

Warum anspruchsvoll sein sinnvoll ist

## Wie Sie Dienstleister, speziell Agenturen, challengen

Tipps, wie Sie mit Ihrer Agentur Spitzenleistungen erzielen

Ein Klient erzählte mir von folgender Situation, die Sie vielleicht auch kennen:

Er hatte einen Dienstleister beauftragt, mit dem er anfangs zufrieden war – der aber inzwischen leider in der Leistung stark nachgelassen hat.

Er hat den Eindruck, dass sich eine gewisse Trägheit, ja Selbstgefälligkeit, breit gemacht hat und sich das beauftragte externe Team in einer Komfortzone bequem gemacht hat – aber gerne die regelmäßig eingehenden Zahlungen einstreicht.

Spitzenleistungen



Fördern und fordern  
Sie Ihre Agentur!

Er überlegt nun, wie er seine Agentur "herausfordern" bzw. "challengen" kann, damit die Mitbewerber aufgrund besserer Leistungen von anderen Agenturen nicht an ihm vorbeiziehen.

### Im Vorfeld vertrauensvoll klären

Mein Rat: Zuerst folgende Punkte abklären:

- Erfolgskriterien: Wie messe ich Effektivität?
- Gehen die Leistungskenngrößen nach oben oder stagnieren sie?
- Wurden Ergebnisse und Reports besprochen?
- Kommen von der Agentur neue Ideen und frische Impulse?

## **Ihr Ziel: Wirkungsgrad erhöhen**

Sie wollen einen höheren **Return on Investment** (ROI) erreichen. Dies bedeutet: Sie möchten Ihre Investments (Geld und Zeit) präzise dort tätigen, wo sie Ihnen wahrscheinlich die besten Ergebnisse bringen ("Leverage") - speziell bezogen auf Zielgruppen und Kommunikationskanäle inklusive Medien.

## **Was Sie konkret tun können**

- 1) Schauen Sie sich um, welche Alternativen Sie haben. Fragen Sie Kollegen in Ihrer Firma und Menschen in Ihrem Netzwerk.
- 2) Sprechen Sie das Thema offen mit den Personen in der Agentur an, mit der Sie zusammenarbeiten.
- 3) Danach sollten Sie das offene Gespräch mit der Agenturleitung suchen, um gemeinsam Lösungs-Optionen zu beleuchten.
- 4) Klären Sie, ob vielleicht die Hauptleistungsträger die Agentur verlassen haben und jetzt ganz woanders arbeiten - was Ihnen der Agenturleiter oft erst auf Ihre direkte Nachfrage einräumt.

Denn Sie wissen ja: Weniger der Name der Agentur, als vielmehr die Motivation und das Know-how der zwei bis drei Leute, die tatsächlich für Sie arbeiten, sind relevant.

## **Einen besseren Dienstleister finden**

Screenen Sie mögliche Dienstleister-Kandidaten und laden Sie die zwei bis drei erfolgversprechendsten zu einem "Pitch" ein.

Hilfreiche Fragen an Bewerber im Vorfeld sind:

- Wo liegt Ihre Kernkompetenz?

- Was ist Ihre Erfahrung im Markt?
- Mit welchen drei Beispielen können Sie dies untermauern?
- Wie erfolgreich waren Sie damit?
- Wer sind die Ansprechpartner auf ehemaliger Kundenseite?
- Warum gerade Sie als Geschäftspartner in Betracht ziehen?

### **Erwägen Sie einen Berater bzw. Coach**

Sie können einen erfahrenen externen Experten als "Background Support" bzw. als "Trusted Advisor" hinzuziehen. Dieser Berater sollte nur den zukünftigen Erfolg Ihrer Person, Ihres Teams und Ihrer Firma im Auge haben.

Dies bedeutet: Er darf keine eigenen finanziellen Interessen an der Wahl einer bestimmten Agentur verfolgen. Konkret darf er weder eine eigene Agentur haben noch Provisionen von eventuell beauftragten Agenturen erhalten ("Transparenz").

Dieser Berater sollte zielführende Fragen stellen, heikle Aspekte adressieren und neue Perspektiven aufzeigen. Als unabhängiger Berater sollte er Worthülsen der Agentur sofort kritisch hinterfragen.

### **Treffen Sie eine Entscheidung nie alleine**

Laden Sie Ihre Kollegen, Ihre Teammitglieder und Ihren Chef zum Pitch mit ein, damit diese eingebunden sind. Bitten Sie die firmeninternen Teilnehmer, während des Meetings unbequeme Fragen zu stellen. Lassen Sie die Teilnehmer mitentscheiden, um damit das Risiko zu minimieren, dass diese sich hinterher über den Beschluss beklagen.

## **"Performance"-Kultur praktizieren**

Wenn Sie sich für eine neue Agentur entscheiden: Beginnen sie mit einem kleinen, überschaubaren Projekt und klaren Erfolgskriterien. Messen Sie dann, inwieweit Sie zufrieden sind. Schließlich verdienen Sie Dienstleister, die Ihnen helfen, Ihre PS wirklich auf die Straße zu bringen.

## **Mehr**

Audio und Video auf:

<https://www.umbachpartner.com/de/wie-sie-dienstleister-speziell-agenturen-challengen>

Newsletter gratis beziehen:

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