

Wie Sie Missgeschicke beim Umgang mit Agenturen vermeiden

## Millionen-Euro-Grab Agentur-Dienstleistung



Agenturen? Was Sie bei Beauftragung und Kooperation beachten sollten:  
8 Tipps im Klartext

### Meine ernüchternden Telefonate

In den letzten Wochen erhielt ich mehrere Anrufe von Firmen, die darüber klagten, dass beauftragte Agenturen nicht die erhofften Leistungen lieferten – trotz hoher Rechnungsbeträge.

Das Problem ist mir wohl vertraut. So hatte ich während meiner aktiven Zeit in der Industrie mit unterschiedlichen Agenturen zusammengearbeitet – ähnlich wie jetzt meine Klienten, für die ich als Berater tätig bin.

## Wer ist schuld?

Meist liegt die Verantwortung nicht beim gegenwärtig agierenden Verantwortlichen, sondern vielmehr beim Vorgänger, der Geschäftsleitung oder der [Zentrale](#) bzw. Headquarters, die die Agentur ausgewählt hat.

Es stellt sich die Frage: Wie können Sie durch ein erprobtes Briefing als Blaupause und der Wahl der richtigen Businesspartner eine vertrauensvolle Zusammenarbeit (Win-Win) erreichen, so dass Sie weniger Budget verbrennen, Pannen vermeiden und stressfreier die gewünschten Ergebnisse erreichen?

## Gibt es den "heiligen Gral"?

Gute Agenturen können Sie enorm unterstützen. Gibt es dafür magische Tools oder "mysteriöse Hacks"? Nein, natürlich nicht – aber es gibt bestimmte Warnzeichen und Fallstricke, die Sie beachten sollten.

Die folgenden Erkenntnisse und Empfehlungen mögen harsch, schonungslos und desillusionierend klingen – aber sie können augenöffnend und richtungsweisend für Ihren zukünftigen Erfolg sein. In diesem Sinne nachfolgend **8** wichtige Punkte für Beauftragung, Kooperation und gegebenenfalls Beendigung.

### 1) Zielgruppe klar definiert?

*Beispiele:*

- Patienten, Betroffene, Konsumenten?
- Welche Fachrichtung?
- Niedergelassene oder angestellte Ärzte?
- Mit welchen ärztlichen Zusätzen (Sportmedizin, etc)?

Hinweis: [www.schwarzeck.de](http://www.schwarzeck.de) gibt Ihnen dazu gratis hilfreiche Infos.

## 2) Problem der Zielgruppe unklar

*Beispiele:* Die gegenwärtige Therapie zeigt eine

- Unzureichende Wirksamkeit
- Unzureichende Verträglichkeit
- Unzureichende Anwenderfreundlichkeit
- Therapietreue

## 3 a) Mangelnde Abgrenzung zu Mitbewerbern

*Beispiele für die Vorteile des eigenen Angebotes:*

Das Produkt ist das erste oder einzige, welches

- in oraler Form vorliegt
- seit mehr als 5 Jahre erfolgreich angewendet wird
- nur einmal am Tag gegeben werden muss

*oder*

### **b) keine überzeugenden Belege**

*Stattdessen sinnvolle Beispiele:*

- empfohlen von der Gesellschaft für xxx
- in den Guidelines zur Behandlung von xxx aufgelistet
- in der Veröffentlichung xxx als überlegen bezeichnet

## 4) Entwürfe nicht getestet

*Beispiele:*

- kein Feedback von Zielgruppen (wurden nicht befragt)
- keine Fokusgruppen oder Workshops im Vorfeld veranstaltet
- kein Pilotprojekt zum "Fine-Tuning" durchgeführt

## 5) Mangelnder guter Content

*Besser wäre:*

Hilfreiche Inhalte entwickeln, die folgende Punkte erfüllen:

- nutzbringend und maßgeschneidert
- relevante Keywords
- klare [Kernbotschaften](#) ("Messaging")

## 6) Nebulöse digitale Strategie

*Stattdessen klären:*

- Welche elektronische Plattformen soll man bespielen (Google, LinkedIn, etc)?
- Online-Sichtbarkeit: Effektive [Suchmaschinenoptimierung \(SEO\)](#) planen und implementieren
- [Newsletter](#): Wie sammelt man die Emailadressen (Webseite, Außendienst), wer schreibt die Texte, wer versendet?
- Videos auf YouTube: Erprobte Titel, Thumbnail, Beschreibung?

## 7) Unzureichende Kooperation mit Experten

*Stattdessen wäre besser:*

- [Advisory Board](#), Experten-Workshop oder Fachbeirat
- Studien oder andere wissenschaftlichen Projekte
- Aktuelle Veröffentlichungen in der Fachliteratur

## 8) Unzureichende Integrierung der Kanäle

*Stattdessen wäre besser:*

- Stimmige "Kundenreise" bzw. "Customer Journey" planen
- Berührungspunkte ("Touchpoints") miteinander verzahnen
- Möglichkeiten zur "Omni-Channel-Kommunikation" nutzen

### **Empfehlung: Die nächsten 4 Schritte**

- a) Rütteln Sie den Agentur-Leiter persönlich wach, indem Sie Fragen zu den relevantesten der obigen Punkte stellen
- b) Streben Sie einen Wechsel der Leistungsträger (welche die Arbeit machen) innerhalb der Agentur an
- c) Geben Sie der Agentur eine zweite Chance mit klaren Erfolgskriterien
- d) Wenn die [Erfolgskriterien](#) nicht erfüllt werden: Wechseln Sie die Agentur (Sie können damit auf Widerstände stoßen)

### **Option**

Lassen Sie uns besprechen, inwieweit ich Sie unterstützen kann, Ihre Marktpotenziale auszuschöpfen. Sie erreichen mich via [www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com)

### **Audio und Video**

<https://www.umbachpartner.com/de/millionengrab-agentur-dienstleistung>

### **Newsletter gratis beziehen**

<https://www.umbachpartner.com/de/management-newsletter>