

# So finden Sie die richtige Agentur für Marketing- und Werbeberatung

– DIE CHECKLISTE –

## Kommt Ihnen das bekannt vor?

- Termine, Telefonate und Treffen mit Kunden oder Geschäftspartnern lassen Ihnen kaum Zeit für ein koordiniertes Marketing.
- Ihr Unternehmen hat kein einheitliches, wiedererkennbares Erscheinungsbild.
- Und Ihren Mitarbeitern fehlen das Know-how oder die Zeit, um im Tagesgeschäft kreative Ideen zu entwickeln, die den Nutzen Ihrer Produkte und Dienstleistungen öffentlichkeitswirksam kommunizieren?

Ja, Marketing ist und bleibt Chefsache. Sich dabei jedoch von Experten unterstützen zu lassen, ist legitim und vervielfacht die Wirkung. Darum lagern Sie Ihr Marketing doch einfach aus. Nutzen Sie das Wissen und die Erfahrung einer Marketing- und Werbeagentur. Am besten dauerhaft. Eine Zusammenarbeit mit einer externen Marketingabteilung verkürzt die Umsetzungszeiten und spart Personalkosten. Zudem hilft Ihnen der Blick von außen, versteckte Potenziale zu erkennen und voll auszuschöpfen.

Aber wie finden Sie auf dem wachsenden Agenturmarkt den Partner, der zu Ihnen und Ihrem Unternehmen passt? Es muss nicht immer gleich ein Pitch, also ein Wettbewerb unter Agenturen, sein. Die folgende Checkliste liefert Ihnen wesentliche Anhaltspunkte, die Ihnen helfen „die Richtige“ zu finden. Oder – wenn Sie bereits mit externen Beratern zusammenarbeiten – auf die Sie Ihre Marketingagentur überprüfen können.

# Machen Sie den 6-Punkte-Check

Treffen diese Merkmale auf Ihre Agentur  
oder Ihren Agentur-Kandidaten zu?

## **1. Gesucht: Problemlöser mit Weitsicht**

Eine gute Agentur wird Ihnen in der Regel keine fertigen Konzepte, Inhalte oder Werbemittel verkaufen. Wer seriös berät, bietet Ihnen nicht einfach nur den neuesten Trend an, sondern ergründet zunächst mit Ihnen, wo Ihnen der Schuh tatsächlich drückt. Die Agentur Ihrer Wahl sollte Ihnen also Lösungen für Ihr ganz spezielles (Kommunikations-)Problem bzw. Lösungen für die Probleme Ihrer Kunden, Mitarbeiter oder Vertriebspartner liefern.

Trifft das auf Ihre Agentur zu?

## **2. Lösungen: Losgelöst vom Medium**

Der technologische Wandel produziert fortlaufend neue Kommunikationskanäle und Vertriebswege. Konsumenten sind zunehmend miteinander vernetzt, kritischer und wollen Marken und Angebote aktiv mitgestalten. Ihr Verhalten lässt sich kaum mehr vorhersehen. Darum gilt: Halten Sie Ausschau nach einer Agentur, die mit Ihnen Kommunikationsmaßnahmen und -strategien entwirft, die unabhängig vom Medium funktionieren, unabhängig von einer bestimmten Technologie, die morgen schon wieder veraltet sein könnte.

Trifft das auf Ihre Agentur zu?

### **3. Alle(s) Experten unter einem Dach**

Sie denken über die Zusammenarbeit mit einer Agentur nach, weil Sie Prozesse vertrauensvoll abgeben und dadurch Zeit sparen möchten. Setzen Sie darum auf eine Agentur, die tatsächlich in der Lage ist, im Team verschiedene und komplexe Aufgaben zu lösen – ohne auf Kosten Ihrer Zeit und Ihres Budgets Projekte „umzuverteilen“. Die Agentur Ihrer Wahl verfügt also im besten Falle über interdisziplinäres Fachwissen und belegt dies mit entsprechenden Referenzen.

**Trifft das auf Ihre Agentur zu?**

### **4. Gemeinsam Ziele setzen und erreichen**

Achten Sie bei der Agenturwahl darauf, dass Ihr künftiger Kreativpartner sich weniger als bloßer Dienstleister versteht, sondern vielmehr als Impulsgeber. Als strategischer Partner, der gemeinsam mit Ihnen etwas Konkretes bewirken will: nämlich Ihren Unternehmenserfolg steigern. Ein Partner, der so denkt, misst Erfolg nach den gleichen Maßstäben wie Sie. Er setzt alles daran, die Bekanntheit Ihres Unternehmens zu erhöhen, die Absatzzahlen Ihrer Produkte zu steigern, die Prozesse im Vertrieb zu verbessern und neue Kundengruppen zu erschließen.

**Trifft das auf Ihre Agentur zu?**

## **5. Meiden Sie „Abnicker“: Unter Freunden sagt man sich die Meinung**

Von einer solchen Agentur müssen Sie auch nicht befürchten, dass sie Ihnen eine teure Imagebroschüre verkauft, die Sie sich vielleicht wünschen, die Sie objektiv betrachtet aber gar nicht brauchen. Hier gilt noch immer die alte Weisheit: „Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.“ Eine Agentur, die Ihnen nach dem Mund redet, ist ein schlechter Berater. Gut beraten sind Sie hingegen mit einem Partner, der Ihre Wünsche kritisch hinterfragt und ein „Nein“ nicht scheut, wenn eine Maßnahme keine Aussicht auf Erfolg verspricht. Nutzen Sie diesen Blick von außen!

Trifft das auf Ihre Agentur zu?

## **6. Gleiche Werte sind Goldes wert**

Es mag banal klingen, ist jedoch ein ganz wesentliches Kriterium bei der Wahl Ihrer zukünftigen Marketingberater: Die Chemie muss stimmen. Vertritt die Agentur ähnliche Werte wie Sie? Ist sie an einem ehrlichen Austausch auf Augenhöhe interessiert? Vertrauen Sie dem Team? Hier lohnt es sich, auch ein bisschen auf den Bauch zu hören. Umso mehr, wenn Sie eine langfristige Partnerschaft anstreben. Wer eng zusammenarbeitet, sollte auf einer Wellenlänge liegen.

Trifft das auf Ihre Agentur zu?

# Wie oft konnten Sie für sich ein Häkchen machen?

## 5 bis 6 „Ja“-Antworten

Herzlichen Glückwunsch, Sie befinden sich bereits in guten Händen oder haben die ideale Agentur unter den Kandidaten gefunden.

## 4 oder weniger „Ja“-Antworten

Dann sollten Sie handeln bzw. sich auf dem Agenturmarkt weiter umschauchen. Achten Sie bei Ihrer Suche neben den nüchternen Fakten wie der räumlichen Nähe zu Ihrem Unternehmenssitz besonders auf diese **Kerneigenschaften einer guten Agentur**:

- Sie fühlt sich schnell in die Belange Ihres Unternehmens und den Nutzen Ihrer Produkte ein.
- Sie besitzt die Kompetenz, die Probleme Ihrer Zielkunden aufzuspüren und passende Lösungen zu erarbeiten.
- Sie verfügt über ein interdisziplinäres Mitarbeiter-Team oder mindestens über ein entsprechendes Netzwerk an Fachkräften.
- Sie wirkt im Sinne Ihres Unternehmens und verkauft Ihnen keine teuren, nutzlosen Maßnahmen.
- Sie redet Ihnen nicht nach dem Mund und hat den Mut, Ihnen auch einmal ein angebrachtes „Nein“ entgegenzuhalten.
- Sie ist an einem ehrlichen Austausch auf Augenhöhe interessiert – es passt auch menschlich zwischen Ihnen und dem Agentur-Team.

## Über die Autoren

Die Agentur Müller Marketing GmbH mit Sitz in der Landeshauptstadt Magdeburg berät klein- und mittelständische Unternehmen aus Sachsen-Anhalt in allen Fragen der Positionierung, Unternehmenskommunikation und (Werbe-)Strategie.

Seit 2005 entwirft und realisiert das Team um Geschäftsführer Matthias Müller Kampagnen in Print und Web. Die Marketingberater sind darauf spezialisiert, den Nutzen erklärungsbedürftiger Produkte und Dienstleistungen verständlich und werbewirksam zu kommunizieren.

### Infos & Kontakt

informieren: [www.muellermarketing-gmbh.de](http://www.muellermarketing-gmbh.de)  
folgen: [facebook.com/muellermarketing](https://facebook.com/muellermarketing)  
anschreiben: [kontakt@muellermarketing-gmbh.de](mailto:kontakt@muellermarketing-gmbh.de)  
über alles reden: 0391 – 532 32 27