

Spezialteil

Wie finde ich die richtige Agentur?

Spezialteil-Agentur-finden

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 1

Manche Werbe-Agenturen ...

haben eine Lösung für Ihre Probleme

Mehr: Werbung

Am liebsten: Viele Anzeigen, Folder,
Search Engine Advertising
(SEA), ...

Advertising agencies usually have only one solution to your problem: More advertising

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 2

Image und Prestige

BBDO Oh

Weniger der Name der Agentur,
sondern die Qualifikation der
zwei Leute, die tatsächlich für
Sie arbeiten, ist relevant

Wer arbeitet für mich?

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 3

Agentursuche



Wirf Dein Netz weit aus

Agentur suchen

- Web
- Personen der Agenturszene fragen
- Kollegen und Ex-Chefs fragen
- Externes Netzwerk konsultieren

Agentur-Auswahl

Ich kann nur raten:
Nachfragen,
Nachfragen,
Nachfragen!

Agenturchef

Auswahlkriterium

"Wir helfen Ihnen, klar und überzeugend zu kommunizieren"

Tut die Agentur, was sie verspricht?

Guter Gradmesser: Website
Go online

Agentur kontaktieren

- Kurze Projekt-Beschreibung
- Honorar für Pitch klären
- Interesse an Pitch?
- Verschwiegenheitsvereinbarung

Fragen an die Agenturen

- Ihre Kernkompetenz?
- Ihre Erfahrung im Pharma-Markt?
- Mit welchen drei Beispielen können Sie dies illustrieren (welche Kampagnen?)
- Welchen Erfolg hatten die Kampagnen?
- Drei Ansprechpartner auf Kundenseite?
- Warum gerade Sie als Agentur?
- Kundenliste (Wettbewerbsausschlüsse)
- Eventuell: Wissen über Krankheit?

Kurze Antworten

Wie erfolgversprechend?

Wie gut war die Agentur bisher?

- Klienten
- Marken
- Frühere Kampagnen

Analysieren Sie gnadenlos

Wichtigste Frage

Wer genau arbeitet für uns?

*You hire the people,
not the company*

Zweitwichtigste Frage

Hat die Agentur das Briefing verstanden?

Wie genau wird Ihre Arbeit uns helfen?

Wie maximiere ich den Nutzen der Agentur?

Beim Outsourcing den grössten Return auf das Investment erhalten

Fallstricke beim Beauftragen

Häufige Fehler beim Briefing einer Agentur

- Ziele unklar formuliert
- Unvollständig, da Dinge vergessen
- Mehrere beauftragende Personen
- Fehlerhafte Weitergabe von Daten

Quelle: Magazin "Events", September 2009

Spitzenleistungen

"Ein gutes Pferd springt nur so hoch wie es muß"



-- Agenturleiter --

Fordern Sie Ihre Agentur!
Stellen Sie hohe Ansprüche!

Die Frage in Ihrem Hinterkopf

In welchem Verhältnis steht die Bezahlung des einzelnen Mitarbeiters zu dem Gesamtbetrag, den Sie der Agentur überweisen?

Individual reward vs overhead costs?

Drei Fragen an Ihre Agentur

Haben Sie es getestet? Bei wem?

Was haben Sie daraufhin verbessert?

Wo liegt der Wettbewerbsvorteil?

➡ Testphase in Vertrag mit einbauen

Agenturkosten im Rahmen halten

- Rahmenvertrag als rechtliche Hülle
- Präzise Vorgaben
 - Aufgaben
 - Budget und Zeitschiene
- Zahlung pro Projekt

Pilotprojekt

Probieren Sie die Agentur aus, indem Sie ein kleines Projekt machen

Vorgabe an Agenturen

Wir haben ein hervorragendes Produkt und Ihre Aufgabe ist es, hervorragende Werbung dafür zu machen

David Ogilvy

"We have got an excellent product and your task is to do excellent advertising for it."

Anhang

Freelancer finden

www.upwork.com

<https://99designs.de>

<https://www.jovoto.com>
