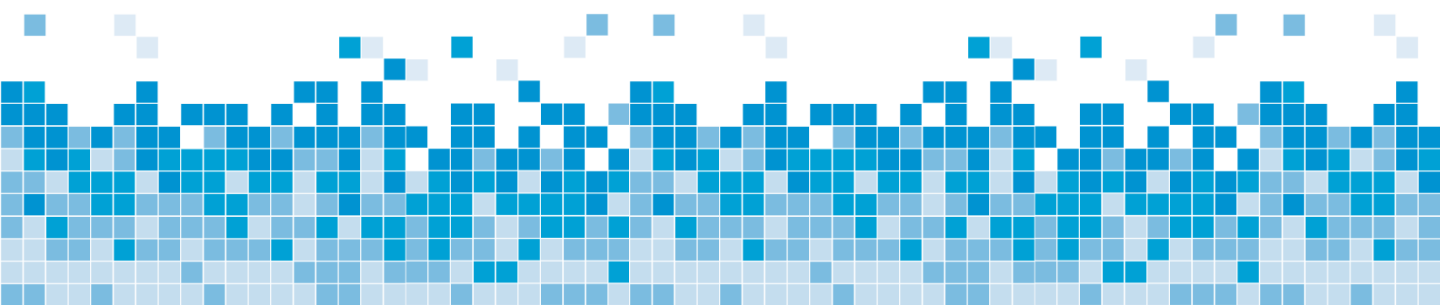




Der erfolgreiche Agenturpitch

Whitepaper



Der Agenturpitch

Viele Unternehmen holen sich Hilfe und Unterstützung in Form von externen Agenturen ins Haus, die sie sowohl bei operativen als auch strategischen Aufgabenstellungen unterstützen. Klassische Bereiche im Online Marketing in denen sich Unternehmen Agenturunterstützung einkaufen sind:

- Suchmaschinenmarketing und -optimierung
- Affiliate Marketing
- Display Advertising
- Social Media Marketing

Die Suche nach einer passenden Agentur kann sich allerdings für Unternehmen schwieriger gestalten als gedacht, denn die Agenturdichte in Deutschland ist bereits sehr hoch und nimmt stetig weiter zu. Erschwerend kommt hinzu, dass die Profile und Leistungsportfolios der Agenturen sehr ähnlich sind und es neben den klassischen Full-Service-Agenturen immer häufiger Spezial-Agenturen gibt, die sich auf einen Teilbereich des Online Marketings spezialisiert haben.



Der Agenturpitch

Neben den genannten externen Faktoren gibt es in der Regel zusätzliche unternehmensinterne Faktoren, welche die Suche nach einer passenden Agenturen aufwendig und komplex werden lassen. Insbesondere die verschiedenen Stakeholder, die in den Entscheidungsprozess einbezogen werden müssen (z.B. Geschäftsführung, Online Marketing Manager, Einkäufer etc.), haben in der Regel unterschiedliche Interessen und Anforderungen, die den Auswahlprozess erschweren können.

Zusätzlich führt häufig fehlendes Detailwissen zu einer fehlerhaften oder unkonkreten Spezifizierung und Priorisierung der Anforderungs- und Leistungskriterien, die zur Bewertung und Auswahl der Agentur herangezogen werden.

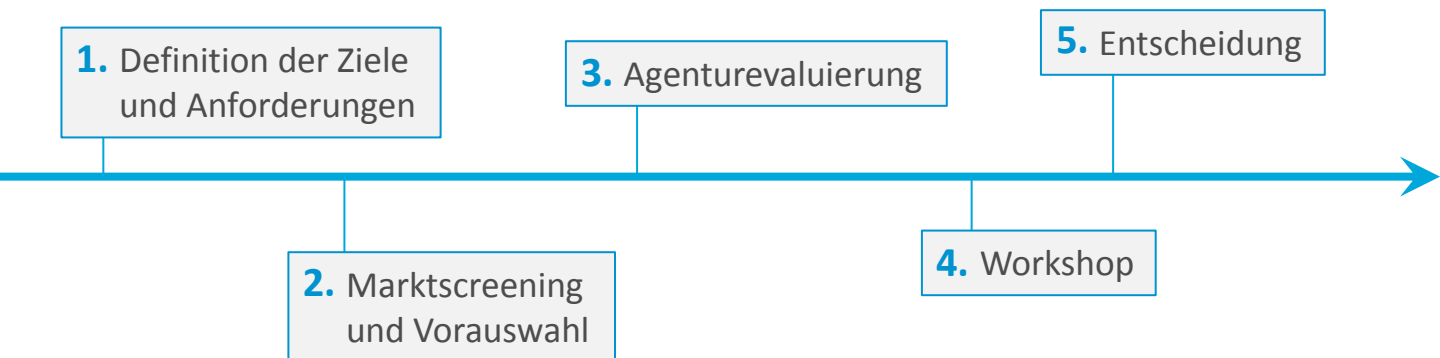
Für eine erfolgreiche Agenturauswahl empfiehlt es sich daher besonders strukturiert vorzugehen (siehe folgenden 5-Schritte Auswahlprozess) und die folgenden Punkte zu beachten.

Checkliste: Erfolgreiche Agenturauswahl

- Definieren Sie detaillierte Ziele und Anforderungen
- Begrenzen Sie den Teilnehmerkreis
- Legen Sie objektive Bewertungskriterien fest
- Erstellen Sie ein ausführliches und klares Briefing
- Räumen Sie einen ausreichenden Bearbeitungszeitraum ein
- Treffen Sie zügig eine Entscheidung und informieren Sie alle Beteiligten

Der 5-Schritte Auswahlprozess

Um in dem Dschungel der Agenturen und Anforderungen nicht die Orientierung zu verlieren und die passende Agentur zu finden, hat sich folgender 5-Schritte Prozess für eine erfolgreiche Agenturauswahl bewährt:



1. Definition von Zielen und Anforderungen

Im ersten Schritt müssen die Ziele und Anforderungen an die neue Agentur definiert werden. Diese werden in einem Anforderungsprofil zusammengefasst und enthalten neben konkreten Anforderungen wie Agenturgröße, Branchenerfahrung, Standort etc. auch Antworten auf Fragen wie: Wird die Agentur nur für ein zeitlich begrenztes Projekt oder als permanente Unterstützung benötigt? Soll die Agentur Aufgaben des operativen Tagesgeschäfts übernehmen oder strategische Konzepte entwickeln? Etc.

Für das Anforderungsprofil werden die Anforderungen aller relevanten Entscheidungsträger/ Stakeholder berücksichtigt. Dementsprechend muss zu Beginn des Projektes geklärt werden, welche Fachabteilungen und Mitarbeiter in den Entscheidungsprozess einbezogen werden.

Für diesen Punkt sollten ausreichend Zeit und Ressourcen eingeplant werden, da er von entscheidender Bedeutung für den weiteren Auswahlprozess und die finale Entscheidung ist.

Der 5-Schritte Auswahlprozess

2. Marktscreening und Vorauswahl (Longlist)

Nachdem alle nötigen Anforderungen definiert wurden, erfolgt ein umfangreiches Marktscreening. Hierbei werden die für eine erste Auswahlrunde in Frage kommenden potenziellen Agenturen mittels Internetrecherche, Unternehmensseiten, Blogs, Fachzeitschriften sowie internem und externem Netzwerk ausgewählt. Die Longlist sollte maximal acht Agenturen beinhalten.

3. Agenturevaluierung

Im Rahmen der Evaluierung erhalten die Agenturen der Longlist eine Anforderungsliste bzw. einen Fragebogen mit allgemeinen Fragen zur Agentur sowie ersten spezifischen Fragestellungen hinsichtlich der zukünftigen Aufgabenbereiche zur Bearbeitung. Ziel ist es, einen tieferen Einblick in das Leistungsspektrum der Agentur zu erhalten und die wichtigsten Anforderungen für eine erfolgreiche potenzielle Zusammenarbeit abzugleichen.

Für die Bearbeitung des Fragebogens erhalten die Agenturen einen festgelegten Zeitrahmen, in der Regel zwischen 2 - 3 Wochen. Die bearbeiteten Rücksendungen werden dann auf Basis eines zuvor definierten Bewertungsmodelles einheitlich und unabhängig voneinander bewertet.

Nach erfolgreich abgeschlossener Bewertung der Longlist-Teilnehmer, werden dann die Agenturen mit dem höchsten Anforderungserfüllungsgrad (maximal vier Agenturen) für die Shortlist ausgewählt.

Der 5-Schritte Auswahlprozess

4. Workshop

Die Agenturen der Shortlist erhalten nach der ersten Auswahlrunde die Möglichkeit sich in einem Workshop zu präsentieren. Hierfür erhalten die Agenturen von dem Unternehmen ein umfassendes Briefing mit einer oder mehreren konkreten Aufgabenstellungen.

Der Workshop sollte immer für beide Seiten effizient, fair und transparent gestaltet werden. Dementsprechend werden innerhalb des Briefings die Aufgaben detailliert beschrieben und alle zusätzlich benötigten Informationen bereitgestellt, die zur Bearbeitung der Aufgaben benötigt werden. Relevant sind hier neben den Basisinformationen über das Unternehmen und seine Marken auch Informationen hinsichtlich Positionierung im Markt, Wettbewerber, Zielgruppe sowie gegebenenfalls Unternehmensstrategien, Kommunikationsrichtlinien, rechtlichen Rahmenbedingungen und Corporate Identity/Design.

Zusätzlich werden den Agenturen in diesem Briefing der Präsentationstermin und -ort, die Präsentationszeit/Agenda inklusive Fragerunde sowie Kontaktinformationen für mögliche Rückfragen mitgeteilt. Je nach Aufgabenstellung und -umfang sollten eine Bearbeitungszeit von 4 - 6 Wochen und eine Präsentationszeit von 1,5 - 2 Stunden angesetzt werden.

Neben der Beurteilung von fachlichen Aspekten dient der Workshop auch dem persönlichen Kennenlernen der Agentur und Mitarbeiter. Denn für eine langfristige, erfolgreiche Zusammenarbeit müssen Unternehmen und Agentur auch zwischenmenschlich harmonieren. Wichtig ist daher, dass von beiden Seiten die operativen Ansprechpartner an dem Workshop teilnehmen und in den Entscheidungsprozess integriert werden.

Der 5-Schritte Auswahlprozess

5. Entscheidung

Für eine objektive Beurteilung der Agenturen wird für alle Entscheider ein Bewertungsbogen mit harten und weichen Leistungsfaktoren erstellt. Dieser dient der einheitlichen Bewertung der Agenturen während bzw. nach dem Workshop.

Im Anschluss werden die Bewertungsbögen ausgewertet und für jede präsentierende Agentur ein Stärken-Schwäche-Profil erstellt. Diese Profile stellen die Basis für die finale Entscheidung für eine Agentur dar.

Ist die Entscheidung gefallen, wird die ausgewählte Agentur schnellstmöglich über das Ergebnis informiert, sodass mit den folgenden Vertragsverhandlungen begonnen werden kann. Allen nicht ausgewählten Agenturen wird die Entscheidung ebenfalls mitgeteilt und begründet.

Bei der Durchführung eines Agenturpitches sollte unbedingt bedacht werden:

Der erfolgreiche und professionell durchgeführte Auswahlprozess ist eine sehr zeit- und ressourcenintensive Aufgabe und setzt sehr gute Kenntnisse innerhalb der Agenturbranche voraus, die Unternehmen sowie einzelne Mitarbeiter in der Regel nicht mitbringen. Es ist daher sinnvoll den Auswahlprozess durch einen erfahrenen und unabhängigen externen Partner (z.B. DIGITAL FORWARD) unterstützen und begleiten zu lassen.

Über DIGITAL FORWARD

WIR STEIGERN IHRE MARKETING EFFIZIENZ!



MARKETING AUDITING



DIGITAL ANALYTICS



TECHNOLOGIE-, TOOL- UND AGENTURAUSSWAHL



UMSETZUNG UND SCHULUNG

Mit unserer innovativen, auf Marketing und Digital Analytics spezialisierten Unternehmensberatung verhelfen wir namenhaften Unternehmen zu einem erfolgreichen, effizienten Online Marketing.

Hierbei garantiert Ihnen unsere Unabhängigkeit von allen Anbietern, Agenturen und Dienstleistern die beste auf Ihre individuellen Wünsche abgestimmte Lösung. Dies gilt für die Umsetzung von Einzeldisziplinen ebenso wie für die Realisierung komplexer Digital-Strategien.

Kontakt

DIGITAL FORWARD GmbH
Hohe Bleichen 10
20354 Hamburg

www.digitalforward.de

Nina Grimme
nina@digitalforward.de
040.60 94 001-13