

Checkliste zur Agenturwahl

Damit du weisst, worauf es bei der Suche nach einer geeigneten Kommunikations- / Werbeagentur ankommt, haben wir für dich eine einfache Checkliste zusammengestellt.

Bei der Evaluation einer potenziellen Agentur empfehlen wir immer ein persönliches Treffen mit der Leitung der Agentur sowie dem/der vorgesehenen Projektverantwortlichen. Die Entscheidungsgrundlage basiert auf Hardfacts, wie Arbeitsbeispielen oder der Agenturphilosophie, und Softfacts – also Emphathie und ein gutes Bauchgefühl.

Sinnvollerweise erstellst du als Auftraggeber*in bereits bei der Einladung ein kurzes Briefing, damit die Agentur einen ersten Eindruck gewinnen kann, was dein Unternehmen macht, welcher Markt bedient werden soll und was das anstehende Projekt beinhaltet.

Die Wahl einer Agentur bedarf der Klärung folgender Punkte:

Was wird gesucht	<ul style="list-style-type: none"> - Suchen wir einen Partner für langjährige Mandate in einem kompletten Marketingmix? - Suchen wir einen Partner für ein einzelnes Projekt? - Suchen wir einen Partner für externe Beratungsdienstleistungen und Expertise?
Anzahl Agenturen	<ul style="list-style-type: none"> - Schauen wir uns eine lange Liste von Agenturen an und senden diesen eine Offertanfrage? - Beschränken wir uns auf eine kleine Auswahl an Agenturen, treffen diese aber zu einem persönlichen Gespräch?
Ablauf des Auswahlprozesses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Telefonische oder schriftliche Anfrage mit einem kurzen Beschrieb der Ausgangslage 2. Einladung zu einer Agenturpräsentation (virtuell oder vor Ort) Bei einem persönlichen Treffen ist es wichtig, dass die der/die mögliche Projektverantwortliche dabei ist. Das hilft, einen ersten Eindruck der Person und der Arbeitsmethodik zu gewinnen. Ausserdem können wichtige Fragen direkt geklärt werden. <i>(Siehe Fragen für das Agenturgespräch)</i> 3. Interne Entscheidungsfindung gemäss den Entscheidungskriterien

<p>Entscheidungskriterien</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sympathie / Chemie Hat die Chemie beim ersten Treffen gepasst? Kannst du dir eine Zusammenarbeit vorstellen? - Erfahrung Verfügt die Agentur bereits über Erfahrung im Bereich deines geplanten Projekts? - Kompetenzen Deckt die Agentur alle für das Projekt nötigen Kompetenzen ab? - Arbeitsweise Passt die Arbeitsweise der Agentur zu der deines Unternehmens? - Standort Wo befindet sich die Agentur? Ist es problemlos möglich, sich zu treffen? - Qualitätsverständnis Hat die Agentur das gleiche Verständnis von Qualität wie du? - Vertrauen Erscheint die Agentur vertrauenswürdig? Bist du bereit ihnen Interna deines Unternehmens anzuvertrauen? - Preis-/Leistung Stimmt das Verhältnis von Preis und Leistung? Was erhältst du für dein Geld? - Professionalität Wie professionell ist das Auftreten der Agentur? - Verständnis Hat die Agentur die Aufgabenstellung des Briefings richtig erfasst und ist darauf eingegangen? - Kreativität Wie kreativ waren die Präsentation, die Lösungsansätze und die bereits umgesetzten Projekte?
<p>Worauf ist besonders zu achten</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lerne vorab das Team kennen, mit dem du zusammenarbeiten wirst. - Finde heraus, ob es in deinem direkten oder erweiterten Umfeld Empfehlungen oder Referenzen gibt, die für diese Agentur sprechen. - Vergewissere dich, dass die Philosophie der Agentur zu der deines Unternehmens passt. - Kläre ab, wie das Pricing der Agentur aussieht. - Stelle sicher, dass die Agentur zum gewünschten Zeitpunkt verfügbar ist und eine gewisse Flexibilität mitbringt. - Lege besonderen Wert darauf, dass die Agentur über strategische Kompetenz verfügt.

Potenzielle Fallstricke	<ul style="list-style-type: none">- Kosten Es ist wichtig, dass du weisst, ob du einmalige oder wiederkehrende Kosten zu erwarten hast. Stelle sicher, dass es keine versteckten Kosten gibt, die später für eine Überraschung sorgen.- Erfolg Hinterfrage die Versprechen der Agentur und frage dich, ob es realistisch ist, dass diese erfüllt werden können.- Timing Ein nicht realistischer Zeitplan bringt das ganze Projekt ins Wanken. Deshalb ist eine sorgfältige Planung unerlässlich.
--------------------------------	---

Quelle: Leading Swiss Agencies «Leitfaden zur Agenturwahl»

Fragen für das Agenturespräch

Im Gespräch mit einer Agentur gibt es ein paar wichtige Faktoren, die für die spätere Beurteilung hilfreich sind.

Entwicklung:

- Wann wurde die Agentur gegründet?
- Wie sind die Besitzverhältnisse der Agentur?
- Wie positioniert sich die Agentur am Markt?
- Wie vernetzt ist die Agentur?

Philosophie und Arbeitsweise

- Welche Vision verfolgt die Agentur?
- Nach welcher Methodik arbeitet die Agentur?
- Mit welchen Systemen arbeitet die Agentur?

Bestehende Kundenstruktur

- Wieviele Kunden hat die Agentur?
- Welchen Branchen gehören diese Kunden an?
- Wie lange bleiben Kunden der Agentur treu?

Team

- Wieviele Mitarbeitende arbeiten bei dieser Agentur?
- Wie sah die Entwicklung der letzten Jahre aus?
- Wie viel Erfahrung hat das Team?
- Wer ist deine Hauptansprechperson?
- Wie hoch ist das Engagement der/des Projektverantwortliche für das künftige Mandat?

Know-how

- Verfügt die Agentur über spezifische Branchenkenntnisse?
- Hat sie bereits in verwandten Gebieten oder ähnlichen Märkten gearbeitet?

Fallbeispiele

- Welches sind die neusten Kampagnen oder Arbeiten der Agentur?

Konditionen

- Wie transparent wird kommuniziert und offeriert?
- Gibt es Offertbeispiele?
- Gibt es Aufwandschätzungen seitens der Agentur?

Was du von einer Agentur erwarten darfst

Damit die Zusammenarbeit erfolgreich wird, ist es wichtig vorab Klarheit zu schaffen, was die Zielsetzung, die Rolle der Agentur sowie das Budget angeht.

Dann darfst du bzw. dein Unternehmen von deiner Agentur erwarten, dass....

- ...sie ein Verständnis für dein Unternehmen / deine Marke hat.
- ...sie die bestmöglichen Lösungen zur Erreichung deiner Kommunikationsziele anstrebt.
- ...sie nachhaltige Leistungen zu transparenten Konditionen bietet.
- ...sie neue Kommunikationstrends frühzeitig aufgreift.
- ...sie dich strategisch berät.
- ...sie die Effektivität und Effizienz deiner Kommunikation steigert.