt 10 vragen.

### **Wat is The Creatives Studio?**

‘Creatieven hebben prikkels nodig, een creatieve omgeving, mensen om zich heen. Maar ook weer niet teveel, omdat ze (hoog)gevoelig zijn. Er zijn wel initiatieven waarbij creatieven zich kunnen aansluiten, maar The Creatives Studio heeft nét een andere aanpak. Wij hebben de afspraak gemaakt dat we eerst aan elkaar denken als we een creatieve professional zoeken voor een opdracht. Dat doen we via een besloten groep op LinkedIn; daar zitten we allemaal én het is een veilige omgeving. Daarnaast zijn er online bijeenkomsten. We delen kennis en informatie over de markt, tips over ondernemen, stellen elkaar vragen én bieden elkaar dus opdrachten aan. Dat doen we allemaal op basis van veiligheid en vertrouwen. Het enige dat we afspreken is dat we aan elkaar denken. Verder niet. Dat is ook mijn motto: lets keep it simple and transparent, starting from trust.’

**Voor welke organisaties is The Creatives Studio interessant?** ‘Voor organisaties die merken in de markt zetten en creatieven nodig hebben om dat te realiseren. Ik werk als interimmanager op het gebied van brand awareness en brand expressie. Dat betekent onder meer dat ik collecties voor ze samenstel. Die collecties moeten vervolgens in de markt gezet worden. Dat houdt in dat er verpakkingen nodig zijn, contentplannen, fotografie, een website, winkelstyling... Daarvoor zijn de juiste creatieven nodig. En soms ook voor het samenstellen van een collectie, als ik daar zelf geen tijd voor heb. Daarom zijn er ook twee anderen in The Creatives Studio die dat doen. Die zie ik niet als concurrent, want we werken op basis van vertrouwen. Als ik er zelf geen tijd voor heb of als de opdracht mij niet past, kan ik iemand anders aandragen.’

### **Wie zijn aangesloten bij The Creatives Studio?**

‘Bij The Creatives Studio is ruimte voor creatieven van allerlei disciplines. Denk aan fotografen, vormgevers, seo-experts, brandmanagers, huisstijlontwerpers, interieurontwerpers, tekstschrijvers... Het zijn allemaal seniors; ze staan stevig in hun schoenen en ik kan ze feilloos inzetten bij iedere klant. We moeten niet te groot worden, omdat we online met elkaar in gesprek moeten kunnen blijven. Daarom zitten er twee, maximaal drie mensen van dezelfde discipline in de groep. Dat aantal is ideaal. Iedereen heeft z'n eigen stijl, en wanneer de één niet past bij een opdrachtgever, doet de ander dat misschien wel.’

### **Wat hebben zij aan The Creatives Studio?**

‘Bij de organisaties waar ik ad interim werk krijg ik vaak de vraag of ik nog iemand weet voor een opdracht. Bovendien heb ik zelf ook altijd een team van creatieven om me heen nodig. Dan kijk ik eerst in The Creatives Studio wie er bij de organisatie en de opdracht past en er tijd voor heeft. Dat geef ik dan - samen met een indicatie van het uurtarief en de werkwijze - aan de organisatie door. Op die manier help ik mensen aan een opdracht. En als ze eenmaal ‘binnen’ zijn bij de opdrachtgever, komen daar vaak vervolgoopdrachten uit.’

### **Wat is jouw rol?**

‘Als initiatiefnemer stel ik de groep samen. Dat doe ik op gevoel, dat is waar ik goed in ben. En iedereen snapt dat ook. Sterker nog, ze vinden het wel fijn dat ik een soort moeder-overste ben. Binnen de groep hebben we het ook over disciplines die we nog missen. Dan kijken we in ons netwerk of er iemand is die zou kunnen aansluiten. Ik ben geen detacheerder, maar wel de oprichter. Ik vind het dan ook belangrijk om de kernwaarden van The Creatives Studio - veiligheid en vertrouwen - uit te leggen. Daarom wil ik iedereen die nieuw aansluit, eerst spreken. Meestal weet ik ook wel wat een opdracht mag kosten voor een bepaalde discipline. Het gebeurt weleens dat een creatief te weinig offreert, of juist buitensporig veel. Daarin kan ik dan adviseren. Elke creatief factureert overigens rechtstreeks aan de opdrachtgever. Tenzij een grote klant alles op één factuur wil hebben. Dan kan het via mijn bedrijf.’

### **En wat levert het jou op?**

‘Het verschilt per situatie. Soms declareer ik een bedrag bij de organisatie. Bijvoorbeeld wanneer ik bij een eerste gesprek een behoefte signaleer. En of ik de klus nu krijg of niet, als ik iemand uit The Creatives Studio aan deze organisatie kan verbinden, scheelt dat een wervingscampagne. Soms is het ook andersom. Zo kon ik een dessinontwerper die ik goed ken, verbinden aan een klant waar ze alleen maar van kon dromen. In haar portfolio had ze alleen fashion, geen interieur. Maar ze paste bij de klant, snapte de stijl van het specifieke merk, kon de opdracht aan en had tijd. Met haar heb ik toen afgesproken dat we met een verdienmodel gingen werken. In dit geval kreeg ik een percentage van het bedrag dat zij in rekening bracht aan de opdrachtgever. Toen mijn klus bij de opdrachtgever erop zat, verviel deze afspraak. Maar zij was wel ‘binnen’ bij de opdrachtgever. Ik bekijk het per situatie en per persoon. Samen maken we daar afspraken over.’

### **Hoe ben je op het idee gekomen van The Creatives Studio?**

‘Ik ben een verbinder, een trechter, en dat doe ik met heel veel liefde. De afgelopen jaren was ik veel bezig met de energie van helpen, verbinden, verdienen. Tijdens het coachen van ondernemers merkte ik dat die moeite hebben om geld te vragen voor iets wat ze creëren. Dat is maatschappelijk zo ontstaan. Maar als het geld niet stroomt, stromen kracht en liefde ook niet. En dat brengt je als ondernemer aan het wankelen. Zo kwam ik het op het idee van The Creatives Studio.’

### **Hoe heb je de groep bij elkaar gekregen?**

‘Ik focus me vol op LinkedIn. Omdat ik uit de zakenwereld kom voel ik me hierbij thuis. In de coronaperiode ben ik mensen gaan bellen om te praten over hun passie, de dingen waar ze tegenaanlopen. Ook oude contacten uit mijn loondienstbanen heb ik aangewakkerd: wat doe je, waar sta je? Zo ontstond er een groot netwerk. Daaruit heb ik de eerste selectie gemaakt voor The Creatives Studio. We zijn gestart met twee kennismakingsbijeenkomsten via Teams. Dat was heel succesvol, iedereen is blij dat we elkaar kunnen helpen en inspireren.’

**Is het jouw ambitie dat bedrijven op een gegeven moment zeggen: ik huur The Creatives Studio in?** ‘Op dit moment ben ik The Creatives Studio nog niet aan het laden als eigen merk. Dat kost veel tijd, geld en energie. Die stop ik nu liever in leuke klussen. Organisaties kunnen contact met mij opnemen en dan verbind ik ze rechtstreeks. Ook de leden delen dat ze onderdeel zijn van The Creatives Studio, maar zonder namenlijst. Als ik een LinkedIn-post schrijf, tag ik ook geen leden. Niet vanuit angst, maar ik geloof er niet in dat je weer een nieuw merk gaat laden. Als die behoefte straks wel ontstaat, kan dat altijd nog. Nu gaat het vooral om verbinden en leuke opdrachten doen.’

**Hoe ziet de toekomst van The Creatives Studio eruit?** 'In de toekomst wil ik er een soort 'leraarschap' aan toevoegen. Alle creatieven die zijn aangesloten zijn seniors met specifieke kennis die je op school niet kunt leren. Die kennis zou ik willen overdragen. Zo kwam ik bijvoorbeeld mensen tegen die willen leren collectioneren (een collectie voor een merk samenstellen, red.). Hoe mooi zou het zijn als ik ze dan zou kunnen meenemen op stage bij een interimklus? Ook zou ik het tof vinden als we in de toekomst webinars organiseren voor de hele studio om op die manier nog meer kennis te delen.'

**Meer weten? Ga naar mijn [website](#).**

---

