



Checklist für B2B-Unternehmen "Anforderungen an eine Werbeagentur"

- 1 Haben Sie die Gewissheit, daß Ihr tagtäglicher Gesprächspartner auf Agenturseite sich schnell in Ihr Thema und Ihren Markt einarbeiten kann und Ihnen mindestens die nächsten 7 Jahre erhalten bleibt?
- 2 Versteht Ihr Agenturmensch etwas von den komplexen, langfristigen und größtenteils unbewußten Kaufentscheidungsprozessen von Entscheidern in B2B-Märkten?
- 3 Gibt Ihre Agentur Ihnen auch jenseits der Standards relevante und nützliche Anregungen, die das Angebot Ihrer Unternehmensmarke in Ihrem Markt stärken können?
- 4 Konzipiert und realisiert Ihre Agentur Ihre Kommunikation in allen Medien inkl. Messen im Interesse einer selbstähnlichen Marke wie aus einem Guss?
- 5 Kann Ihre Agentur abstrakte technologische Produkteigenschaften visuell einfach aber verblüffend überzeugend auf den Punkt bringen?
- 6 Bekommen Sie von Ihrer Agentur sovielen unkonventionellen und interessanten Ideen, daß man die Freiheit hat, zwischen vielen guten die sehr gute Idee zu wählen.
- 7 Interessiert sich Ihr Agenturgesprächspartner für Ihre Produkte? Interessiert er sich wirklich?
- 8 Setzt sich Ihre Agentur mit Ihren Vertriebswegen auseinander? Sucht man das Gespräch mit dem Außendienst? Hört man zu?
- 9 Weiß Ihre Agentur, wie man mehr Besucher auf Ihren Messestand lotst, wie man sie dort begeistert und wie man eine erfolgreiche Messenachfassaktion konzipiert?
- 10 Haben Sie von Ihrer Werbeagentur schon mal den Hinweis bekommen, "die Kosten für das XY-Projekt können Sie sparen lieber Kunde"?
- 11 Hat Ihre Agentur Muttergefühle gegenüber Ihrer Marke? Ist sie also leidenschaftlich an einem gesunden Wachstum und langem Leben Ihrer Marke interessiert?
- 12 Ist Ihre Agentur bereit und in der Lage im Dialog mit Ihnen Ihre Unternehmensmarke zu analysieren, zu definieren und idealerweise zu helfen, Ihre Marke zu einem "möglichst wenig austauschbares Angebot an den Markt" zu formen?
- 13 Befaßt sich Ihre Agentur mit den eigentlichen (unbewußten) Handlungsmotiven der Entscheider in B2B-Märkten? Und weiß sie, wie man diese Motive gestalterisch berücksichtigt?
- 14 "Where is the beef?" - Bietet Ihnen Ihre Agentur ein "Füllhorn der Ideen", konzentriert auf die Idee und schlank präsentiert in Treatmentform?
- 15 Hat die Agentur ungewöhnliche Mediaideen, ungewöhnliche Mailing-Ideen, ungewöhnliche Kundenerreich-Ideen, ungewöhnliche Bildideen, ungewöhnliche Headline-Ideen, ungewöhnliche Kostenspar-Ideen, ungewöhnliche Ideen für Ihre Mitarbeiter, ungewöhnliche Give-away Ideen, ungewöhnliche Weihnachtsgeschenk-Ideen, ist Ihre Agentur ungewöhnlich?