

Agentur-Wahl:

Marketing-, Kommunikations- oder Internet-Agentur?



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Unter welchen Agenturarten unterscheidet man?	4
Einige Vor- und Nachteile der einzelnen Agenturarten	7
Kriterien bei der Wahl von Agenturen	9
Tipps	10
Wie wählen Sie die richtige Agentur aus?	11
Experten und Sponsoren von Marketing-Ideen.ch	13
Über uns	14

Vorwort

Es ist nicht ganz einfach, die Agentur auszuwählen, die wirklich zu Ihnen passt. Beim Vorgehen gibt es einige wichtige Punkte, die man beachten sollte. In diesem Ratgeber werden die unterschiedlichen Agenturarten, deren Vorteile und allfällige Nachteile beschrieben. Ausserdem finden Sie konkrete Hinweise, was Sie bei der Selektion und Zusammenarbeit mit Agenturen beachten müssen und wie Sie dabei am besten vorgehen.

1. Unter welchen Agenturarten unterscheidet man?

Diverse Agenturarten erfüllen unterschiedliche Aufgaben. Heutzutage bietet eine Werbeagentur einem Unternehmen nicht nur Gestaltung und Realisierung von Werbung an, sondern oft auch eine fundierte Konzeption von Kommunikationsstrategien. Dies ist eine Dienstleistung, die genauso von einer Kommunikations-, PR- oder Marketing-Agentur übernommen werden könnte. In der folgenden Übersicht werden die wichtigsten Agenturarten kurz vorgestellt. Erkundigen Sie sich in jedem Fall im Vorfeld über die angebotenen Dienstleistungen.

- **Marketing-Agentur:** Die klassische Marketing-Agentur bietet meistens eine Beratung im Gesamt-Marketing an und unterstützt konkret bei der Planung und Realisierung von Marketingmassnahmen. Da sich Marketing auf sehr viele unterschiedliche Disziplinen bezieht, arbeitet die Marketing-Agentur oft mit entsprechenden Spezialisten und Experten zusammen. Eine Übersicht über alle Marketingthemen sowie Tipps und Ideen für Marketingmassnahmen finden Sie auf www.marketing-ideen.ch
- **Kommunikations-Agentur:** Kommunikation ist ein wichtiger Bestandteil der Marketingstrategie und wird darum auch von Marketing-, PR-, oder Werbeagenturen angeboten. Viele Kommunikationsagenturen bieten einen so genannten Full-Service an. Full-Service heisst, dass die Agentur nicht nur einen Bestandteil des Services übernimmt, z.B. die Gestaltung einer Broschüre oder Inseratekampagnen, sondern sich der ganzen Unternehmenskommunikation annimmt. Sie bietet eine Unternehmensberatung aus Sicht der Kommunikation an. Viele Werbeagenturen nennen sich heute Kommunikationsagenturen. Viele Agenturen welche ursprünglich nur Werbedienstleistungen angeboten haben, erweiterten das Angebot in ganzheitliche Kommunikationslösungen. Zum Beispiel im Bereich PR (Öffentlichkeitsarbeit) oder Internet-Marketing.
- **Internet-Agentur:** Eine Internet-Agentur sorgt für den Auftritt Ihrer Firma im Internet. Eine Agentur, die Ihnen Entwicklung und Design des Webauftritts anbietet, ist schnell gefunden. Schwerer ist es in diesem Bereich Agenturen zu finden, die einen umfassenden Service anbieten: d.h. Entwicklung und Design des Webauftritts, Bewirtschaftung und Internetmarketing (z.B. Bannerwerbung oder Suchmaschinenoptimierung). Ein neuer Aspekt in diesem Gebiet ist das CMS (Content-Management-System). Dieses System vereinfacht nicht nur die Verwaltung der Dateien im Internet, sondern beschleunigt auch die Verteilung von Informationen auf der Website. In punkto CMS ist es sehr wichtig zu beachten, dass Sie Ihre Website möglichst selbst-

ständig und einfach aktuell halten können. Bei der Suchmaschinenoptimierung geht es darum, dass Ihre Website so aufgebaut ist, dass sie möglichst gut in den Suchmaschinen gefunden wird, damit möglichst viele Interessenten auf Ihre Angebote stossen. Wenn Sie mehr über dieses Thema wissen wollen, empfehlen wir Ihnen die Seite www.marketing-ideen.ch

- **PR-Agentur** (PR = Public Relations / Öffentlichkeitsarbeit): Public Relations sind das Verhalten und sämtliche geplanten und dauernden Bemühungen, um in der Öffentlichkeit sowie bei direkt und indirekt betroffenen Gruppen gegenseitiges Vertrauen und Verständnis aufzubauen und zu fördern. Die Kommunikationsmittel um die Zielgruppe zu erreichen sind vielfältig: Pressarbeit, Organisation von Veranstaltungen, Kommunikation im Unternehmen (Zeitschrift für Mitarbeiter), Online-PR-Kampagnen, Medienanalysen usw. Ein Stichwort, welches im Zusammenhang mit PR immer wieder auftaucht ist Corporate Identity (CI). Jede Firma soll eine eigene Persönlichkeit haben; ein Erscheinungsbild welches nicht nur nach aussen auftritt, sondern auch firmenintern eingehalten wird. Da sich die Arbeit einer PR-Agentur mit den anderen oben erwähnten Agenturen überschneidet, sollte man sich über die Erfahrungen und Referenzen der Agentur informieren.

Wenn Sie mehr über Public Relations wissen wollen, dann besuchen Sie www.marketing-ideen.ch. Sie finden dort konkrete Ideen und zahlreiche Checklisten zum Thema PR.

- **Werbeagentur:** Eine klassische Werbeagentur hat in der Vergangenheit neben der Entwicklung einer Werbestrategie vor allem die Gestaltung und Realisierung von Plakaten, Prospekten, Flyers, Inseraten usw. übernommen. Heute bieten aber die meisten Werbeagenturen viel mehr an und nennen sich Kommunikationsagenturen: Webdesign (statische oder auch animierte Homepages), Online-Werbekampagnen, Full-Service (Planung, Konzept, Realisation), Marketing-Kommunikation, Corporate Identity und Corporate Design. Corporate Design ist ein Teilbereich des Corporate Identity Konzepts und befasst sich mit den Gestaltungsmöglichkeiten eines Firmenauftritts im visuellen Bereich (z.B. Logos, Schrift, Inserate usw.).

Mehr Infos und konkrete Tipps zum Thema Werbung und Werbeagenturen finden Sie auf www.marketing-ideen.ch

- **Eventagentur:** Eine Eventagentur bietet umfassende Dienstleistungen im Bereich Planung, Organisation und Umsetzung von Veranstaltungen oder anderen Events wie beispielsweise Promotionen an. Mögliche Arten von Events sind beispielsweise Firmen-Jubiläen, Kundenanlässe, Mitarbeiteranlässe, Promotionen im Zusammenhang mit der Einführung von neuen Produkten usw. Eventagenturen arbeiten dabei in der Regel mit verschiedenen Spezialisten aus den Bereichen Technik, Catering, Sicherheit oder Künstlervermittlung zusammen.

- **Freischaffende Texter:** Ein freischaffender Texter erstellt in der Regel alle Arten von Texten (Inserate, Broschüren, Mitarbeiterzeitschriften usw.) für Ihr Unternehmen. Bei der Zusammenarbeit mit diesen Dienstleistern ist es sehr wichtig, ganz klare Zielsetzungen für die gewünschten Werbemittel zu definieren. Nur so ist eine effiziente Zusammenarbeit gewährleistet.
- **Freischaffende Grafiker:** Ein freischaffender Grafiker setzt Ihre Firmenideologie visuell um. Er gestaltet Prospekte, Broschüren, Inserate, Flyer, Plakate usw. Grafiker können bei der Gestaltung von Websites eine wertvolle Hilfe sein.
- **Freischaffende Webdesigner:** Freischaffende Webdesigner unterstützen Sie beim Aufbau und bei der Weiterentwicklung Ihres Internetauftritts oder Erstellen für Sie Online-Werbemittel.
- **Freischaffende Fotografen:** Freischaffende Fotografen unterstützen Sie bei der professionellen Visualisierung von Kommunikationsmitteln (Werbung, Unternehmensbroschüre, Internetauftritt, usw.)



2. Einige Vor- und Nachteile der einzelnen Agenturarten

Agenturart	Vorteile	Nachteile
Marketing-Agentur	Bieten eine Gesamt-Marketing-beratung an (z.B: Marketing-strategie, Marktforschung, Gestaltung des Marketing-Mix (Produkt, Preis, Promotion, Distribution)	Teilweise in Spezialgebieten nicht mit Top-Know-how
Kommunikations-Agentur	Bieten eine Gesamtberatung im Bereich Kommunikation an (z.B.: Werbung, PR, Internetmarketing), verfügen in der Regel über gut ausgebildete Kommunikationsspezialisten wie Konzepter, Grafiker, Texter usw.	Fokus auf Kommunikationsthemen, verfügen oft nicht in allen Kommunikationsbereichen über ein vertieftes Wissen
Internet-Agentur	Spezialisierung und Fokussierung auf das Internet, verfügen im Bereich Internet über vertieftes Wissen und entsprechende Beziehungen.	Fokus auf das Thema Internet, kein integriertes Kommunikationskonzept
PR-Agentur	Spezialisierung und Fokussierung auf PR-Disziplin (Public Relations, Öffentlichkeitsarbeit), verfügen in diesem Bereich über ein vertieftes Wissen und entsprechende Beziehungen.	Fokus auf das Thema PR, kein integriertes Kommunikationskonzept
Eventagentur	Spezialisierung und Fokussierung auf den Bereich Events (Veranstaltungen, Promotionen usw.), verfügen in diesem Bereich über ein vertieftes Wissen und entsprechende Beziehungen.	Fokus auf das Thema Events, kein integriertes Kommunikationskonzept
Freischaffende Mitarbeitende	Sehr rasch, flexibel und oft günstig einsetzbar.	Oft keine konzeptionelle Unterstützung.

Die vorangehende Tabelle ist nur ein Denkanstoss. Da sich die Bereiche der einzelnen Agenturen überschneiden, ist bei jeder Agentur genau abzuklären, welche Dienstleistungen angeboten werden. Ausserdem ist je nach Branche eine andere Strategie erforderlich. Wenn es darum geht eine Agentur zu beauftragen, sollte man die Dienstleistungspalette und die Referenzen genau prüfen, um somit Stärken und Schwächen des Unternehmens zu erkennen.

Kriterien bei der Wahl von Agenturen

Ein sehr wichtiger Aspekt bei der Wahl der geeigneten Agentur ist die Vorarbeit der Marketingverantwortlichen in den Unternehmen. Diese müssen sich über Ihre konkreten Ziele im Klaren sein und ein fundiertes Marketingkonzept erarbeiten. Auf dieser Basis können Anforderungen an die Agenturen abgeleitet werden:

Hier einige Fragestellungen:

1. Was will ich mit meinem Marketing erreichen? Wo stehe ich heute?
2. Möchte ich eine Teilerneuerung, eine Gesamterneuerung oder punktuelle Massnahmen im Bereich Marketing und Kommunikation?

Mögliche Antworten:

Gesamterneuerung	Marketing: Marketingagentur Kommunikationsstrategie: Kommunikationsagentur usw.
Teilerneuerung	Werbestrategie: Werbeagentur Internetauftritt: Internet-Agentur usw.
Punktuelle Massnahmen	Werbeflyer: Freischaffende Mitarbeiter, Werbeagentur Online-Werbekampagne: Internet-Agentur usw.

3. Welchen Bereich möchte ich verbessern?
(Internet, Unternehmenskommunikation, Werbung, usw.)
4. Wie gross ist mein Budget?
5. Wieviel Zeit habe ich zur Verfügung? Muss es schnell gehen?

Über diese Fragen sollten Sie sich im Klaren sein, bevor Sie in die Agenturevaluation und -selektion einsteigen. Eine umfangliche Checkliste finden Sie auf www.marketing-ideen.ch

Tipps

- Wichtig ist, dass man die Stärken der Agentur herauslesen kann. Indikatoren sind meistens Referenzen von Projekten, die schon erfolgreich abgeschlossen worden sind.
- Empfehlungen von Geschäftspartnern, Freunden und Bekannten prüfen.
- Renommiertere grosse Agenturen haben ihren Preis. Eine kleine, aber feine Agentur könnte Ihren Bedürfnissen sogar viel besser entgegenkommen.
- Ein Besuch in den Agentur-Räumlichkeiten kann Ihnen Aufschluss über Klima und Arbeitsweise vermitteln.

Mehr Tipps zu diesem Thema finden Sie auf www.marketing-ideen.ch



3. Wie wählen Sie die richtige Agentur aus?

1. Vorselektion

Auf www.marketing-ideen.ch finden Sie eine Auswahl Agenturen aller Art, die Ihren Bedürfnissen entsprechen könnten. Sie können dort nach Haupttätigkeit und Ortschaft der Agentur selektieren.

Überlegen Sie sich bei jeder Agentur ob ...

- die Agentur über das fachliche Know-how und über Branchenerfahrung verfügt, um Ihren Auftrag erfolgreich erledigen zu können.
- die Agentur ein grosses Interesse an Ihrer Aufgabenstellung haben könnte.
- die Agentur in Ihrer Nähe liegt und ob das für Sie überhaupt relevant ist.

2. Agentur kennenlernen

Kontaktieren Sie die favorisierten Agenturen. Während einem Telefongespräch können Sie bereits einiges in Erfahrung bringen. Falls Sie nach wie vor an der Agentur interessiert sind, eignet sich ein persönliches Treffen um die fachlichen und persönlichen Qualitäten noch besser beurteilen zu können. Tipp: Ein Treffen bei der Agentur gibt Ihnen einen guten Einblick über die Atmosphäre und die Arbeitsweise.

3. Selektionskriterien

Für das Präsentationsgespräch sollten Sie sich einen Fragenkatalog zusammenstellen, der Ihnen ermöglicht, unterschiedliche Agenturen miteinander zu vergleichen.

3.1 Erfahrungen

- Branchenerfahrung?
- Zielgruppenerfahrung?
- Interesse an Branche und Zielgruppe?
- Know-how und Wissen über Zielgruppen und Branchen?
- Spezialisierte Mitarbeiter aus diesen Branchen und Zielgruppen?
- Konkrete Projekte / Referenzen aus unseren Zielgruppen und Branchen?

3.2 Dienstleistungen

Auflistung der benötigten Dienstleistung:

- Marketingkonzept JA / NEIN
- Kommunikationskonzept JA / NEIN
- Inserategestaltung JA / NEIN
- TV Werbung JA / NEIN
- Usw.

3.3 Organisation

- Wer ist unsere Kontaktperson?
- Welchen Leistungsausweis hat unsere Kontaktperson?
- Sind genügend Kapazitäten für unseren Auftrag vorhanden?
- Wie ist die Fluktuation in der Agentur?
- Wie setzen sich die Kosten zusammen?
- Ist die Agentur bereit einen Teil auf Erfolgsbasis zu leisten?
- Gibt es einen Vertrag? Wie sieht der Vertrag aus?

Auf der Basis dieser Informationen sollten Sie eine gute Entscheidungsgrundlage erhalten, welche Agentur Ihren Bedürfnissen am besten entgegenkommt. Denken Sie daran, dass auch menschliche Faktoren dabei eine wichtige Rolle spielen. Schliesslich sollten Sie eine langfristige Zusammenarbeit mit der Agentur und Ihren Entscheidungsträgern anstreben.

4. Experten und Sponsoren von Marketing-Ideen.ch

Sponsor CRM



dr.huldi.management.ch.ag

Die dr.huldi.management.ch.ag ist spezialisiert auf Kunden-Beziehungs-Management, Database- und Dialog-Marketing. Sie erarbeitet und realisiert mit ihren Kunden Konzepte zur Erhöhung der Kundenorientierung unter gleichzeitiger Beachtung der Kostenorientierung. Sie bietet in diesen Bereichen neben Beratung auch Coaching an. Profitieren Sie von 20 Jahren Berufserfahrung und vereinbaren Sie einen unverbindlichen Kennenlern-Termin.

www.dr-huldi-management.ch

Sponsor Direct Marketing



AZ Direct AG

Als führende Full-Service-Dienstleisterin für erfolgreiches und weltweites Direktmarketing bietet die AZ Direct AG ihren Kunden umfassende und ganzheitliche Lösungen zur Kundengewinnung und Kundenbindung. Das Leistungsportfolio erstreckt sich von hochwertigen Privat- und Firmen-Adressen inkl. Merkmalen über innovatives Daten- und Kampagnenmanagement und Analyseleistungen bis hin zur Konzeption, Kreation, Produktion und Responseerfassung von Werbemitteln. Vereinbaren Sie einen unverbindlichen Kennenlern-Termin!

www.az-direct.ch

Sponsor Empfehlungsmarketing/KMU-Marketing



Score Marketing

Unsere Kunden sind unsere Partner und unser höchstes Gut. Bei all unserem Denken und Handeln steht die Kundenorientierung im Vordergrund. Mit uns anvertrauten Mitteln gehen wir umsichtig und sparsam um. Genau so, wie wenn es unsere eigenen wären.

www.score-marketing.ch

Über uns

www.marketing-ideen.ch: Frische Ideen für Ihr Marketing

Auf Marketing-Ideen.ch finden Sie Antworten auf die folgenden Fragen:

- Wie kann ich die Neukundenakquisition automatisieren?
- Welches sind die erfolgreichsten Marketing-Massnahmen in meiner Branche?
- Wo finde ich Praxis-Beispiele, Tipps und konkrete Informationen, für die Umsetzung von erfolgreichen Massnahmen?
- Wo finde ich frische Ideen, wie ich auch mit kleinen Budgets eine grosse Wirkung erzielen kann?



www.marketing-ideen.ch
STS Marketing GmbH
Aemetstrasse 6
CH-8344 Bäretswil
Telefon 044 939 39 39